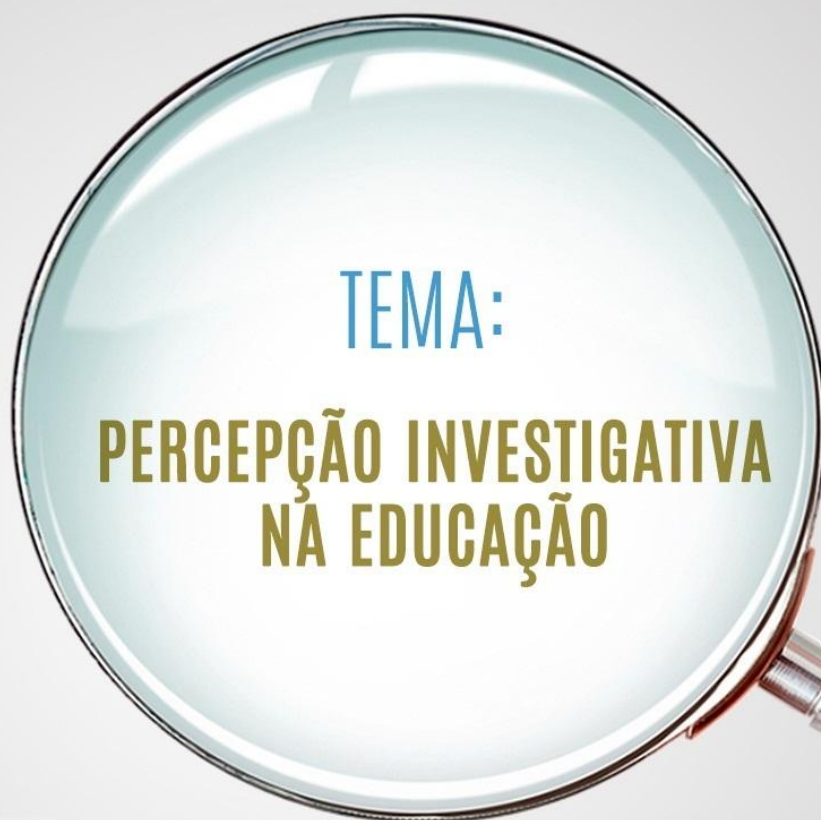




III *Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus*



TEMA:

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA
NA EDUCAÇÃO

Anais
2015

FACULDADE AMADEUS

Anais do III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

Aracaju/SE, Outubro de 2015

ISSN 2318-4477

Comissão Editorial

Eduardo de Andrade Gonçalves
Maria Auxiliadora Santos

Diagramação

Manoel Messias de Souza

S471 Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus (3. :2015:Aracaju, SE).

Anais do 3º Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus
percepção investigativa na educação [textos de] trabalhos
apresentados no III Seminário de Pesquisa da Faculdade
Amadeus _ Aracaju : FAMA, 2015.

209 p.

ISSN 2318-4477

1. Seminário – pesquisa 2. Profissional 3. Tendência - valor
I- Título

CDU: 658 (063)

FACULDADE AMADEUS

3º Seminário de Pesquisa

“Percepção Investigativa na Educação”

De 19 a 22 de Outubro 2015

José Augusto do Nascimento
Diretor-Presidente

Eduardo de Andrade Gonçalves
Diretor Geral e Acadêmico

Maria Auxiliadora Santos
Coordenadora do Seminário

Gisélia Maria Varela e Silva
Coordenadora da Pós-Graduação

Paulo Sergio Melo dos Santos
Coordenador do Curso de Administração

Washington Oscar Guimarães Pinto
Coordenador do Curso de Ciências Contábeis

Williams dos Santos
Coordenador do Curso de Pedagogia

Elisama Lailla Caldeira de França
Secretária Geral

Pedro Amado Oliveira Nunes
Coordenador de Relações Interinstitucionais

www.faculdadeamadeus.com.br

Rua Estância, 937 - Centro - (79) 2105 2050



faculdade amadeus

COMISSÃO ORGANIZADORA

Coordenação Geral

Maria Auxiliadora Santos

Eduardo de Andrade Gonçalves

Comissão Organizadora:

Científica

Alda Valéria de Melo Carvalho (Ma) FAMA

Ana Lúcia Lima (Esp.) FAMA

André Luis Oliveira Feitosa (Me) FAMA

Arivaldo Teles Montalvão (Me) FAMA

Áurea Machado de Aragão (Ma) FAMA

Carla Daniela Konh (Ma) FAMA

Jussara Maria Viana Silveira (Ma) FAMA

Eduardo de Andrade Gonçalves (Me) FAMA

Maria Aparecida Souza Couto (Ma) FAMA

Maria Auxiliadora Santos (Dra.) FAMA (Coordenação)

Paulo Sérgio Melo dos Santos (Me) FAMA

Washington Oscar Guimarães Pinto (Me) FAMA

Williams dos Santos (Esp.) FAMA

Divulgação

Pedro Amado Oliveira Nunes

Rosalvo Nogueira

Kelly Monique Oliveira

Controle dos Trabalhos Gráficos e Produtos Online (pastas, cartazes, panfletos, blog, anais etc.)

Pedro Amado Oliveira Nunes

Eduardo de Andrade Gonçalves

Kelly Monique Oliveira

Captação de Recursos

Kelly Monique Oliveira

Paulo Sérgio Melo dos Santos

Washington Oscar Guimarães Pinto

Execução

Eduardo de Andrade Gonçalves

Maria Auxiliadora Santos

Williams dos Santos

Secretária

Elisama Laila Caldeira de França

APRESENTAÇÃO

A Diretoria Geral da Faculdade Amadeus, com o apoio das coordenações dos cursos de Pós-Graduação, Administração, Ciências Contábeis e como parte do Programa de Pesquisa – Iniciação Científica convida, neste momento, para o III SEMINÁRIO DE PESQUISA DA FACULDADE AMADEUS a ser realizado em Aracaju nos dias 19 a 22 de outubro de 2015, com a participação de alunos e professores dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Pedagogia da Faculdade Amadeus e profissionais e alunos de outras Instituições.

OBJETIVOS

Geral

Promover atualização de conhecimento e produção científica dos discentes e docentes da FAMA e outras INSTITUIÇÕES DO ESTADO DE SERGIPE.

Contribuir para a formação de professores do Ensino Básico em discussões sobre o desenvolvimento da percepção investigativa em sala de aula.

Específicos

Contribuir para a formação continuada de Professores da Educação Infantil e Ensino Fundamental.

Socializar a produção do conhecimento acadêmico específico, abrangendo os processos de formação inicial e continuada, pedagogos e demais profissionais;

Estimular a produção científica;

Incentivar o intercâmbio científico de docentes e discentes da FAMA e outras INSTITUIÇÕES DO ESTADO DE SERGIPE.

Validar a produção científica, por meio de sua publicação.

Atingir uma formação através da pesquisa - ação - formação, articuladas com a prática profissional com a participação de professores formadores, professores em exercício principalmente no Ensino Básico, graduandos do Curso de Pedagogia da FAMA, assim como de outras instituições do Estado de Sergipe.

Maria Auxiliadora Santos
Coordenadora do Seminário

**O conteúdo e a expressão dos trabalhos aqui publicados
são de inteira responsabilidade dos autores.**

Sumário

ARTIGOS

ALFABETIZAÇÃO CIENTÍFICA: Lixo e Cidadania	11
AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTO DA GERAÇÃO DE ENERGIA A GÁS DE UMA PEQUENA EMPRESA SERGIPANA	30
CLIMA ORGANIZACIONAL NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: O caso do Grupo Zé de Dino em Salgado SE	51
EDUCAÇÃO PATRIMONIAL: Prática de Ensino nas Escolas	75
O GERENCIAMENTO DA ROTINA DO TRABALHO E A GESTÃO DE PESSOAS APLICADOS À 36ª VARA DOS SISTEMAS DOS JUIZADOS	83
O PAPEL DO MARKETING NO PROCESSO DE CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DE ALUNOS EM INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR	103
TECNOLOGIA, FORMAÇÃO E MERCADO: DESAFIOS E FRAGILIDADES DO QUADRO EDUCACIONAL BRASILEIRO	127

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS

A INTERAÇÃO PROFESSOR-ALUNO NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS EM SALA DE AULA	142
BRINCANDO COM A EXPERIÊNCIA DE GERMINAÇÃO DO FEIJÃO NA EDUCAÇÃO INFANTIL	150
O PAPEL DOS OBJETOS OSTENSIVOS NO ESTUDO DA OPERAÇÃO DE ADIÇÃO DOS NÚMEROS NATURAIS NAS SÉRIES INICIAS: Considerações a partir de uma Análise do Livro Didático	159
RECICLAR E BRINCAR NA EDUCAÇÃO INFANTIL: Criando cidadãos conscientes e responsáveis com o meio ambiente	169
SUSTENTABILIDADE NA ESCOLA	186

RESUMOS

A CONTABILIZAÇÃO DOS CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS	198
A DEPRECIÇÃO DA NOVA CONTABILIDADE PÚBLICA: A contabilização da Depreciação dos Bens Públicos no Município de São Cristóvão SE	199
A APLICABILIDADE DO ANEXO V DA LEI COMPLEMENTAR 123/2006 PARA ELISÃO FISCAL	200
APLICAÇÃO DA AUDITORIA INTERNA PARA CONTAS MÉDICAS	201
ELABORAÇÃO DA FOLHA DE PAGAMENTO: PARTICULARIDADE DOS REGIMES DE TRIBUTAÇÃO	202

EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL NA AVALIAÇÃO DE PARTICIPAÇÕES SOCIETÁRIAS	203
MICROEMPRESAS: Procedimentos necessários para Abertura e Escrituração Contábil	204
NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES DE FLUXO DE CAIXA NUMA EMPRESA DE GRANDE PORTE EM ARAÇAJU SE	205
O USO DA CONTABILIDADE GERENCIAL EM MICROEMPRESAS	206
OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS DA CONTABILIDADE	207
OS EFEITOS DOS CUSTOS EMPRESARIAIS DECORRENTES DA CONTRATAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÃO DE OBRA	208
PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇO DE CORRETAGEM NA COMPRA E VENDA E AVALIAÇÃO DE IMÓVEIS	209

ARTIGOS

Anais

ISSN 2318-4477

III *Seminário de Pesquisa
da Faculdade Amadeus*



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

ALFABETIZAÇÃO CIENTÍFICA: Lixo e Cidadania¹

Wilma de Lunas Oliveira²

Maria Auxiliadora Santos³

RESUMO

O presente trabalho foi realizado com a finalidade de despertar o interesse quanto aos problemas ambientais, com o objetivo geral de desenvolver a consciência crítica sobre o lixo produzido na escola e no bairro. Foi aplicada uma intervenção pedagógica em uma escola da rede particular da cidade de Aracaju, com alunos do primeiro ano do Ensino Fundamental. Os objetivos específicos foram: conhecer de modo integrado e sistêmico, as noções básicas relacionadas ao lixo; promover a troca de informações entre os alunos, para que os mesmos percebam que os cuidados com o meio ambiente são necessários e devem ser contínuos; mostrar a necessidade de se tornar cidadão participativo na preservação do meio ambiente; demonstrar o que é reciclagem, o que pode ser reciclado, como reciclar e o objetivo de reciclar. A questão de pesquisa foi: é possível a escola despertar nos alunos hábitos e ações educativas sobre os problemas ambientais e levá-los a refletir sobre as condições necessárias para mudança de comportamento no que diz respeito à preservação ambiental? E para tanto, foi utilizada a concepção pedagógica construtivista. Observou-se nas crianças, através da oralidade, a ocorrência do início de alfabetização científica e ambiental pela mudança de atitudes e do perfil conceitual sobre o tratamento dado ao lixo.

Palavras-chave: Alfabetização Científica. Lixo. Meio ambiente.

ABSTRACT

This work was carried out in order to spark interest about the environmental problems, with the overall goal of developing critical awareness of the serious environmental issues surrounding the waste produced at school and in the neighborhood. In this sense, the data collection was carried out with an educational intervention in a private school in the city of Aracaju, with first years of elementary education. The specific objectives were: to know integrated and systemic way, the basics related to waste; promote the exchange of information between students, so that they realize that caring for the environment are required and must be continuous; show the need to become participatory citizens in the

¹ Monografia apresentada à Sociedade de Ensino Superior Amadeus como requisito para obtenção de Grau do Curso de Licenciatura plena em Pedagogia.

² Pedagoga pela Faculdade Amadeus, Aracaju SE

³ Bióloga, Professora Emérita da Universidade Federal de Sergipe, Doutora em Ciências pela USP. Orientadora de Trabalhos de Conclusão de Curso na Faculdade Amadeus.

preservation of the environment; demonstrate that it is recycling, which can be recycled as recycle and the purpose of recycling. The research question was: to awaken school is possible in habits students and educational activities about environmental problems and cause them to reflect on the conditions necessary for behavior change with regard to environmental preservation? And for that, we used the constructivist pedagogical concept. It was developed in children a conceptual change in the treatment of the waste, as also observed by the oral occurrence of the beginning of a scientific and environmental literacy through the changing attitudes of students.

Keywords: Scientific Literacy. Trash. Environment.

1 INTRODUÇÃO

A produção de lixo vem aumentando em todo o planeta e muitos desses resíduos podem ser reaproveitados através do processo denominado reciclagem. Nesse processo, o lixo orgânico e inorgânico é reaproveitado, contribuindo para a redução da poluição do meio ambiente. Lixo orgânico é todo aquele que vem de origem animal ou vegetal, restos de alimentos, folhas, sementes, papéis, e podem ser utilizados em compostagem para fabricar adubo. Lixo inorgânico é todo aquele que não tem origem biológica como plásticos, metais, vidro, dentre outros. Determinados resíduos sólidos, como os eletrônicos, exigem um maior controle no destino final e na reciclagem por conterem substâncias tóxicas, pois causam doenças. É o caso, também do lixo hospitalar. A destinação inadequada desses materiais agridem o meio ambiente e provocam a escassez dos recursos naturais. Portanto, faz-se necessário o desenvolvimento da consciência ambiental. Assim, o homem começará a perceber-se como parte integrante da natureza e entenderá que se a natureza perecer, ele perecerá com ela.

A educação ambiental tem como objetivo levar o homem a despertar a consciência de que cada um é parte integrante do meio ambiente, não uma parte fora dele. Nesse projeto, foi trabalhado o incentivo à reutilização dos resíduos domésticos para conscientização ambiental dos cuidados com o lixo.

Teve como objetivo geral desenvolver a consciência crítica sobre as graves questões ambientais que envolvem o lixo produzido na escola e no bairro. Os objetivos específicos foram: conhecer de modo integrado e sistêmico, as noções básicas relacionadas ao lixo; promover a troca de informações entre os alunos, para que os mesmos percebam que os cuidados com o meio ambiente são necessários e devem ser contínuos; mostrar a necessidade de se tornar cidadão participativo na preservação do meio ambiente; demonstrar o que é reciclagem, o que pode ser reciclado, como reciclar e

o objetivo de reciclar.

Dessa forma a questão de pesquisa foi: é possível a escola despertar nos alunos hábitos e ações educativas sobre os problemas ambientais e levá-los a refletir sobre as condições necessárias para mudança de comportamento no que diz respeito à preservação ambiental? Utilizou-se a pesquisa qualitativa, etnográfica e desenvolvido um projeto didático com concepção construtivista onde a sala de aula foi considerada um laboratório de pesquisa.

Segundo Lüdke e André (2012), a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. Dessa forma, pesquisa qualitativa supõe o contato direto e prolongado do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo investigada. Assim, a pesquisa qualitativa é útil para firmar conceitos e objetivos a serem alcançados, além de ser utilizada para analisar opiniões e atitudes de forma espontânea e consciente, de modo que se saiba qual a pergunta ou problema que será colocado em questão e assim permitir o desenvolvimento das hipóteses.

Para a coleta dos dados, trabalhou-se conhecimentos acerca dos problemas gerados pela má conservação do meio ambiente, com os alunos do 1º ano do ensino fundamental de um colégio da rede particular de ensino da cidade de Aracaju SE e a proposta pedagógica partiu de uma situação problema. Durante o projeto, levou-se em conta a diversidade dos alunos, a realidade local, o conhecimento dos grupos e os materiais didáticos disponíveis. Discutiu-se os aspectos conceitual, procedimental e atitudinal do conteúdo desenvolveu-se nos mesmos a capacidade de observação, reflexão, criação e crítica.

2 A IMPORTÂNCIA DA PESQUISA EM SALA DE AULA

Segundo Coll *et. al.* (2004), quando a pesquisa é feita em sala de aula, o aluno torna-se um ser responsável pela construção do próprio conhecimento. O aluno passa a ter autonomia na resolução de problemas, pois o pensamento e a ação do indivíduo produzirão a busca para resolver os problemas que lhe foram apresentados. Logo, para o construtivismo o conhecimento nunca termina, está em harmonia no meio em que o indivíduo está inserido. Esse novo conhecimento vai estar pautado em suas experiências do cotidiano social. A escola construtivista auxilia no processo de aprendizagem do aluno, estimulando sua forma de pensar, analisar e interpretar o que o cerca,. O aluno

não assimilará o conhecimento de forma passiva porque reconstruirá o conhecimento já existente, e assim dará um novo significado, proporcionando a mudança do perfil conceitual.

De acordo com Paulo Freire (2011) ensinar não é transmitir conteúdo, mas sim dar liberdade ao educando para a construção do conhecimento e não há ensino sem pesquisa e pesquisa sem ensino. A pedagogia da autonomia visa o respeito ao saber do educando, tornando-o um ser crítico e participativo com o direito de aprender a aprender. O autor relata uma pesquisa que foi feita com uma professora da escola onde o projeto foi aplicado. Foi entregue um questionário, indagando como o ensino de ciências proporcionaria aos alunos a autonomia do seu próprio conhecimento. A mesma respondeu que o fundamental é fornecer aos alunos ferramentas que lhes permitam pensar por si para que o ensino de ciências venha a contribuir para uma aprendizagem significativa. A professora enfatizou que o conhecimento científico não é algo que nasce com o indivíduo, requer o desenvolvimento de habilidades de pensamento sistemático e rigoroso, que exigem esforço e tempo.

Para Zabala (1998), o construtivismo deve atender principalmente a diversidade dos alunos. Ele deve se tornar capaz de relacionar o conhecimento já existente, com o novo conhecimento, através da comparação e de construção sobre os conhecimentos escolares. É preciso que o aluno, não utilize apenas os conteúdos propostos na escola, mas que o mesmo possa atualizar e comprovar seus esquemas de conhecimento, comparando com o que é novo, para poder identificar semelhanças e diferenças e comprovar que o resultado teve coerência. A professora, através dos seus conhecimentos e da pesquisa em sala de aula, deve encontrar uma forma de trabalhar com o ensino de ciências de forma investigativa, mesmo não tendo recursos necessários, estudar o que os rodeia e buscar respostas para os fenômenos naturais e sociais.

3 A IMPORTÂNCIA DA PEDAGOGIA DE PROJETOS COMO FERRAMENTA PEDAGÓGICA

O papel da escola é formar cidadãos participativos na sociedade. Mas para que isso ocorra é necessário desenvolver nos alunos a autonomia, ou seja, um ser ativo, crítico e organizador do seu próprio conhecimento. A pedagogia de projetos tem como função ser um instrumento de fácil operacionalização para auxiliar o trabalho do professor na sala de aula. Sendo assim, para Nogueira (2001) a palavra projeto significa jogar

adiante, para frente, aquilo que se planeja.

Segundo Nogueira (2001), a pedagogia de projetos é vista como uma metodologia de trabalho voltada para a educação e terá como objetivo, organizar a construção dos conhecimentos em torno de metas planejadas e previamente definidas, de forma coletiva entre alunos e professores. Em um projeto o professor precisará interagir com o aluno, pois o projeto será elaborado a partir das necessidades de cada um, dessa forma surgirá um problema e o aluno será estimulado pelo professor a buscar as respostas e soluções.

Para Antunes (2010) o conhecimento na pedagogia de projetos não é apenas do professor, ele será apenas um mediador do saber. A pedagogia de projetos levará o aluno a desenvolver a magia da solidariedade e das relações interpessoais. A escola é um ambiente que motiva o aluno a construir sua própria aprendizagem, através de projetos elaborados pelo professor que o utiliza como um recurso metodológico, que valoriza o que os alunos já sabem e respeita o que eles têm desejo de aprender.

De acordo com Nogueira (2001) o projeto tem várias intencionalidades, e o aluno sai da passividade. O professor, como mediador, fará relação entre o mesmo e o objeto do conhecimento. É preciso levá-lo para a prática, para que possa interagir com o objeto de aprendiz. A pedagogia de projetos vai dar ao aluno, a dinâmica que o mesmo precisa para criar asas e desenvolver sua criatividade, habilidades e competências. O autor continua esclarecendo que na pedagogia de projetos, a atividade do sujeito que está aprendendo será determinante na construção de seu saber, pois o mesmo nunca estará sozinho ou isolado, ele vai agir em constante interação com o meio ao seu redor. Neste caso, o papel do professor em suas intervenções é o de estimular, observar e mediar, criando várias possibilidades de situações de aprendizagem significativa. É importante que este saiba como elaborar perguntas que irão instigar os alunos a pensarem a respeito do conhecimento que se espera construir, pois uma das funções do professor é levar o aluno a refletir.

Dessa forma, é importante que o educador faça menos e ajude mais, deixe que o aluno faça, para desenvolver suas habilidades e competências, através das experiências, em contato com o meio e através de uma participação ativa na resolução de problemas e dificuldades. Por isso, ao elaborar um projeto o professor deverá estar ciente de que é preciso seguir algumas etapas: A primeira planejar, a segunda executar, a terceira depurar, a quarta apresentar e por fim avaliar.

4 ALFABETIZAÇÃO CIENTÍFICA

Para Sasseron e Carvalho (2011) o termo alfabetização científica é estudado e definido por diversos autores. De acordo com a Didática das Ciências, tem como objetivo a formação cidadã dos alunos para ação e atuação em sociedades. Está relacionado à mudança dos objetivos do Ensino de Ciências, à formação da cidadania de cada indivíduo, em que o papel da escola é propor aos alunos o elemento necessário para se tornar um indivíduo alfabetizado. O ensino de ciências deverá, ainda, tornar o aluno, um ser apto ao domínio e uso dos conhecimentos científicos de forma consciente e crítica, levando-o à construção de benefícios práticos para as pessoas e o meio-ambiente.

Segundo Chassot (2011) a ciência é vista como uma linguagem que facilita nossa leitura do mundo. Com isso, é necessário que o educando tenha consciência da importância da aplicação da alfabetização científica na sua vida cotidiana e escolar. Para o mesmo autor, a alfabetização científica é definida como o conjunto de conhecimentos que facilitariam aos homens e mulheres fazer uma leitura do mundo onde vivem. Dessa forma, o indivíduo passará a ser mais crítico, tendo como objetivo fundamental não somente a leitura do mundo, mas também a consciência da importância das transformações que acontecem no ambiente.

Ainda de acordo com Chassot (2011), quando se pensa em propostas que surgem sobre alfabetização científica, é necessário pensar imediatamente nos currículos de Ciências. Atualmente, a ciência é estudada de maneira inter-relacionada com a tecnologia e a sociedade. Os currículos estão sendo denominados de CTS, ou seja, ciência, tecnologia e sociedade. Logo, ser alfabetizado em ciências vai muito além do que uma educação formal, isso significa dizer que o indivíduo será alfabetizado quando tiver o mínimo do conhecimento necessário para poder acompanhar e entender os avanços da ciência e tecnologia e suas implicações na sociedade e no meio em que o mesmo está inserido.

Para Sasseron e Carvalho (2011), a alfabetização científica deve desenvolver em uma pessoa qualquer a capacidade de organizar seu pensamento de maneira lógica, além de auxiliar na construção de uma consciência mais crítica em relação ao mundo que a cerca. Dessa forma, é necessário incentivar os alunos a mudar sua visão em relação à leitura que faz do mundo, representado pelo meio ambiente e seus acontecimentos, em que os mesmos terão plena consciência da ação de modificar e transformar o meio

ambiente sem precisar agredi-lo, ciente da interação com o meio, adquirida por meio dos saberes científicos, bem como as habilidades também adquiridas através dessa relação homem-natureza.

As mesmas autoras (op. cit.) apontam para a ideia de que há necessidade de se ter um currículo de ciências que seja diretamente voltado para a formação pessoal de cada indivíduo. Assim, para ser alfabetizado cientificamente não precisa saber tudo sobre as ciências, mas que deve ter conhecimentos suficientes de vários campos delas e saber sobre como esses estudos se transformam em adventos para a sociedade.

Para Chassot, (2011, p. 73):

A educação é um direito de todos e dever do Estado e da família e 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.

Aliás, este objetivo de formação da cidadania já está explícito na Lei 5.692/71 mesmo que esta seja produto dos anos da ditadura militar, e também na nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional Lei 9.394 (BRASIL, 1997). Nesse sentido, a cidadania só pode ser exercida plenamente se o cidadão tiver acesso ao conhecimento e não apenas a informações, com isso cabe aos educadores fazer esta educação científica e ambiental.

Chassot (2011) afirma que a educação científica tem como objetivo levar o aluno a observar a necessidade de entender os impactos causados pela ciência e pela tecnologia na sociedade, através do conhecimento científico adquiridos pela própria ciência e tecnologia. Logo, o ensino de ciências deve estar atrelado, não apenas ao conhecimento científico e tecnológico, mas também, visa uma formação cidadã, com a intenção de desenvolver nos alunos as habilidades e competências necessárias relacionadas a atividades técnica-científica-sociais-ambientais (CTSA), além de incluir valores éticos importantes para o convívio social.

Enfim, espera-se que os estudantes percebam as relações existentes entre as informações e os experimentos adquiridos e desenvolvidos por uma comunidade e o estabelecimento de ideias conceituais, ou seja, que saibam utilizá-lo de maneira adequada e também compreendam como a ciência constrói conhecimento dos fenômenos naturais, para que, assim, percebam o papel da ciência e da tecnologia em sua vida.

5 ÉTICA NA EDUCAÇÃO VERSUS ÉTICA NA SOCIEDADE

Para Pereira e Silva (2008) a ética é importante em todas as esferas da sociedade. Na saúde, na educação na política, e em todas as profissões e instituições. O Princípio da Responsabilidade, além de ser considerado um princípio ético, proporciona uma perspectiva de diálogo crítico em plena era tecnológica. Dessa forma, é necessário que a ética esteja presente na formação do homem e cabe a cada indivíduo visualizar e analisar esse resultado na sociedade como um todo. A ética é constituída por valores históricos e culturais de um povo. O que é admissível em um grupo ou em um país pode não ser em outro. Por isso temos que ter consciência de que aquilo que desejamos para as nossas crianças, como direitos, leis, regras sociais, começa na educação que é oferecida no ambiente escolar e familiar.

Ainda para o mesmo autor (op. cit.) a ética na educação está relacionada com a formação e construção de cada indivíduo, que assumirá papel importante no meio social, através da responsabilidade ao perceber-se como cidadão. A ética é uma ação humana voltada para moral e prática e tem como objetivo a coletividade e não o individualismo. A ética quando inserida na educação desenvolve no indivíduo a capacidade de estabelecer relações entre o conhecimento e a habilidade, orientando-o para prática da cidadania. A criança adquire e constrói seus conhecimentos de linguagens quando a mesma compreende que na sociedade existem normas, regras, que são estabelecidas ainda no processo educativo, seja escolar ou familiar.

Pereira e Silva (2008) afirmam que o ambiente escolar está se tornando cada vez mais um dos meios mais favoráveis para a construção do processo ético. Dessa forma, a escola tem deixado de trabalhar sua verdadeira função em relação à sociedade, pois a mesma tem por finalidade possibilitar a cada indivíduo perceber-se como cidadão, colocando em prática sua participação ativa e cumpridora de seus deveres. Esse processo de participação ativa e responsável faz-se necessário para um convívio saudável na comunidade, que tem por pilar fundamental a ética. É papel do professor incentivar e mostrar a seus alunos o caráter democrático da sociedade, o que facilita o convívio com as diferenças.

Para Amorim Neto (2009) a ética é uma substância de condição humana e política, é um tema bastante atual e discutido e deve estar inserido no processo educacional, visando o desenvolvimento do ser humano. Diante disso, a educação dos cidadãos deve estar relacionada a ações comunitárias voltadas para projetos pessoais interligados com

a construção de um mundo melhor, tendo consciência que cada um é responsável pelas suas próprias atitudes, mediante a realidade do meio social. A formação moral e ética é uma das contribuições essenciais da educação, insere-se também nessas contribuições a importância de princípios que fundamentem e promovam condições para uma vida pessoal e social de melhor qualidade. Os limites morais e éticos são formados pelos conhecimentos e valores requeridos pela vida e convivência na sociedade, promovida pelas relações e instituições sociais, entre elas as instituições educativas.

Amorim Neto (2009) afirma, ainda, que atualmente as instituições escolares passam por dificuldades para preparar o indivíduo para o exercício da sua cidadania, pois o modelo de educação baseado apenas nos conteúdos dos livros didáticos e memorizações de regras, não conseguem mais prepará-lo para a vida cotidiana que passa por grandes desafios. A formação de professores e profissionais de diversas áreas tem sido histórica e culturalmente, um dos mais importantes fatores de desenvolvimento social, tendo em vista a construção de uma sociedade democrática cidadã.

Segundo Amorim Neto (op.cit.), os professores devem proporcionar coerência entre os valores proclamados pela escola e o modo como conduzem o processo educativo em sala de aula, no sentido de que os alunos possam perceber que valores como justiça e respeito não são meras teorias ou simples valores proclamados, mas de fato são parâmetros para as relações estabelecidas dentro e fora da sala de aula. Sendo assim, os educadores devem procurar ter uma postura de ação com responsabilidade, precisam oferecer ainda ferramentas necessárias para que o aluno seja mais crítico diante de qualquer situação expondo seu ponto de vista, que tenham em mente a consolidação dos valores éticos e morais. O professor deverá ter por finalidade o desenvolvimento da autonomia dos estudantes e, como é bem verdade, não se chega à autonomia sem ser educado; dentro desse princípio, os professores necessitam estar atentos para a participação efetiva de todos os alunos nas tomadas de decisão.

A educação por uma vida sustentável possibilita as crianças a se tornarem cidadãos responsáveis e realmente preocupados com a sustentabilidade da vida que sejam capazes de desenvolver uma paixão pela aplicação dos seus conhecimentos ecológicos à reformação das nossas tecnologias e instituições sociais. (STONE e BARLOW, 2006, p.11).

Portanto, o papel do professor é oferecer continuamente oportunidades de desenvolvimento, quer seja pela salvaguarda dos princípios de democracia, justiça, respeito, quer seja pelo modo como vivecia tais princípios em sala de aula e ainda, por estimular seus alunos a se colocarem no lugar dos outros e apresentarem modos mais

maduros de raciocínio moral. (AMORIM NETO, 2009).

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para atingir os resultados desta pesquisa foi aplicado um projeto de intervenção pedagógica que consistiu em trabalhar a educação ambiental na escola, de forma construtivista, voltada para um problema da comunidade e da escola, desde que a Alfabetização Científica e Ambiental é um processo que começa na escola e acompanha o aluno no seu cotidiano. O método investigativo no ensino de ciências visa testar as hipóteses dos alunos, através dos conhecimentos prévios, ou fenômenos que estão em questão, além de permitir ao aluno, adquirir novos conhecimentos, para encontrar respostas para as questões. Auxilia também na descrição, explicação e verificação dos acontecimentos. Dessa forma, o aluno construirá seu próprio conhecimento.

A mudança de comportamento do aluno é um processo lento que exige uma reorganização mental e que pode ser realizada apenas pelo aluno. Ele é um ser reflexivo sobre suas atitudes e ideias, que vão de encontro com as comparações das ideias de outros alunos, isso devido ao diálogo que ocorre entre eles na sala de aula. As opções metodológicas de investigação adotadas efetuam-se, primeiramente, numa caracterização sumária do grupo de alunos participantes no estudo e termina com a apresentação dos procedimentos de recolha e análise da informação que possam auxiliar a avaliação da estratégia de intervenção pedagógica.

O método científico ao ser empregado na ação pedagógica deve ter a intenção de levar o aluno a encontrar um significado nos conteúdos escolares, que serão compartilhados das motivações e interesses, e não apenas dos conteúdos estabelecidos no livro didático. Os livros serão utilizados como suporte para o professor, pois o mesmo tem o dever de levar o aluno a buscar seus próprios conhecimentos, para que possa desenvolver suas habilidades e competências, de acordo com o ritmo de aprendizagem de cada um.

6.1 A pesquisa

O projeto foi aplicado em uma escola particular, que atende a educação infantil e ensino fundamental, localizada no município de Aracaju SE, no bairro São Conrado. O motivo que levou à aplicação desse projeto foi à falta de caixas coletoras de lixo na

própria escola, onde os alunos não tinham nenhuma noção de que, para reciclar era necessário que fizessem primeiro a separação do lixo de acordo com cada material. Foi observado também, que a escola não proporcionava projetos voltados para a questão dos problemas ambientais, causados pela má conservação do lixo, fazendo com que os alunos não tivessem consciência dos problemas que certamente ocorrerão no futuro.

O projeto foi aplicado em uma turma de alfabetização, composta por 15 alunos (meninos e meninas) de seis anos. Foi possível observar que alguns já estavam bem desenvolvidos na questão da leitura de alguns textos pequenos, enquanto para outros a leitura era mais lenta. Foi possível perceber que algumas crianças, não estavam acostumadas a ter contato com atividades lúdicas, pois em suas aulas eram usados, apenas, os livros didáticos.

Foi possível notar, durante o período de observação, que as crianças eram muito dispersas, provavelmente pela falta de atividades na sala de aula que as estimulassem e desenvolvessem sua atenção. A todo o momento, a autora se perguntava de que forma deveria aplicar o projeto? O que seria possível fazer para que o objetivo fosse atingido? A aula foi iniciada com uma roda de conversa, deixando os alunos livres para falarem sobre o que quisessem, foi então percebida a falta de prática de discussões e interação entre os alunos. A partir daí, a autora foi motivada a trabalhar com o construtivismo, em que segundo Solé (2004), o aluno é um ser ativo, ator principal na construção do conhecimento.

Ainda para Solé (op. cit.), aprender do ponto de vista construtivista é uma representação pessoal da realidade a partir de experimentações e conhecimentos prévios, o contexto social apresentado. Para Coll *et. al.* (2004), o professor será o mediador entre o aluno e a sociedade tornando-o um ser aprendente, social e levando-o a compreender os conteúdos da aprendizagem como produto social e cultural.

De acordo com Nogueira (2001), trabalhar com projetos é levar o aluno para a prática, para que o mesmo possa interagir com o objeto de aprendiz. Os estudos relacionados proporcionaram conteúdo para introduzir o aluno em uma alfabetização científica, para que aprendessem a respeitar e preservar o meio ambiente; que os alunos se sentissem estimulados a estudar sobre os assuntos com os quais têm contato no dia a dia e que criassem uma consciência ambiental importante para a preservação da natureza.

Através dos objetivos propostos no projeto sabe-se de onde e para onde queremos chegar, pois somente eles permitirão uma avaliação da aprendizagem. A sala

de aula é um meio viável aberto para discussões, que devem ser estimuladas e incentivadas pelo próprio mediador, ouvindo e aceitando a opinião de todos, pois cada um terá ideias diferentes sobre o tema que está sendo estudado.

Para Carvalho et. al. (2012) a argumentação deve ser entendida como sendo um bem social, atividade intelectual, verbal que serve para justificar ou refutar uma opinião, que consiste em demonstrações direcionadas para se obter a aprovação da audiência. Sendo assim, ela é importante, pois vai incentivar o aluno a desenvolver sua capacidade seu raciocínio e discussão sobre os problemas científicos.

6.1.1 Primeiro momento

O projeto foi aplicado nos dias 04, 05 e 06 de março de 2015 no turno matutino. A execução foi iniciada com uma conversa informal com os alunos sobre os conhecimentos a respeito do lixo para que, dessa forma, todos pudessem entender melhor a importância que o lixo tem no meio ambiente. Focou-se nos estragos ocorridos, pelas atitudes do ser humano em relação aos problemas apresentados. No que tange ao tema lixo, ao serem questionados sobre o que era na verdade o lixo, a aluna:

A1. (6 anos) informou: - *é tudo que joga fora,*

A 2. (7 anos) disse: - *é o que as pessoas não usam mais.*

O aluno A 3. (6 anos) afirma que: - *é o que não presta.*

O lixo é um problema de todos, e por ser assim, requer uma busca coletiva de soluções. Nesse processo, o educador deverá conhecer as características da tarefa trabalhada e ter bem definido o que se pretende com determinado conteúdo e sua necessidade, só assim conduzirá seus educandos a uma aprendizagem significativa. A partir de uma roda de conversa sobre o tema abordado, houve uma discussão sobre o lixo: Como o lixo é tratado na escola e no bairro onde moram? Quantas vezes o caminhão passa no seu bairro para coletar o lixo? Começaram a surgir algumas dúvidas entre os alunos, mas em seguida começaram a entender melhor.

O aluno A 2. (seis anos) informou: - *Minha avó deixa tudo junto e coloca em uma bolsa grande e coloca no lixeiro.*

A aluna L. (6 anos) diz: - *O caminhão do lixo passa todos os dias.*

Com essas informações, foi passado um vídeo para que os alunos relacionassem o tema com o seu cotidiano. Em seguida, percebeu-se a relação que foi feita das respostas juntamente com o que eles aprenderam assistindo ao vídeo. Então, a autora

continuou analisando os conhecimentos de cada um e questionando, dessa vez sobre o tema O que é reciclar? Ficou surpresa com a resposta:

A aluna A 1. (6 anos) informou: - *É o que vamos utilizar para fazer outros produtos.*

Certamente ela já tinha ouvido falar. No momento, foi feita a leitura de um texto que tratava da coleta seletiva e foi surpresa a reação de alguns alunos ao responderem:

- *Olha, foi o que A. falou, ela estava certa.*

Carvalho et.al. (2012) afirmam que nas aulas de ciências, argumentação é baseada em elaborações feitas pelo próprio aluno durante as discussões, visando principalmente à construção de explicações coletivas para dar respostas a determinados fenômenos. O aluno G. (6 anos) após ter assistido ao vídeo e ouvido atentamente a leitura do texto, começou a conversar de forma espontânea sobre os materiais que seriam reciclados tomando consciência da importância de fazer a reciclagem. Os alunos foram separados em grupos para fazer a coleta do lixo na própria escola e foram questionados se a forma como estavam recolhendo o lixo estava correta. Dessa vez todos quiseram compartilhar:

A aluna L. (6 anos) afirmou:- *está errado, tem que colocar em sacos separados.*

O aluno C. (6 anos), afirmou: - *está errado, não pode ficar tudo junto.*

Foi preciso fazer intervenções, para explicar aos alunos sobre a importância da reciclagem que não depende apenas de um, mas sim de todos. Foi preciso explicar que o principal responsável por poluir o meio ambiente são os seres humanos. Os alunos vivenciam todos os dias nas suas práticas e sabem da importância de preservar o meio ambiente. Na roda de conversa os alunos puderam demonstrar o que aprenderam

O aluno A 1: - *O lixo é o que as pessoas não gostam e jogam fora.*

A aluna L: - *O lixo polui a natureza.*

A aluna A 2: - *Na escola não há caixa coletora.*

Ângelo (2006) diz que Paulo Freire em sua teoria caracteriza a roda de conversa, como um espaço em que o indivíduo compartilha suas ideias, tendo total liberdade para expressar por meio da fala a compreensão dos seus conhecimentos. Nesse processo, a criança é estimulada, é desafiada a participar das atividades, usando a fala como meio de comunicação para expressar suas opiniões e forma de ver o mundo. A informação poderá levar o aluno à pesquisar, à reflexão e ao conhecimento. É o momento em que os alunos se sentem à vontade para falar sobre diversos assuntos, procurando saber algo, o que não é muito comum na prática dos professores. Nesse conceito, o

professor deverá facilitar o desenvolvimento da aprendizagem do aluno, deixando-os livres para fazer seus questionamentos, pois esse é um momento em que as crianças serão capazes de construir conhecimentos.

6.1.2 Segundo momento

Dando sequência, as crianças foram organizadas em grupos para registrar oralmente as respostas sobre a pesquisa feita em casa. Foi um momento de grande socialização, em que todos participaram ativamente. Logo após a atividade proposta, os alunos foram convidados a participar de uma atividade lúdica para melhor compreensão do tema a ser abordado. Com o jogo do certo ou errado os alunos começaram a perceber a importância e a forma como devemos tratar o lixo, no meio em que o mesmo está inserido.

Por meio do jogo, foi possível notar que, por ser uma atividade diferente e dinâmica, a aprendizagem do aluno não foi apenas memorização, o jogo auxiliou o professor nas discussões dos conteúdos, proporcionando um estímulo a mais para os alunos, que fizeram trocas de ideias, favorecendo a interação e o desenvolvimento cognitivo de cada um.

De acordo com Costa (2008, apud. CARVALHO *et. al.*, 2012) a ideia de que o objetivo fundamental do ensino argumentativo em ciências é que os estudantes adquiram competências para defender e justificar as suas ideias e opiniões e que se tornem capazes de compreender, diferenciar e confrontar as ideias e opiniões próprias com as dos outros. Para o ensino de ciências, a argumentação, o questionamento passam a ser ações de construção do conhecimento social e coletivo.

Nas séries iniciais, o ensino de ciências tem papel importante na vida das crianças, pois é nessa fase que elas desenvolvem sua curiosidade em descobrir o conhecimento novo, porque elas são naturalmente curiosas e quando essa curiosidade é bem trabalhada, ainda nessa fase, com certeza gera amor, pois elas acabam descobrindo o significado e compreensão do meio em que vivem.

Ao término da atividade do jogo, aproveitando o que eles já tinham aprendido com a aplicação do mesmo, foi feita a leitura de um texto informativo “*cada lixo em seu lugar*”. Em seguida, foi feita uma dinâmica utilizando caixas coletoras. No início, a participação ficou tumultuada, pois todos queriam participar ao mesmo tempo. Então, a autora fez uma intervenção e explicou que todos participariam, mas um de cada vez. Em seguida, foram

colocados no chão alguns materiais, coletados por eles mesmos no dia anterior. As Figuras 1 e 2 demonstram o resultado da coleta que foi feita nas salas de aula durante as atividades do primeiro momento.

Então, para iniciar a atividade foi solicitado que os alunos colocassem os materiais nas caixas, de acordo com a cor e o tipo de material que seria reciclado. (Figura 3). É papel da escola, em suas aulas de ciências, propiciar aos alunos um ambiente em que o educando se sinta estimulado a desenvolver seu raciocínio, priorizando o que eles já sabem do convívio com o meio em que ele faz parte.

Figura 1 - Coleta do lixo produzido na escola



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 2 - Separação de lixo domiciliar



Fonte: Produção das próprias autoras

A aplicação dessa atividade tornou possível perceber uma mudança de comportamento entre os alunos, pois na sala de aula quando derrubavam alguma coisa, pediam imediatamente para que apanhassem do chão e colocassem na caixa coletora correta, depois começaram a falar que quando chegassem em casa iriam explicar para os pais o que tinham aprendido sobre o lixo. Carvalho et. al. (2012) afirmam que desde o início da escolarização formal é extremamente importante que haja o estímulo necessário para que os alunos aprendam a observar, formular hipóteses, dialogar, experimentar e verificar suas conclusões

Em seguida, a situação do lixo foi explorada através de uma música “*lugar de lixo não é na rua*”, mostrando o que acontece com o meio ambiente quando tratamos o lixo de forma incorreta e o momento foi aproveitado para fazer alguns questionamentos. O que acontece com o lixo jogado nas ruas? Quem é responsável por poluir o meio ambiente? As respostas demonstravam os estragos causados no meio ambiente e que os únicos prejudicados eram os seres vivos, humanos ou não. Então, com esses questionamentos:

A aluna L. (6 anos), respondeu: - *o lixo vai para os rios.*

A aluna A 1. (6 anos) relata que: - *esse lixo entope os esgotos.*

Já o aluno G. (6 anos) diz que: - *Os seres vivos serão prejudicados.*

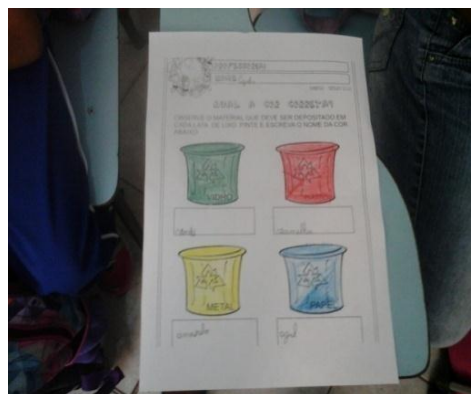
Solicitou-se a partir dessa reflexão, que os alunos registrassem o que entenderam sobre a música, por meio de pinturas, desenhos, recortes e colagem. Logo em seguida, eles foram reunidos em grupos para a confecção de um mural com base nos materiais que eram feitos de vidro, plástico, papel e metal, com o intuito de desenvolver cada vez mais o pensamento e o conhecimento das crianças. (Figura 4).

Figura 3 - Destinação correta do lixo.



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 4 - Consolidação do conhecimento adquirido



Fonte: Produção das próprias autoras

6.1.3 Terceiro Momento

A aula foi iniciada com uma roda de conversa e um breve resumo do que foi visto nos dias anteriores. Dando continuidade às atividades, os alunos foram orientados a assistirem a um vídeo com o tema em questão, sobre é preciso reciclar, como forma de aprimorar ainda mais o conhecimento. Após isso, debateram sobre o que foi visto no vídeo, despertando a curiosidade de descobrir o porquê de as pessoas não exercerem seu papel de cidadão diante dos seus deveres. Sendo assim, aquilo que o aluno já sabe acaba se tornando informações modificadas a partir do contato com o novo conhecimento para a resolução de problemas, através da interação estimulada no ambiente escolar.

Dando sequência às atividades, discutiu-se sobre como seria feita uma salada de frutas e os alunos junto com a autora construíram a receita por meio de desenhos, com essa atividade ficou evidente o quanto eles estavam interagindo com o objeto em questão. Para finalizar as atividades do projeto, o brinquedo confeccionado pelos alunos, com os materiais reciclados, serviu de objeto para uma exposição em sala de aula, promovendo um momento de muita emoção. Sendo assim, foi possível perceber a transformação do perfil conceitual de cada um dos educandos.

7 CONCLUSÃO

Diante da aplicação do projeto “Alfabetização Científica (AC): Lixo e cidadania” em uma turma do Ensino Fundamental os alunos foram encaminhados para uma alfabetização científica e ambiental. Foi utilizada como abordagem os cuidados com o Meio Ambiente, através do cuidado com o lixo. A questão da reciclagem dos resíduos sólidos ou lixo, no contexto escolar, exige antes de tudo, o comprometimento de toda a sociedade. Não se trata de assunto isolado, mas que permeia todo o modo de vida de uma população, já que os problemas ambientais não só preocupam, mas atingem a todos, sem distinção.

Desenvolver o projeto didático na escola foi vantajoso, pois tira o aluno da passividade. A cada frase escrita, cada colagem, cada fala da criança percebeu-se uma interação com o conteúdo e uma internalização do conhecimento. Trabalha com o concreto e coloca o aluno diante da problemática, em interação com o objeto de aprendizagem. Através das informações adquiridas, com uma metodologia diferenciada, foi possível uma aula mais dinâmica, com vídeos, cartazes, roda de conversa sobre o lixo, desenhos, pinturas e jogo didático.

Durante o desenvolvimento das atividades, foram valorizados a interação e o diálogo dos alunos, dando ênfase à argumentação. Dessa forma, percebeu-se que os alunos organizavam mentalmente as informações que foram obtidas, através do vídeo e explicavam que iriam cuidar melhor e dar destino correto ao lixo. Sendo assim, com as informações obtidas, as crianças começaram a entender e organizar melhor seu raciocínio, nas questões que foram discutidas e que agregaram ao conhecimento já existente.

Foi concluído, assim, este trabalho investigativo, exaltando a importância de se utilizar a pedagogia de projetos, como prática educativa. Diante da análise dos dados, observou-se a conexão da teoria com a prática, assim, direcionando a transformação de hábitos através da consciência social. Tornou-se possível perceber uma aprendizagem significativa de alunos do ensino fundamental com o educando aplicando os conceitos discutidos ao seu cotidiano.

Através do desenvolvimento desse projeto, as crianças puderam se socializar melhor e compartilhar seus conhecimentos sobre o tema abordado, de forma espontânea. Sendo assim, foi constatado que o papel da escola é formar cidadãos participativos na sociedade. Mas para que isso ocorra, é necessário desenvolver nos alunos a autonomia

intelectual, ou seja, um ser ativo, crítico e organizador do seu próprio conhecimento.

Dessa forma, o ensino-aprendizagem construído com a participação ativa de todos, dos conhecimentos já existentes e da vontade de aprender leva ao desenvolvimento da autonomia. Possibilitou o desenvolvimento da capacidade de observação, reflexão, criatividade e crítica dos alunos através de aula prática de educação ambiental, dentro de uma visão construtivista, voltada para os problemas existentes no cotidiano de cada criança, onde foi possível perceber a mudança de comportamento e atitudes das mesmas, com o professor como o principal agente e mediador dessa transformação e o aluno, o responsável, pela elaboração do novo conhecimento.

REFERÊNCIAS

AMORIM NETO, Roque do Carmo. **Ética e moral na educação**. Rio de Janeiro: Wak Editora,. 2009.

ANTUNES, Celso. **Trabalhando com Projetos**. Youtube. 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eguk20OL76c>> Acesso em: 24 abr.2015

BRASIL. **Parâmetros Curriculares nacionais: ciências naturais/Secretaria de Educação Fundamental**. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília MEC/SEF, 1997.

CARVALHO, Anna Maria, JUNIOR, Pedro, SASSERON, Lúcia e LOURENÇO, Ariane: **Ensino de física nos anos iniciais: análise da argumentação na resolução de uma “atividade de conhecimento físico”**. 2012. Disponível em: <http://www.if.ufrgs.br/ienci/artigos/Artigo_ID302/v17_n2_a2012.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2015.

CHASSOT, Attico. **Alfabetização científica: questões e desafios para a educação**. 5. Ijuí: Ed. Unijuí, 2011.

COLL, César, MARTÍN, Elena, MAURI, Teresa, MIRAS, Mariana, ONRUBIA, Javier, SOLÉ, Isabel e ZABALA, Antoni. **O Construtivismo em Sala de Aula**. São Paulo: Editora Ática, 2004.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia (Paulo Freire)**. Youtube. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iVP7khxWI4c>>. Acesso em: 22 mar. 2015.

LÜDKE, Menga e. ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: E.P.U., 2012.

NOGUEIRA, Nilo. **Pedagogia de Projetos**. Youtube. 2001. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eguk20OL76c>>. Acesso em: 18 mar. 2015.

PEREIRA, Eliana Alves e SILVA, Elói Lopes. Educação, ética e cidadania: a contribuição da atual instituição escolar. **Revista Eletrônica de Educação** Universidade Federal de São Carlos 2008 Disponível em:

<<http://www.reveduc.ufscar.br/index.hpeveduc/article/viewFile/12/12>>. Acesso em: 24 maio 2014.

SASSERON, Lúcia Helena e CARVALHO, Ana Maria Pessoa de. Alfabetização científica: Uma revisão bibliográfica. **Investigações em Ensino de Ciências**. v. 16 (1), p. 59-77. 2011, Disponível em:

<http://www.if.ufrgs.br/ienci/artigos/Artigo_ID254/v16_n1_a2011.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2015.

SOLÉ, Isabel. Disponibilidade para a aprendizagem e sentido da aprendizagem. In: COLL, César, MARTÍN, Elena, MAURI, Teresa, MIRAS, Mariana, ONRUBIA, Javier, SOLÉ, Isabel e ZABALA, Antoni. **O Construtivismo em Sala de Aula**. São Paulo: Editora Ática, 2004.

STONE Michael e BARLOW Zenóbia. **Alfabetização ecológica**: a educação das crianças para um mundo sustentável. São Paulo: Cultrix, 2006.

ZABALA, Antoni. **A prática educativa**: como ensinar. Porto Alegre: Artmed, 1998.

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTO DA GERAÇÃO DE ENERGIA A GÁS DE UMA PEQUENA EMPRESA SERGIPANA

André Luiz S. de Moraes¹

RESUMO

Após anúncio da Agência Nacional de Energia Elétrica sobre a implantação das bandeiras tarifárias na conta de luz determinando sua indexação na tarifa de energia elétrica, e, considerando a oportunidade de redução do custo de energia elétrica para o segmento empresarial, é apresentado neste artigo um estudo de viabilidade econômica da implantação de um sistema de geração de energia elétrica movido a gás natural. Este trabalho objetiva comprovar a viabilidade do investimento realizado pelo investidor com a geração de energia a gás no seu estabelecimento comercial. O estudo utiliza os custos reais de uma pequena empresa Sergipana e apresenta de forma empírica dados de pesquisa do autor na comparação dos números em relação ao financiamento do investimento, instalação, operação e manutenção da geração a gás. Considerando a atual tarifa de energia elétrica, as bandeiras tarifárias e os valores envolvidos no investimento, este artigo comprova a viabilidade da geração a gás através da avaliação econômica dos indicadores: Valor Presente Líquido, a Taxa Interna de Retorno e o Retorno sobre o Investimento, tendo como parâmetro de receita financeira, a economia média real com energia elétrica no horário de ponta de 46%. Para respeitar o sigilo empresarial, o artigo identificará esta empresa como “Hotel Sergipe”.

Palavras-chave: Geração. Energia. Indicadores. Investimento.

ABSTRACT

After announcement of the National Electric Energy Agency about the tariff flags implementation in the electricity bill with determining indexing in electricity tariff, and given the opportunity to reduce the cost of electricity on the business segments. This paper presents a feasibility economic study of implementing a power generation system powered by natural gas to show the viability of the investment made by the businessman to the auto generation in your business establishment. The study uses the actual costs of a Sergipana little company and an empirical data research comparing the figures for the financing of investment, installation, operation and maintenance of gas generation. Considering the actual electricity price, the tariff flags and the values involved on the investment, this article proves the availability of gas power generation through economic evaluation of the indicators: Present Value, Internal Rate of Return and Pay Back having as financial

¹ Engenheiro Eletricista, Especialista em Segurança do Trabalho, Gestão e Engenharia de Petróleo e Gás com MBA em Finanças Corporativas e Gestão Empresarial. E-mail: mslandre@yahoo.com.br.

income parameter, and the average real economy with electricity in peak time in 46%. To respect the confidentiality, the article will identify the company as "Hotel Sergipe."

Keywords: Generation. Energy. Indicators. Investment.

1 O IMPACTO DO HORÁRIO DE PONTA

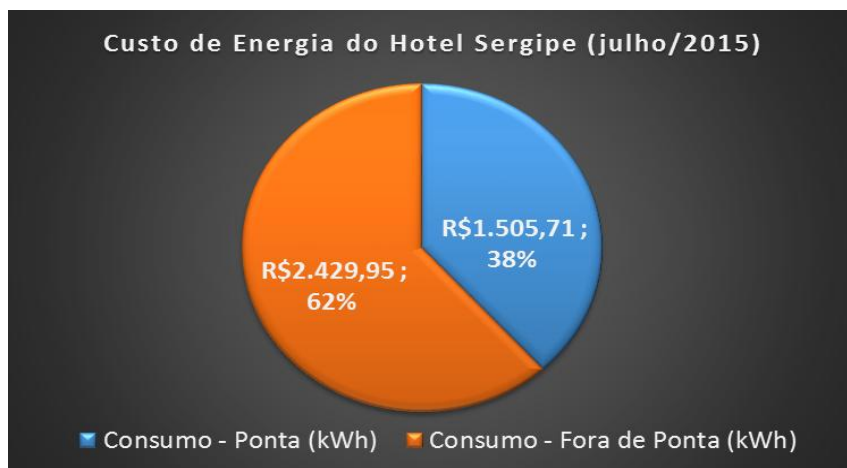
No decorrer das 24 horas do dia, os consumos de energia elétrica das capitais brasileiras variam podendo atingir valores máximos entre as 17h00 e 22h00 horas. De acordo com o perfil da carga de cada estado, são escolhidas três horas consecutivas no intervalo das 17 às 22 horas, dos dias úteis, e definido como Horário de Ponta. Segundo o artigo 10 da Resolução Homologatória Nº 1.513/2013 da Energisa - Sergipe, o horário de ponta compreende o período entre as 17 horas e 30 minutos e 20 horas e 29 minutos.

Para otimizar o equilíbrio do sistema de distribuição elétrico, utiliza-se durante o dia, nos horários fora de ponta, a energia gerada pelas usinas hidrelétricas para manter a carga base. A medida que aumenta o consumo, é injetado ao sistema a energia gerada pelas usinas termelétricas (com maior custo). Considerando que a energia gerada para atender as cargas na ponta tem elevado custo resultante do consumo de combustível queimado para gerar energia, é coerente deslocar parte do consumo deste para outros horários, o que resulta no melhor aproveitamento da capacidade instalada. Logo, a criação do horário de ponta surge como forma de compensação dos custos de geração das usinas termelétricas que são desembolsados pelo consumidor final.

A falta de percepção sobre o custo de energia elétrica no Horário de Ponta, associado à publicação do Decreto nº 8.401 (**que trata** sobre as bandeiras tarifárias) motivaram a realização deste artigo para divulgar a auto geração de energia elétrica como possibilidade de redução do custo operacional de uma pequena empresa em Sergipe. Em razão do pedido de sigilo comercial, a empresa envolvida será identificada neste trabalho como "Hotel Sergipe".

A grandeza que o custo da energia elétrica consumida no horário de ponta ocupa no total da fatura deve ser considerada quando o objetivo do empresário é reduzir custos para manter viva sua competitividade no negócio. Para ter ideia, foi evidenciado na fatura de energia elétrica, que em julho de 2015, das 24 horas de operação do Hotel Sergipe, apenas o consumo de três horas consecutivas (horário de ponta) representou 38% do custo total da energia. O gráfico 01 comprova esta afirmação.

Gráfico 1 - Custos da energia do Hotel Sergipe em julho de 2015

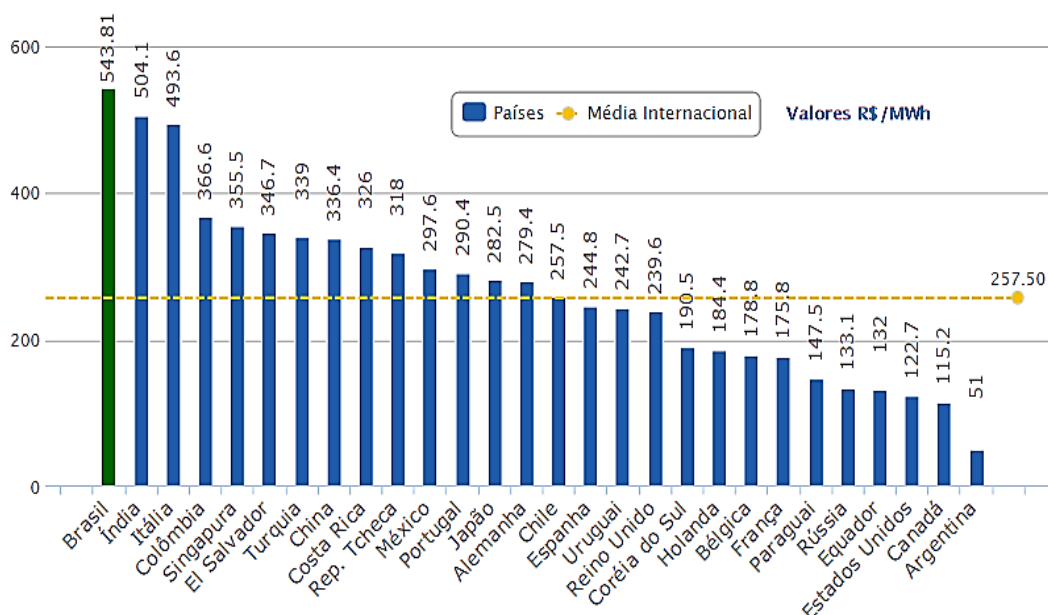


Fonte: Fatura ENERGISA Hotel Sergipe ref. jul/2015 – reelaborado pelo autor.

Apesar do cenário apresentado no gráfico acima ter sido atípico pela ausência de operação do gerador a gás no referido mês, o fato comprovou o peso do custo da energia no horário de ponta. Como o empresário não poderia desligar ou reduzir o consumo dos seus consumidores elétricos, a solução técnica encontrada por ele foi implantar em dezembro de 2013 um gerador de energia movido a gás natural. Importante salientar que no endereço do Hotel Sergipe havia disponibilidade do gasoduto urbano da distribuidora estadual de gás natural (SERGAS).

De acordo com a **FIRJAN** (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), a energia elétrica consumida no Brasil é a mais onerosa na relação dos 27 países identificados no gráfico 02.

Gráfico 2 - Custo médio da energia elétrica em 27 países selecionados



Fonte: Site da FIRJAN na internet.

O alto preço atribuído na geração das usinas brasileiras, na transmissão e distribuição das concessionárias estaduais, somadas aos tributos e encargos (federais estaduais e municipais) que recaem sobre a fatura das empresas, tem colocado o valor final da nossa conta de luz como uma das mais caras do mundo. Enquanto a tarifa média brasileira é de aproximadamente R\$ 543 (reais por mega watt hora), outros países que possuem uma matriz energética mais cara, apresentam valores bem menores. Por exemplo: Na Colômbia custa R\$ 366, no México R\$ 297, e na Argentina, apenas R\$ 51. *Que diferença!* Mesmo possuindo uma matriz predominantemente hidroelétrica, percebe-se que o aumento da participação de usinas térmicas no Brasil teve a sua parcela de culpa no elevado custo da energia. Mediante o elevado custo, cabe aos empresários brasileiros recorrer às medidas técnicas de eficiência energética que auxiliem na redução de custos, como no Hotel Sergipe, que enxugou (desde janeiro de 2014) o custo da energia no horário de ponta em aproximadamente 47% só com o uso do gerador a gás. Mas, será que esta economia viabilizará o investimento que fora realizado na compra, instalação e manutenção do gerador?

Como evidenciado no gráfico 01 (pág.4), o maior impacto do custo da energia elétrica para o hotel concentra-se durante o horário de ponta, ou, também conhecido “horário de pico”. Este horário foi imposto pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) e definido como o período em que mais se consome energia. Em Sergipe, o horário de ponta está definido entre 17h30 e 20h30, ou seja, qualquer consumo neste intervalo de horário vai encarecer na fatura de energia das empresas.

Como é típico no Brasil ter alto consumo neste período de três horas, e como o fato poderia sobrecarregar o sistema elétrico principal, foi criado um incentivo para que grandes consumidores como Indústrias, Shopping Centers, Supermercados, Hotéis, etc. deslocassem suas cargas para o horário fora de ponta. Para forçar este deslocamento, a tarifa no horário de ponta sofreu um acréscimo, e a tarifa no horário fora de ponta uma redução. Dessa forma o governo vem evitando altos investimentos que serviriam apenas para suprir a demanda do horário de ponta e que não representariam uma real melhoria no sistema elétrico nacional. Desta forma a ANEEL motivou empresas como o Hotel Sergipe a deslocar seu consumo elétrico durante a ponta, utilizando para isto o gerador a gás.

Para enfatizar melhor o impacto do custo da energia de ponta nas empresas, é importante saber que as horas do dia são estabelecidos dois períodos, denominados postos tarifários. O posto tarifário “ponta” corresponde ao período de maior consumo de

energia elétrica. Como informado, em Sergipe, a hora de ponta foi definida para iniciar às 17:30 e finalizar às 20:30. Logo o posto tarifário “fora da ponta” compreende as demais 21 horas do dia. Por conveniência técnica da ANEEL, nos finais de semana e feriados nacionais, o posto tarifário “ponta” não é aplicado.

Além do referido horário (ponta), em 2015 as contas de energia nas residências e nas empresas passaram a trazer uma “boa” novidade: o Sistema de Bandeiras Tarifárias (ver imagem 01 pág. 7).

Segundo a ANEEL, as bandeiras verde, amarela e vermelha indicam se a energia custa mais ou menos, em função das condições de geração de energia das usinas hidroelétricas e térmicas nacionais. Aplicada a todos os consumidores, o custo é calculado multiplicando-se o consumo do usuário pelo valor da bandeira (se ela for amarela ou vermelha). Por exemplo, em julho de 2015 a bandeira estava vermelha, e o adicional foi de R\$5,50 para cada 100 kWh consumido. Como o Hotel Sergipe consumiu 13 kWh na ponta, pagou naquele mês pouco mais de R\$ 70,00 como mostra a tabela 1 - pág. 7.

Tabela 1 - Custo da bandeira vermelha do hotel Sergipe

CONSUMO (kWh)		Cota mín. de bandeira vermelha (kWh)	Consumo de bandeira vermelha (kWh)	Tarifa Bandeira vermelha (R\$/kWh)	Custo da Bandeira Vermelha
TOTAL	12.517	100	125	R\$	R\$ 688,44
Hora de Ponta	1.292		13	5,50	R\$ 71,06

Fonte: Fatura ENERGISA Hotel Sergipe ref. jul/2015 – reelaborado pelo autor

Atualmente o custo da energia consumida na ponta pode chegar a seis vezes o valor da mesma energia utilizada fora do horário de ponta, e esta condição é válida somente para os consumidores atendidos em alta tensão (classe A4 – verde). Além do alto custo informado, o Sistema das Bandeiras Tarifárias entrou em vigor em todo o país desde o dia 1º de janeiro de 2015, e tudo indica ser uma condição perpétua no custeio das empresas. Por esta razão, este artigo considerará também na avaliação do investimento do Hotel Sergipe, esta e outras condições para avaliar se a viabilidade do investimento continua sendo positiva.

Imagem 1 - Custos associados às bandeiras tarifárias



Fonte: Site da Radio 104.7 FM na internet.

2 A GERAÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA COM O GÁS NATURAL

Como sabemos um automóvel produz sua própria energia para sinalizar no trânsito e manter ativa suas funções elétricas. Para isto, durante o funcionamento, o motor transfere parte da energia mecânica para o eixo de um pequeno gerador elétrico. De modo similar, um gerador estacionário produz energia elétrica necessária ao estabelecimento comercial.

Em Sergipe, os geradores movidos com motor diesel ainda ocupam a maior parte das empresas por três motivos básicos:

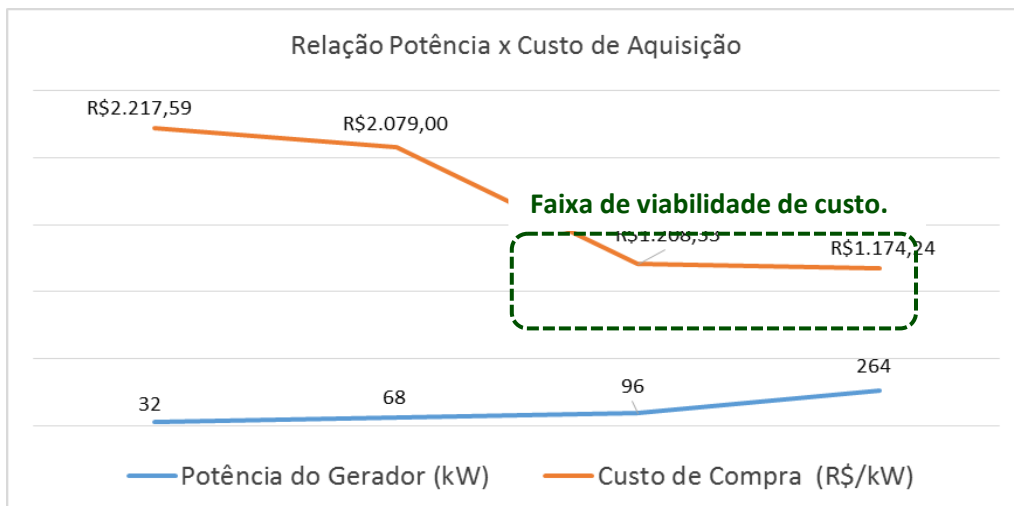
- Indisponibilidade do gás natural canalizado no endereço;
- Desconhecimento do motor a gás para geração de energia;
- Menor custo de aquisição (aprox. 60% em relação ao motor a gás).

Por outro lado, gerador com motor a gás apresenta três vantagens em relação ao diesel:

- Menor custo do combustível (gráfico 4);
- Maior intervalo de tempo entre as manutenções;
- Baixa emissão de poluentes.

Com a disponibilidade de um gasoduto urbano no seu endereço, o hotel Sergipe avaliou a diferença de preços entre os geradores (gás e diesel). Após pesquisa de preços de mercado, foi evidenciado uma relação inversamente proporcional entre potência e custo do gerador, como apresentado no gráfico 3.

Gráfico 3 - Custo específico estimado de aquisição de geradores a gás.



Fonte: Consulta a STEMAC grupos geradores – reelaborado pelo autor.

Como visto no gráfico acima, para potências a partir de 96kW, a viabilidade de compra do gerador a gás começa a melhorar em razão do menor custo específico de aquisição. Isto permite diminuir a diferença de preço em relação ao gerador diesel. No hotel Sergipe, após análise técnica do fabricante do gerador, foi sugerida a compra de uma máquina com potência de 96 kW com preço de R\$ 116.000,00 para um modelo cabinado (silenciado) com painel de comando integrado.

Imagem 2 - Gerador a gás do Hotel Sergipe instalado em janeiro de 2014



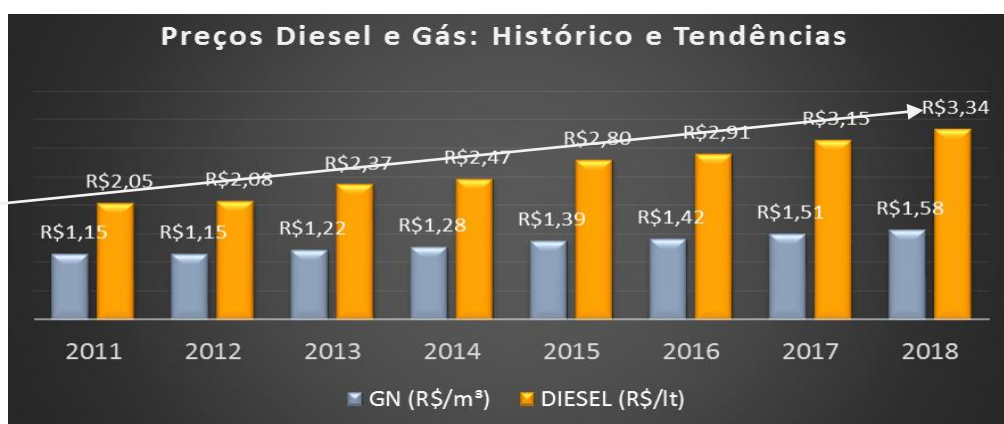
Fonte: Imagem registrada pelo autor em janeiro de 2014.

Tão importante quanto a qualidade e preço do equipamento, é o custo operacional da máquina, e neste, o custo do combustível primordial. Se por um lado o gerador diesel é mais barato, o custeio do seu combustível acende o sinal de alerta.

Numa pesquisa realizada através do Sistema de Levantamento de Preços da ANP (Agência Nacional do Petróleo) foi observada uma tendência de aumento dos preços do diesel em relação ao gás natural. Isto quer dizer que a economia percebida na compra do gerador a diesel poderia ser eliminada pelo custo de combustível. Pensando no médio prazo, segundo o fabricante STEMAC, espera-se uma vida útil de até 10 anos de operação para geradores de energia.

O gráfico 04 apresenta os preços combustíveis nos últimos 4 anos e a tendência de preços até 2018.

Gráfico 4 - Evolução dos preços do Diesel e do Gás Natural



Fonte: Site da ANP – levantamento de preços por estado – tendências calculadas pelo autor

Além do custo com o combustível, a operação do motor a gás (se comparado ao diesel) reduz as emissões, com menor volume de material particulado, fuligem, monóxido de carbono e compostos sulfídricos. Tendo em vista estas vantagens, a decisão do Hotel Sergipe ao optar pelo uso do equipamento movido a gás levou em consideração o custo operacional e o impacto ambiental.

3 INDICADORES ECONÔMICOS

Considerando o histórico da política energética nacional, e, entendendo que esta não possui definições concretas de médio e longo prazo, é importante tomar decisão correta para preservar a operação da empresa e o controle dos seus custos. Esta iniciativa visa maximizar em curto, médio ou longo prazo os lucros. Sendo assim, é fundamental para o empresário decidir por sacrificar benefícios imediatos em função das considerações de médio prazo, que neste artigo são:

- A redução do custo operacional da energia elétrica na ponta;
- A proteção contra a falta de energia (*black out*).

Indicadores econômicos são grandezas expressas em valores numéricos cuja utilidade nesta pesquisa será aferir a viabilidade econômica da compra, instalação, operação e manutenção do gerador a gás. De forma objetiva, este artigo apresenta como indicadores:

- Taxa Mínima de Atratividade (TMA);
- Taxa Interna de Retorno (TIR);
- Valor Presente Líquido (VPL);
- Retorno do Investimento (*pay back*).

A engenharia econômica orienta - através de indicadores econômicos - a comparação entre os resultados para a correta tomada de decisão. Baseado nisto, este trabalho fomenta o questionamento entre realizar ou não o investimento na geração de ponta. Nesta concepção, as diferenças que marcam as alternativas serão expressas em termos qualitativos.

Os próximos itens deste tópico apresentarão de forma introdutória os quatro indicadores informados acima.

3.1 Taxa Mínima de Atratividade (TMA)

Também conhecida pela sigla “TMA”, este indicador é uma taxa que representa o mínimo que a empresa se propõe a ganhar quando pretende realizar um investimento (sacrifício), ou o máximo que se propõe a pagar quando é realizado um financiamento.

Basicamente a TMA é formada a partir de 3 componentes:

- Custo de oportunidade do capital: que representa custo de sacrifício por não utilizar alternativas de rendimentos similares como, por exemplo, o juro da caderneta de poupança ou de um fundo de investimento.
- Risco do negócio: o ganho proporcionado pela geração de energia na ponta tem que remunerar o risco inerente de uma nova ação. Quanto maior o risco, maior a remuneração esperada.
- Liquidez: a **facilidade de transformar um ativo em moeda corrente**, ou seja, é o grau de celeridade na conversão de um investimento sem perda significativa de seu valor.

Tendo em vista os componentes apresentados, este indicador geralmente é considerado pessoal e intransferível, pois é esperado que propensão ao risco varie de caso a caso. Sendo assim não há fórmula exata para calcular a TMA. Como o estudo de

viabilidade deste artigo está associado à redução de custo operacional do hotel, e, considerando como “baixo” risco de escassez energética nacional, será utilizado uma TMA equivalente a composição da taxa de juros do programa PROESCO do BNDES. Neste caso de 8,5% ao ano.

Entendendo que o risco do investimento é relativamente baixo, e que a liquidez é aceitável no ambiente empresarial, para a depreciação do gerador em 10 anos, após ser quitado, a depreciação anual da máquina não representará mais nenhum desembolso real. Sendo assim, a depreciação seria reduzida do lucro declarado nos anos seguintes, permitindo uma maior folga no fluxo de caixa para suportar novas dívidas com investimentos ou até o *overall* do motor.

Sendo assim, este artigo considera a TMA referencial de 8,5% ao ano (a.a.), ou seja, será a taxa mínima que abalizará o investimento do hotel.

Por fim, a TMA também é a taxa utilizada para descontar os fluxos de caixa no cálculo do Valor Presente Líquido (VPL) e o parâmetro de comparação para a Taxa Interna de Retorno (TIR). Ambos (VPL e TIR) serão apresentados a seguir.

3.2 Valor Presente Líquido (VPL)

Como o próprio nome informa, o Valor Presente Líquido nada mais é do que a concentração de todos os valores esperados de um fluxo caixa na presente data (data zero). Para obter resultado, usa-se como taxa de desconto a Taxa de Mínima Atratividade da empresa (TMA), que fora definida em 8,5% aa.

Segundo Gonçalves (2011), o VPL apresenta a expectativa de ganho do projeto distribuído em valores equivalentes anuais. A fórmula para o cálculo do VPL é:

$$VPL = \sum_{t=0}^n \frac{FC_t}{(1+i)^t} - F_0$$

onde:

n = tempo total do projeto (anos ou meses)

t = período (anos ou meses)

i = taxa mínima de atratividade (TMA)

FC = fluxo de caixa por período

F0 = investimento inicial (desembolso)

Definido por Assaf Neto (2011), o Valor Presente Líquido (VPL) é a diferença entre o valor presente das receitas líquidas (valores positivos) e o valor presente dos investimentos (valores negativos), trazidos à data zero do fluxo de caixa, utilizando-se

para isso a taxa de desconto apropriada: a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) do segmento do negócio.

Assim, o VPL é dos principais instrumentos para avaliar a viabilidade econômica do investimento de capital, que neste caso está associado à aquisição, instalação e operação do gerador durante o horário de ponta por um período de 10 anos.

Entende-se que é considerado atraente todo o investimento que apresente VPL maior ou igual ao zero, sendo que este último resultado determina que o projeto, além de pagar os valores investidos, proporcionou exatamente o lucro esperado, atingindo-se a Taxa Mínima de Atratividade. Caso o VPL resulte num valor maior do que zero, o projeto será economicamente mais interessante. Conseqüentemente, se tivermos de comparar alternativas de investimentos, a escolhida deverá ser àquela que apresente o maior Valor Presente Líquido.

3.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)

Assim como o VPL, a Taxa Interna de Retorno (TIR) é também um importante instrumento para se avaliar as propostas de investimentos de capital. Segundo Rebelatto (2004), TIR ou taxa interna efetiva de rentabilidade é a taxa de desconto que torna o valor atual líquido do investimento igual a zero e salienta que a TIR deve ser comparada com a Taxa Mínima de Atratividade (TMA), para aceitação ou não do projeto.

Assaf Neto (2011) informa que para avaliação de uma proposta de investimento, o cálculo da TIR deverá considerar basicamente o valor dos montantes de dispêndio de capital e dos fluxos de caixa líquidos incrementais gerados pela decisão. Considerando que esses valores ocorrem diferentes momentos, pode-se dizer que a TIR, ao levar em conta o valor do dinheiro no tempo, representa a rentabilidade do projeto expressa em termos de taxa de juro composto.

A fórmula para o cálculo da TIR é apresentada abaixo:

$$0 = \left[\sum_{t=0}^n \frac{FC_t}{(1 + TIR)^t} \right] - F_0$$

onde:

FC : Fluxo de Caixa Líquido no momento j

F0 : Investimento inicial

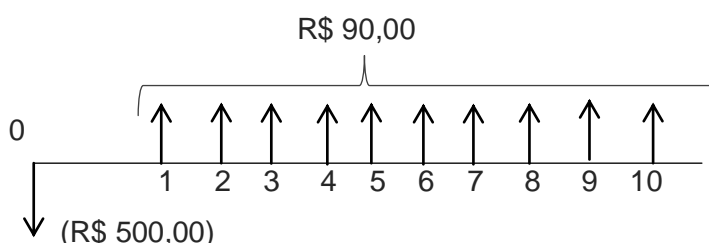
n : Duração do Projeto

t: Período

Do ponto de vista lógico da gestão econômica, um projeto de investimentos é interessante e passível de aceitação quando sua Taxa Interna de Retorno for igual ou superior a Taxa Mínima de Atratividade.

3.4 Retorno do Investimento (*Pay Back*)

De forma genérica, quanto maior o tempo de recuperação do investimento ou prazo de re-pagamento de um empréstimo, menos interessante ele se torna para o empresário. Explico: Considerando um investimento de R\$ 500,00 que gere retornos líquidos anuais de R\$ 90,00 a partir do final do primeiro ano, durante 10 anos, o diagrama de fluxo de caixa apresenta o seguinte modo:



De modo simplório, o retorno do investimento seria de 5,6 anos, ou de 5,5 anos considerando os descontos no fluxo de caixa conforme cálculos apresentados a seguir:

$$PayBack = \frac{R\$500,00}{R\$90,00} = 5,6anos$$

ANO	FLUXO DE CAIXA	SALDO
0	- R\$ 500,00	- R\$ 500,00
1	R\$ 90,00	- R\$ 410,00
2	R\$ 90,00	- R\$ 320,00
3	R\$ 90,00	- R\$ 230,00
4	R\$ 90,00	- R\$ 140,00
5	R\$ 90,00	- R\$ 50,00
6	R\$ 90,00	R\$ 40,00
7	R\$ 90,00	R\$ 130,00
8	R\$ 90,00	R\$ 220,00
9	R\$ 90,00	R\$ 310,00
10	R\$ 90,00	R\$ 400,00

$$PayBack = 5 + \left(\frac{R\$50,00}{R\$90,00} \right) = 5,5anos$$

Considerando que o gerador a gás possui uma vida útil de 10 anos, este investimento retornaria em aproximadamente 5 anos (neste exemplo), e produziria um montante líquido de R\$ 1.100,00 considerando as receitas provindas do 5º ao 10º ano de operação.

Segundo Casarotto Filho e Kopittke (2010), o principal método não exato mede o tempo necessário para que o somatório das parcelas anuais seja igual ao investimento inicial. Genericamente pode-se dizer que registra o tempo médio para os fluxos de caixa se equiparar ao valor do investimento.

3.4.1 Pay back descontado

Segundo Marrey Buffett (2011), dinheiro tem valor no tempo. Ora, do ponto de vista financeiro, R\$ 1,00 hoje não será igual à R\$ 1,00 em data futura, pois o dinheiro será modificado no tempo devido à taxa de juros. Considerando esta afirmação, o investimento para compra e instalação do gerador a gás poderia ser aplicado para gerar rendimento numa aplicação financeira, como poupança ou letra de crédito. Neste caso o *Payback* Descontado demonstra o tempo que leva para se ter o retorno do investimento considerando uma taxa de desconto, ou seja, o tempo necessário para o investimento se pagar e começar a gerar riqueza para o empresário.

ANO	FLUXO DE CAIXA	OPERAÇÃO	VALOR PRESENTE*	SALDO
0	- R\$ 500,00	$R\$500,00 / (1 + 0,085)^0$	- R\$ 500,00	- R\$ 500,00
1	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^1$	R\$ 82,94	-R\$ 417,06
2	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^2$	R\$ 76,45	-R\$ 340,61
3	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^3$	R\$ 70,46	-R\$ 270,15
4	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^4$	R\$ 64,94	-R\$ 205,21
5	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^5$	R\$ 59,85	-R\$ 145,36
6	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^6$	R\$ 55,16	-R\$ 90,02
7	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^7$	R\$ 50,84	-R\$ 39,36
8	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^8$	R\$ 46,86	R\$ 7,50
9	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^9$	R\$ 43,18	R\$ 50,68
10	R\$ 90,00	$R\$90,00 / (1 + 0,085)^{10}$	R\$ 39,80	R\$ 90,48

*Valor Presente = Valor Futuro / (1+i)ⁿ

$$PayBack = 7 + \left(\frac{R\$39,36}{R\$90,00} \right) = 7,4 \text{ anos}$$

Contudo é importante considerar o efeito de trazer o fluxo de caixa para o valor presente, descontado pela TMA. Em outras palavras, o *Payback* Descontado tem a mesma definição do *Payback* Nominal, porém o cálculo descontado é mais preciso por considerar o valor do dinheiro no tempo.

Vamos comparar? A dedução apresentada na tabela abaixo considera os mesmos números do exemplo anterior para uma TMA igual a 8,5% ao ano.

Certo disso, o resultado de 7,4 anos para o *pay back* descontado, contra 5,5 anos do *pay back* simples reflete a precisão do primeiro sob o ponto de vista da análise de investimentos.

4 ANALISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DO PROJETO

Tendo em vista o Hotel Sergipe ser pioneiro na categoria de Pequena Empresa a utilizar a geração de ponta com motor a gás natural, este artigo utiliza empiricamente a solução aplicada para fundamentar (na prática) a avaliação do investimento.

Pela característica da atividade hoteleira, os estabelecimentos necessitam consumir toda a eletricidade necessária durante o horário de ponta para atender a iluminação, o elevador, as tomadas, chuveiros elétricos e ar condicionados nos 60 quartos do hotel.

Como a política tributária não permite que empresas de prestação de serviços sejam creditadas dos impostos associados aos insumos, a análise considera o PIS, CONFINS e ICMS nos custos de fornecimento e de geração de energia.

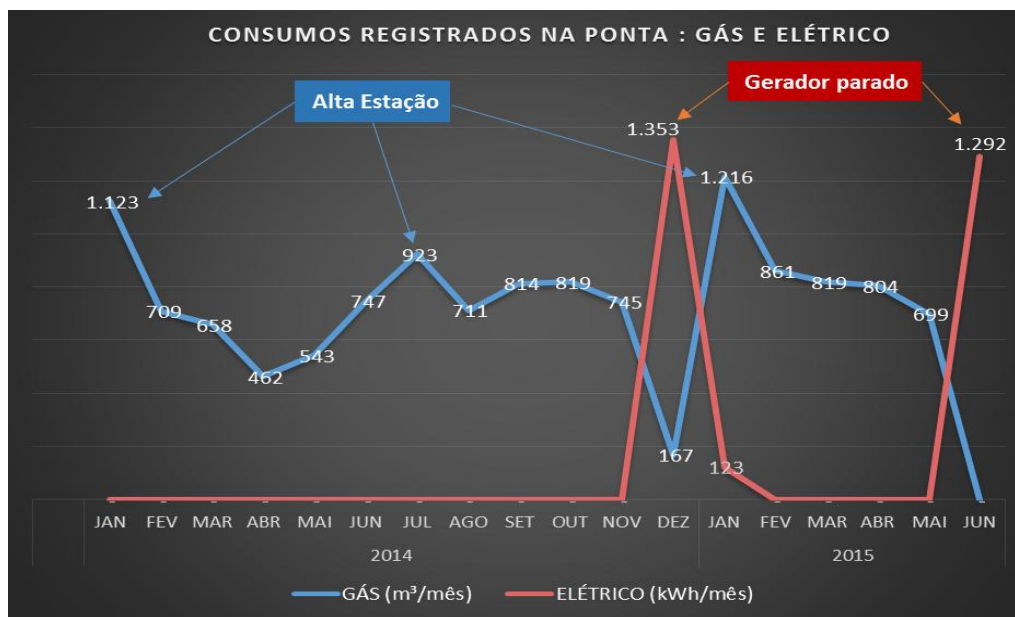
4.1 Coleta dos Dados

Como ação preliminar para o estudo de viabilidade do investimento, foi necessário identificar os custos envolvidos com o suprimento de energia da Concessionária pública de distribuição de energia elétrica - ENERGISA, de geração de energia do motor e condições de financiamento conforme detalhados nos itens a seguir:

4.1.1) **O Custo real equivalente de energia elétrica na ponta** foi identificado a partir da fatura da ENERGISA, através dos meses de dezembro de 2014 e junho de 2015 conforme gráfico 6 - pág. 21. Estes dois meses foram os únicos onde o gerador permaneceu fora de operação nos 30 dias do mês. Tal situação permitiu comprovar na prática o custo real da energia de ponta do hotel.

Representado os dados da fatura de energia elétrica na Tabela 2, é possível observar que em julho de 2015 a energia de ponta representou 19% do custo total da fatura (ou 62% do custo da energia total consumida pelo hotel (gráfico 1), ou seja, R\$ 3.006,50. Se considerarmos a média dos valores registrados em julho/2015 e dezembro/2014 (R\$ 3.148,45) - ver gráfico 6, definiremos o custo médio real de energia elétrica consumida de **R\$ 3.077,47**.

Gráfico 5 - Consumos registrados na ponta: gás e energia.



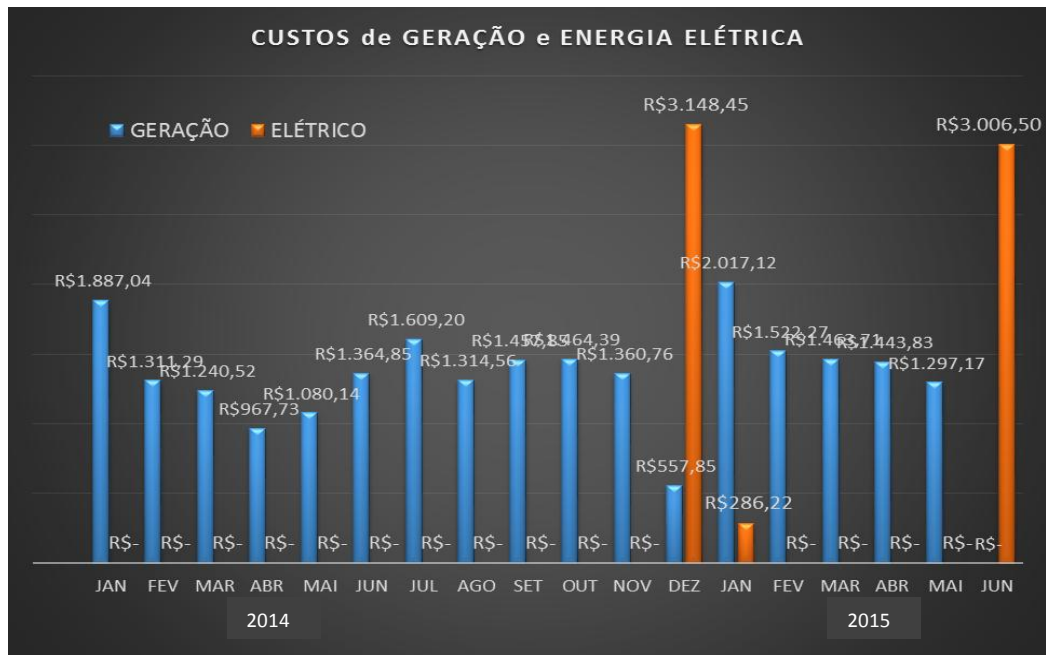
Fonte: Faturas da ENERGISA e da SERGAS (jan/2014 a jun/2015) – reelaborado pelo autor.

Tabela 2 - Custo de energia elétrica na ponta - julho de 2015.

Hotel Sergipe - FATURA ENERGISA - JUL/2015						
Descrição	Consumo	Tarifa	Valor	Considerados P/ Cálculo	Representação	
Consumo - Ponta (kWh)	1.292	R\$ 1,16541	R\$ 1.505,71	R\$ 1.505,71	19%	R\$ 3.006,50
Consumo - Fora de Ponta (kWh)	11.255	R\$ 0,21590	R\$ 2.429,95	R\$ 2.429,95	31%	R\$ 4.851,97
Reativo Excedente - Fora de Ponta	62	R\$ 0,19139	R\$ 11,87	R\$ -	0%	
Demanda Potencia Ativa Fora Ponta	60	R\$ 12,58000	R\$ 754,80	R\$ -	0%	
Adic. Bandeira Vermelha			R\$ 690,08	R\$ 690,08	9%	
Juros de Mora			R\$ 8,33	R\$ -	0%	
Multa			R\$ 166,55	R\$ -	0%	
PIS			R\$ 139,56	R\$ 139,56	2%	
COFINS			R\$ 642,85	R\$ 642,85	8%	
Contrib. Iluminação Pública			R\$ 166,48	R\$ 166,48	2%	
ICMS			R\$ 2.283,83	R\$ 2.283,83	29%	
TOTAL :	12.547		R\$ 8.800,01	R\$ 7.858,46		

Fonte: Fatura da ENERGISA ref. julho de 2015 – reelaborado pelo autor.

Gráfico 6 - Histórico de custos da energia elétrica na ponta - junho de 2015.



Fonte: Faturas da ENERGISA e da SERGAS (jan/2014 a jun/2015) – reelaborado pelo autor.

4.1.2) **O Custo real de gás natural utilizado pelo gerador** foi identificado no histórico de faturas da SERGAS: de JAN a NOV de 2014, e de FEV a MAI de 2015. Considerando a média dos valores registrados neste intervalos, definiremos como custo de energia elétrica gerada na ponta, uma média real de **R\$ 1.362,76**.

4.1.3) **Custo médio real de manutenção preventiva do gerador** – Segundo informação do Hotel Sergipe, a assistência técnica autorizada do fabricante STEMAC cobra o equivalente a R\$ 1.100,00 para cada 240 horas de operação do gerador. Considerando que o gerador opera 3 horas/dia, 22 dias úteis no mês, resulta em 66 horas de operação no mês. Por simples regra de três, encontrou-se um custo médio mensal de **R\$ 302,50**.

Subtraindo o custo de fornecimento encontrado no item 6.1.1 pela soma do custo de geração e manutenção, resulta numa economia real mensal de R\$ 1.618,59, ou seja, uma redução de custo de energia de ponta 40% para a empresa.

$$R\$ 3.077,47 - (R\$ 1.362,76 + R\$ 302,50) = R\$ 1.412,22 \text{ (46\%)}$$

4.1.4) Taxa de juros do financiamento.

Ciente do Programa de Eficiência Energética ofertado pelo BNDES (PROESCO), o Hotel Sergipe optou por financiar a compra e instalação do gerador a gás. As condições de financiamento PROESCO são:

- Financiamento do valor do investimento de 100%;



- Prazo de financiamento: 72 meses (incluído período de carência);
- Prazo de carência: 24 meses;
- Remuneração básica do BNDES: 0,9% ao ano;
- Taxa de risco de crédito: 3,57% ao ano;
- Remuneração da instituição financeira credenciada: 4,0% ao ano.

Somando as taxas acima, temos o valor único de 8,47% ao ano ou 0,68% ao mês. Se compararmos com a poupança (0,74% a.m.), observamos uma vantagem em juros de financiamento.

4.1.5) Custo de compra e custo de instalação do gerador a gás.

Após avaliação técnica do fornecedor STEMAC, foi orçado um custo total de **R\$ 127.600,00**, onde deste valor a instalação necessária para interligar o gás ao gerador e os cabos elétricos ao quadro elétrico do hotel representou um custo equivalente a 10% do valor do gerador. A imagem 3, representa a nota fiscal da compra do referido equipamento.

Imagem 3 - Modelo de nota fiscal do gerador a gás.

 STEMAC SA GRUPOS GERADORES RUA SANTA ROSA 77B LOJA 2, JARDIM AMERICA, 75523-290 ITUMBIARA - GO Fone:(64) 2103-5900 Fax:		DANFE DOCUMENTO AUXILIAR DA NOTA FISCAL ELETRÔNICA 1 - ENTRADA 2 NÚMERO 000012000		CONTROLE DO FISCO 									
NATUREZA DA OPERAÇÃO 6922 - Venda Entrega Futura		SÉRIE 1 FOLHA 1 DE 2		CHAVE DE ACESSO PARA CONSULTA NO SITE WWW.NFE.FAZENDA.GOV.BR									
INSCRIÇÃO ESTADUAL		INSC. EST. DO SUBST. TRIBUT.		CNPJ									
DESTINATÁRIO/REMETENTE NOME / RAZÃO SOCIAL		CNPJ / CPF		DATA EMISSÃO 22.05.2013									
ENDEREÇO AV SANTOS DUMONT 690		BAIRRO / DISTRITO ATALAIA		CEP									
MUNICÍPIO ARACAJU		FONE / FAX		UF SE INSCRIÇÃO ESTADUAL									
FATURA No DE ORDEM		VENCIMENTO		VALOR 116.000,00									
VALOR POR EXTENSO CENTO E DEZESES MIL REAIS													
CÁLCULO DO IMPOSTO BASE DE CÁLCULO DO ICMS 0,00 VALOR DO ICMS 0,00 BASE DE CÁLCULO ICMS SUBST. 0,00 VALOR DO ICMS SUBST. 0,00 VALOR TOTAL DOS PRODUTOS 116.000,00													
VALOR DO FRETE 0,00		VALOR DO SEGURO 0,00		DESCONTO 0,00									
OUTRAS DESPESAS ACESSÓRIAS 0,00		VALOR DO IPI 0,00		VALOR TOTAL DA NOTA 116.000,00									
TRANSPORTADOR / VOLUMES TRANSPORTADOS NOME / RAZÃO SOCIAL FRETE POR CONTA () CÓDIGO ANTT PLACA DO VEÍCULO UF CNPJ / CPF													
ENDEREÇO		MUNICÍPIO		UF INSCRIÇÃO ESTADUAL									
QUANTIDADE 0		ESPÉCIE VOLUME		MARCA									
NÚMERO		PESO BRUTO 0,000 KG		PESO LÍQUIDO 0,000 KG									
DADOS DO PRODUTO / SERVIÇO													
CÓD. PRODUTO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM / SH	CST	CFOP	UND	QTDE	VALOR UNITÁRIO	DESCONTO %	VALOR	BASE ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALÍQUOTAS ICMS IPI
13301201112511	GMG CONT 8SL 0120KVA MWM WEG 220V 60HZ - 0120014213	8502.12.10	090	6922	PC	1	116.000,00		116.000,00	0,00	0,00		

Fonte: STEMAC Grupo Geradores – Alterado pelo autor.

4.2 Análise dos Dados Coletados

Considerando os dados coletados no item anterior, pode-se resumir como dados de entrada da análise o investimento os números apresentados na tabela abaixo:

Tabela 3 - Condições de Financiamento do BNDES - PROESCO

INVESTIMENTO	R\$ 127.600,00	100% do investimento.
TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE (TMA)	0,68%	ao mês
PRAZO DO FINANCIAMENTO	48	meses
PARCELA DE FINANCIAMENTO	R\$ 3.124,56	ao mês
Taxa de POUPANÇA	0,74%	ao mês

Fonte: Site do BNDES na internet. Editado pelo autor.

Projetando a vida útil do equipamento para 10 anos, foi criado para este prazo um fluxo de caixa com entradas anuais provenientes da economia calculada no item 4.1.3, como segue: R\$ 1.412,22 x 12 meses = R\$ 16.946,59 a.a.

Considerando o financiamento de 100% do investimento, a carência de 24 meses, e a possibilidade de investir 100% da economia promovida com a geração de energia na poupança, o hotel acumulará no período de carência R\$ 36.940,27. Como esta condição afetará o fluxo de caixa entre o 25º e 72º mês, este valor foi descontado do total de investimento conforme apresentado na simulação realizada no Excel apresentada abaixo (tabela 04).

Tabela 4 - Cálculo dos indicadores econômicos

Taxa Mínima Atratividade:	8,47%	a.a. > BNDES - PROESCO
Cálculo Margem Líq. Contribuição (R\$/ano):		
1º Ano:	R\$ 16.946,59	
2º Ano:	R\$ 16.946,59	
3º Ano:	R\$ 16.946,59	
4º Ano:	R\$ 16.946,59	
5º Ano:	R\$ 16.946,59	
6º Ano:	R\$ 16.946,59	
7º Ano:	R\$ 16.946,59	
8º Ano:	R\$ 16.946,59	
9º Ano:	R\$ 16.946,59	R\$ 127.600,00
10º Ano:	R\$ 16.946,59	R\$ 127.600,00
INVESTIMENTOS ENVOLVIDOS:		
Gerador a Gás Natural	R\$ 116.000,00	> Modelo 120kVA (96kW).
Custo de Instalação	R\$ 11.600,00	> 10% do custo do equipamento.
Carência do Financiamento	R\$ (36.940,27)	> Receita gerada na carência.
	R\$ -	
Total:	R\$ 90.659,73	
Investimento	R\$	90.659,73
Margem Líq. Contrib. Média Anual	R\$	16.946,59
Valor Presente Líquido (VPL)		R\$ 20.681,51
Taxa Interna de Retorno		13%
Pay Back Descontado (anos)		8,83

Fonte: Imagem do Excel editado pelo autor.

Observando a Tabela 5, percebe-se que o fluxo de caixa deste projeto está dividido em três etapas sequenciais:

- 1ª) o prazo de carência do financiamento de 100% do investimento (24 meses);
- 2ª) o prazo de pagamentos do financiamento (48 meses);
- 3ª) o prazo de amortização (48 meses restantes) que completa o ciclo de vida do gerador.

Tabela 05 - Fluxo de caixa projetado do financiamento

PERÍODO	INÍCIO	CARÊNCIA DO FINANCIAMENTO		PAGAMENTO FINANCIAMENTO		AMORTIZAÇÃO	
	0	1º	24º	25º	72º	106º	120º
ECONOMIA	R\$ -	R\$ 1.412,22	R\$ 1.412,22	R\$ 1.412,22	R\$ 1.412,22	R\$ 1.412,22	R\$ 1.412,22
POUPANÇA ACUM.	R\$ -	R\$ 1.412,22	R\$ 33.893,17	R\$ 35.305,39	-R\$ 47.197,66	R\$ 817,67	R\$ 20.588,69
PARC. FINANC.	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 3.124,56	R\$ 3.124,56	R\$ -	R\$ -
SALDO	R\$ -	R\$ 1.412,22	R\$ 33.893,17	R\$ 32.180,83	-R\$ 50.322,22	R\$ 817,67	-R\$ 20.588,69

No 1º mês o empresário passou a contabilizar uma economia real de R\$ 1.412,22 com a geração de ponta a gás.	No 25º mês cessa a carência do financiamento. O hotel iniciará o pagamento da parcela 1/48 (R\$ 3.124,56.) utilizando a poupança acumulada e a economia para honrar o	No 72º mês encerra o financiamento e o hotel terá ainda um débito de R\$ 50.322,22.	No 10 ano, o empresário terá acumulado uma economia real de aprox. R\$ 20 mil.
--	---	---	--

O empresário obtém 100% do financiamento para pagar a compra e instalação do gerador a gás e inicia a geração para economizar.	No 24º mês o investidor terá acumulado com a economia quase R\$ 34 mil.	Entre o 73º e 105º mês, o Hotel utilizará a economia para retornar o investimento do gerador que ocorrerá no 106º mês.
--	---	--

Fonte: Imagem do Excel editada pelo autor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo evidenciou que investimento realizado pelo Hotel Sergipe em 2014 apresentou uma redução de custo de energia média de 46% ao mês. Na simulação realizada no Excel com dados coletados do usuário, foi possível comprovar que o projeto apresenta um VPL positivo (R\$ 20.681,51), uma TIR acima da TMA prevista (8,47% a.a.), e um *Pay Back* Descontado abaixo do período mínimo de vida útil do investimento (10 anos).

Além de reduzir o custo operacional do hotel, o gerador a gás permite o aumento da confiabilidade do sistema elétrico durante faltas de energia na região, e esta vantagem - na manutenção da satisfação dos clientes - não pôde ser medida em razão da intangibilidade.

Importante considerar também que o menor impacto ambiental da operação do motor a gás em relação ao diesel contribuiu para a decisão de escolha do empresário e

preservação da qualidade do ar atmosférico direcionado às edificações circunvizinhas do hotel.

Por fim, considerando a menor tendência de aumento do preço do gás em relação ao diesel nos próximos 10 anos, a imprevisibilidade da redução do custo de energia elétrica nos próximos anos, a facilidade de financiamento e taxa de juros obtida através do BNDES (PROESCO), e os números apresentados nos indicadores econômicos a partir dos custos reais, este artigo finaliza, julgando como positiva, a viabilidade econômica do investimento realizado pelo Hotel Sergipe.

REFERÊNCIAS

ANP. **Sistema de Levantamento de Preços**. Disponível em: <<http://www.anp.gov.br/preco>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

ASSAF NETO, Alexandre. **Curso de Administração Financeira**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2011.

BNDES. **Finem - linha Eficiência Energética**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Produtos/FINEM/eficiencia_energetica.html>. Acesso em: 20 jun. 2015.

BUFFETT, Marrey; CLARK, David. **Faça como Warrey Buffett**. 3. ed. São Paulo: Leya Brasil, 2011.

CASAROTTO FILHO, Nelson; KOPITTKE, Bruno H. **Análise de Investimentos**. 11. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2010.

Decreto nº 8.401. Dispõe sobre a criação da Conta Centralizadora dos Recursos de Bandeiras Tarifárias, 04, fev. 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Decreto/D8401.htm>. Acesso em: 03 ago. 2015.

GONÇALVES, Danilo Américo. **Finanças Corporativas**. 10. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

REBELATTO, Daisy. **Projeto de Investimento**. 1. ed. São Paulo: Manole, 2004.

Resolução Homologatória Nº 1.513. Homologa o resultado da terceira Revisão Tarifária Periódica – RTP da Energisa Sergipe – Distribuidora de Energia S.A., 16, abr. 2013. Disponível em: <<http://www.aneel.gov.br/aplicacoes/audiencia/arquivo/2013/010/resultado/reh20131513.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

RÁDIO 104.7FM. **Bandeira tarifária das contas de luz de abril será vermelha**. Disponível em: <<http://www.radio1047.fm.br/bandeira-tarifaria-das-contas-de-luz-de-abril-sera-vermelha/>> - Acesso em: 10 ago. 2015.

SISTEMA FIRJAN. **O Custo da Energia elétrica para a indústria** – Países Selecionados - 2015. Gráfico. Disponível em: < <http://www.firjan.com.br/quantocostaenergia/>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

CLIMA ORGANIZACIONAL NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: O caso do Grupo Zé de Dino em Salgado SE

Carla Maria Cardoso dos Santos ¹

Paulo Sérgio Melo dos Santos ²

RESUMO

Em prol do crescimento das microempresas no país, faz necessário estudar o comportamento das pessoas nas empresas desse porte. O presente estudo teve como objetivo geral analisar o clima organizacional e os fatores que influenciam a motivação dos colaboradores do Grupo Zé de Dino em Salgado/SE. O estudo é de natureza quantitativa, por meio de uma pesquisa de campo através de um questionário conforme a escala Likert, contendo respostas com quatro pontuações, abrangendo variáveis que identificam os fatores que influenciam o clima organizacional da empresa, aplicados a 15 funcionários. Conforme as variáveis analisadas, o envolvimento no ambiente de trabalho foi a variável que apresentou maior índice de satisfação, mostrando interação entre as equipe e confiança entre os colaboradores, propiciando relações duradouras e significativas para as pessoas. Já a variável comunicação apresentou o menor índice de satisfação entre os colaboradores, sendo esse um fator muito importante na relação de trabalho, sua insatisfação pode contribuir como fonte de insegurança e pressão no clima organizacional. Com base nos resultados apresentados, pode ser reconhecidas oportunidades de melhorias no ambiente de trabalho, a fim de aumentar a produtividade e o poder de competitividade.

Palavras-chave: Clima Organizacional. Microempresa. Motivação. Liderança.

ABSTRACT

For growth of micro-enterprises in the country, it is necessary to study the behavior of people in companies of this size. This study aimed to analyze the organizational climate and the factors that influence the motivation of Ze Group employees Dino in Salgado / SE. The study is quantitative, through a field survey through a questionnaire according to the Likert scale, containing answers with four scores, including variables that identify the factors that influence the organizational climate of the company, applied to 15 employees. As the analyzed variables, involvement in the workplace was the variable with the highest level of satisfaction, showing interaction between staff and trust among employees, providing lasting and meaningful relationships to people. Already the communication variable had the lowest level of satisfaction among employees, making a very important factor in the employment relationship, their dissatisfaction can contribute as a source of

¹ carlaadmufs@gmail.com

² prof.paulosergiomelo@gmail.com

insecurity and pressure on the organizational climate. Based on the results, improvement opportunities can be recognized in the workplace in order to increase the productivity and competitive power.

Keywords: Organizational climate. Micro enterprise. Motivation. Leadership.

1 INTRODUÇÃO

As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) são geradoras de renda e empregos, essas empresas buscam destaque no mercado competitivo, utilizando diversas ferramentas para maximizar seu lucro e reduzir seus custos, mas se esquecem de que o melhor meio de alcançar o potencial de competição é através das pessoas que fazem parte da sua organização.

O estudo do comportamento das pessoas na organização seja em grupo ou individual tem o objetivo de utilizar o conhecimento adquirido para melhorar a eficácia da organização por meio da análise do clima organizacional, tal estudo é importante nas microempresas (ROBBINS, 2010).

O clima organizacional mostra o grau de satisfação das pessoas nos ambientes de trabalho, através da pesquisa de clima organizacional é possível obter informações que permite o entendimento dos fatores que desmotivam os colaboradores de uma empresa. (DIAS, 2008).

No que tange as microempresas é necessário analisar o clima para que possa manter seus funcionários motivados nas diferentes tarefas que executam diariamente, com confiança e otimismo.

Diante do exposto, o objetivo geral dessa pesquisa é o seguinte: Analisar o Clima Organizacional e os fatores que influenciam na motivação dos colaboradores do Grupo Zé de Dino em Salgado/SE.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Comportamento e Cultura Organizacional

Atualmente no gerenciamento de empresas, a habilidade humana é um requisito importante para alcançar o sucesso, a observação do comportamento humano permite a organização trabalhar de forma eficaz.

Para DAFT (2007, p.346) comportamento organizacional é “um campo multidisciplinar dedicado ao estudo de como os indivíduos e os grupos tendem a agir nas organizações”, se dá através de observações e análises.

De acordo com Chiavenato (2014, p. 11) o estudo do comportamento organizacional provoca resultados no, “desempenho, engajamento, fidelidade, satisfação no trabalho e cidadania organizacional”, os colaboradores poderão ter resultados positivos, tendo como consequências “a produtividade, adaptabilidade e flexibilidade, qualidade, inovação e satisfação do cliente”.

O estudo do comportamento organizacional tem algumas variáveis de grande importância, Robbins (2010, p.22), indica cinco variáveis dependentes que podem afetar o comportamento organizacional, o quadro 1 aborda essas variáveis:

Quadro 1: Variáveis do Comportamento Organizacional

Variáveis	Definição
Produtividade	Uma organização é produtiva quando consegue atingir seus objetivos, transformando matéria-prima em produto ao mais baixo possível.
Absenteísmo	É definido como o não comparecimento do funcionário ao trabalho.
Rotatividade	É a saída e entrada de pessoal da organização. De forma voluntária ou involuntária.
Cidadania organizacional	É um comportamento discricionário que não faz parte das exigências funcionais de um cargo, mas que ajuda a promover o funcionamento eficaz da organização.
Satisfação no trabalho	Pode-se definir como o conjunto de sentimentos que uma pessoa possui em relação ao seu trabalho.

Fonte: Adaptado de Robbins (2010, p. 22-25).

O conhecimento do homem no trabalho é essencial para compreender o funcionamento das organizações, porque cada organização possui características próprias e marcantes do seu comportamento organizacional o que marca sua cultura organizacional (CHIAVENATO, 2014).

O comportamento organizacional é moldado pela cultura organizacional, que é construída ao longo do tempo, facilitando o comprometimento dos colaboradores com algo maior do que os interesses individuais (ROBBINS, 2010).

A cultura de uma organização envolve os costumes e atitudes dos membros que fazem parte dela, determinando como as pessoas devem agir e tomar decisões, bem como suas formas habituais de se apresentarem àqueles com quem entram em contato (CLEGG, 2011).

De acordo com Marostica (2012, p.17), alguns elementos servem para definir a cultura de uma organização:

VALORES – Estabelece o padrão que deve ser adotado pelos colaboradores. Os valores informam e definem o sucesso, é o principal fator da cultura organizacional.

CRENÇAS – É a verdade considerada dentro da organização. Tudo aquilo que os colaboradores acreditam e torna-se uma crença passada aos novatos.

RITOS, RITUAIS – São eventos que manifestam a cultura organizacional adotada pela empresa. Integração de novos colaboradores e comemorações de eventos.

HERÓIS – Pessoa responsável pela admiração da equipe e espelho a ser seguido pelas demais pessoas, tornando agradável o trabalho e ocasionando orgulho e vaidade de trabalhar e fazer parte de algo tão especial.

HISTÓRIAS – Fatos verídicos que reforçam o comportamento desejado pela organização.

TABUS – Restrições dentro da organização, porém nem sempre visíveis.

NORMAS – Comportamentos e procedimentos a ser cumpridos. (MAROSTICA, 2012, p.17).

A cultura organizacional está diretamente relacionada ao clima organizacional, as modificações culturais geram expectativas, às vezes insatisfação e insegurança, onde proporcionam climas organizacionais que produzem uma redução da capacidade de trabalho (DIAS, 2008, p.215).

O tópico a seguir abordará o clima organizacional, seu significado, tipos e fatores que o influenciam, sendo de grande importância essa compreensão já que esse é o tema central desse trabalho.

2.2 Clima Organizacional

O comportamento dos membros de uma organização é influenciado pelas qualidades do ambiente organizacional, o que representa o clima da organização. A depender do clima os colaboradores de uma empresa poderão ter sentimento de insegurança, de motivação ou de responsabilidade, e assim por diante, o que pode afetar os objetivos da empresa (CHIAVENATO, 2014; DIAS, 2008).

Conforme Dias (2008, p.213):

O clima organizacional é a expressão pessoal da visão que os trabalhadores e dirigentes adquirem da organização à qual pertencem. O clima organizacional está diretamente relacionado com o grau de satisfação, as expectativas e as necessidades dos integrantes de uma organização (DIAS, 2008, p.213).

O clima organizacional segundo Robbins (2010, p.504), “refere-se às percepções comuns que os funcionários de uma organização têm com relação à empresa e ao ambiente de trabalho” representando as variáveis internas.

De acordo com Dias (2008, p.215) além das variáveis internas, as variáveis externas da organização, como: “uma queda do poder aquisitivo, modificações políticas,

rivalidades esportivas” precisam ser analisadas, porque esses fatores também afetam o clima organizacional, refletindo no poder competitivo da organização.

Para analisar o clima da organização é realizada uma pesquisa, onde é possível saber o nível de relacionamento entre os funcionários e a organização, o que permite aos gestores identificar as falhas que causam conflitos e desmotivação na empresa (BISPO, 2006).

A pesquisa de clima organizacional é uma ferramenta importante, ela oferece subsídios à organização para que ela aplique melhorias no ambiente organizacional e alcance indivíduos comprometidas (LUZ, 2003).

O clima pode ter indicadores positivos ou negativos, os positivos são notados pela satisfação dos participantes, eles estão engajados em suas atividades com ânimo. Já os negativos são representados pelo absenteísmo, alta rotatividade, desperdícios, rumores, conflitos e em consequência a baixa produtividade (CHIAVENATO, 2014; DIAS, 2008).

Segundo Chiavenato (2004, p.90) “a rotatividade é influenciada por fatores internos e externos, são fatores que podem interferir no comportamento das pessoas que estão na organização”. Os fatores externos se referem a situações oferecidas no mercado, entre as citadas pelo autor estão: a oferta e a procura de recursos humanos, a conjuntura econômica e as oportunidades de empregos.

Já o absentismo ou ausentismo é o tempo perdido quando os funcionários não comparecem no trabalho, falta ou atrasos, ele constitui a soma do período de ausência do funcionário no seu posto de trabalho (RIBEIRO, 2012).

Conforme Robbins (2010, p.24) “é difícil para uma organização operar tranquilamente atingir seus objetivos se seus funcionários não comparecem para trabalhar”, dessa forma é notável a necessidade de encontrar soluções para reduzir o índice de absenteísmo na organização.

O comportamento das pessoas no trabalho demonstra o tipo de clima que predomina na organização, e esse comportamento pode variar dependente do momento em que seja analisado (LUZ, 2003).

2.3 A Influência da Motivação e Comunicação no Clima Organizacional

A motivação tem ligação direta com o desempenho e os lucros organizacionais, ela sacia as necessidades e influencia no comportamento dos funcionários, fazendo relação direta com o clima organizacional (DAFT, 2007; CHIAVENATO, 2014).

Em pesquisa realizada pela Revista Exame (2014), foi abordada a relação das 150 (cento e cinquenta) melhores empresas para trabalhar no ano de 2014, o que determinou a classificação foram os aspectos do clima organizacional que elas oferecem, e o fator motivação foi primordial para a classificação, a pesquisa foi realizada através da percepção dos colaboradores que atuam nas empresas analisadas. A Tabela 1 traz a relação das empresas que se destacaram:

Tabela 1: As Melhores Empresas para Trabalhar em 2014

Setor	Empresa	Tempo Médio Na Casa (em anos)	Satisfação e Motivação	Aprovação dos seus Líderes	Nota Final
Indústria Automotiva	Volvo do Brasil	9	89,3%	86,4%	90,1
Transporte e Logística	Transpes	5	91,4%	92,1%	89,9
Indústrias Diversas	Sama	9	85,7%	85,7%	89,0
Serviços de Saúde	Laboratório Sabin	5	84,6%	82,5%	86,0
Serviços	Algar	12	85,4%	88,9%	84,0
Cooperativas	Hospital Unimed	8	83,3 %	83,4%	83,4
Química e Petroquímica	Dow Brasil	10	81,7%	81,8%	82,8
Tecnologia e Comunicação	Sap Lars Latin America	5	84,7%	81,4%	82,6
Farmacêutico	MSD Animal	9	84,8%	84,4%	82,4

Fonte: Adaptado de Revista Exame, Outubro/ 2014.

Muitas teorias tentam explicar os fatores que elevam a motivação do indivíduo, na expectativa de manter as pessoas motivadas em suas atividades, considerando a Teoria das Necessidades, Teoria dos Dois Fatores e a Teoria X e Y importantes para o desenvolvimento desse trabalho veremos detalhadamente. (CHIAVENATO, 2014).

A Teoria das Necessidades foi desenvolvida por Abraham Maslow, ele propôs que as pessoas são motivadas por várias necessidades, e elas obedecem a uma hierarquia de cinco categorias.

Conforme Robbins (2010, p.197), as categorias são:

1. **Fisiológica:** inclui fome, sede, abrigo, sexo e outras necessidades do corpo.
2. **Segurança:** inclui segurança e proteção contra danos físicos e emocionais.
3. **Social:** incluiu afeição, aceitação, amizade e sensação de pertencer a um grupo.
4. **Estima:** inclui fatores internos de estima, como respeito próprio, realização e autonomia; e fatores externos de estima, como status, reconhecimento e atenção.

5. **Auto realização:** a intenção de tornar-se tudo aquilo que se é capaz de ser; inclui crescimento, alcance de seu próprio potencial e autodesenvolvimento. (ROBBINS, 2010, p. 197)

Já a teoria dos Dois Fatores foi desenvolvida por Frederick Herzberg, a partir de uma entrevista com vários trabalhadores, onde Herzberg selecionou alguns que estavam em momento de alta satisfação e outros insatisfeitos e desmotivados com o trabalho, ele chegou a uma conclusão que as características de trabalho que levavam a insatisfação eram bem diferentes daquelas que estimulavam a satisfação, dessa forma ele definiu dois fatores que influenciam a motivação (DAFT, 2007).

Segundo Chiavenato (2014, p.135) os fatores definido por Herzberg são:

Fatores Higiênicos: salários percebidos, benefícios sociais percebidos, condições físicas de trabalho e conforto, relações com o gerente, relações com os colegas de trabalho e camaradagem e políticas da organização.

Fatores Motivacionais: são constituídos pelo próprio conteúdo do cargo e incluem: delegação de responsabilidade, liberdade no trabalho, oportunidades de promoção, uso das habilidades pessoais, estabelecimento e avaliação dos objetivos, simplificação dos cargos e ampliação ou enriquecimento do cargo horizontalmente ou verticalmente (CHIAVENATO, 2014, p.135).

A teoria X e Y foi proposta por McGregor, ele teve como base os dois lados do comportamento humano para criar a sua teoria, desenvolvendo duas visões diferentes para o ser humano, a Teoria X onde os funcionários são preguiçosos e a outra a Teoria Y, são os funcionários motivados Em conformidade com Robbins (2010, p.198).

As pressuposições das teorias X e Y podem ser resumidas no Quadro 2:

Quadro 2: Características das Teorias X e Y

	TEORIA X	TEORIA Y
Pressupostos	As pessoas são preguiçosas e não gostam de responsabilidades	As pessoas não são preguiçosas e assumem responsabilidades
Objetivo das Pessoas	Segurança Individual	Realização pessoal e profissional
Motivação para produzir	Emprego e Remuneração	Participação

Fonte: Adaptado de Lacombe, 2005, p.173.

De acordo com Lacombe (2005, p.172), na teoria X desenvolvida por McGregor, o ser humano evita o trabalho, e apenas o fator que motivava era a remuneração e a segurança, já na teoria Y o ser humano já busca o trabalho e é responsável, ele participa com criatividade nas soluções de problemas.

Analisando as teorias estudadas, conclui-se o estímulo para os indivíduos permanecerem trabalhando motivados é devido às necessidades precisarem ser satisfeitas constantemente.

A comunicação facilita a motivação esclarecendo aos funcionários o que deve ser feito, informando como está seu desempenho e o que pode ser feito para melhorar. As funções da comunicação definidas por Robbins (2009, p. 136), são: “Controle, motivação, expressão emocional e informação”.

O processo de comunicação é usado para persuadir e influenciar as pessoas. Conforme é abordado por Daft (2007, p.429), “os gerentes usam a comunicação para vender aos funcionários a visão da organização e pra influenciá-los a se comportarem de maneira a realizar a visão”.

Nesse sentido Robbins (2010, p.325), acrescenta que “A comunicação, contudo, é mais do que simplesmente transmitir um significado: esse significado precisa ser compreendido. Portanto, a **comunicação** precisa incluir a *transferência e a compreensão do significado*”.

O *feedback* é uma ferramenta indispensável na comunicação, conforme Daft (2007, p.440), ele “ocorre quando os gerentes usam a avaliação e a comunicação para ajudar os indivíduos e a organização a aprender e melhor”.

Ainda segundo Daft (2007, p. 440), o *feedback* é um meio de aprendizado, tanto os subordinados quanto a liderança aprende com seus erros, permitindo que a organização aprendam a como melhor alcançar suas metas.

Conforme Chiavenato (2014, p.216), “a comunicação é essencial para o alcance da consonância e consistência do comportamento das pessoas na organização”, o que permite afirmar que a comunicação é fundamental no ambiente de trabalho.

2.4 Liderança e o Clima Organizacional

A liderança pode motivar e propiciar um Clima Organizacional agradável, onde todos busquem o mesmo objetivo e a comunicação seja em prol de melhorias contínua.

Clegg (2011, p.150) define liderança como “o processo de direção, controle, motivação e estímulo da equipe em direção à realização de metas organizacionais traçadas”.

Algumas abordagens de liderança são mais eficazes do que outras para realizar mudanças nas organizações, os estilos de liderança que podem impactar a organização são os estilos carismáticos e o transformacional, o detalhamento de cada uma desses estilos permite um maior entendimento, Daft (2007, p.389). Vejamos a seguir esses estilos detalhados:

- **Liderança Carismática**

Na liderança carismática o líder tem a habilidade de motivar e inspirar os subordinados, conquistando que eles façam além do esperado, esses líderes são visionários, ou seja, eles têm uma visão de um futuro atraente, tendo uma influência positiva e poderosa no desempenho da organização (DAFT, 2007).

- **Liderança Transformacional**

Os líderes transformacionais tem a habilidade de criar inovações e mudanças, o que os diferenciam dos líderes carismáticos, a liderança transformacional reconhece as necessidades e preocupações dos seus seguidores, eles têm habilidade de liderar mudanças estratégicas (DAFT, 2007).

Para Lacombe (2005, p.212) “o bom líder conhece seus seguidores, seus valores, costumes, necessidades e desejos e falam uma linguagem que eles entendem”, dessa forma ele demonstrará sua capacidade de comunicar e de interação com a equipe.

De acordo com Robbins (2010, p. 389) “a confiança entre líderes e subordinados vem substituindo regras burocráticas na definição de expectativas e relacionamentos. Os gestores não confiáveis tendem a não ser líderes eficazes nos dias de hoje”

Atualmente muitas organizações estão desenvolvendo novos conceitos sobre como lidar, Chiavenato (2014, p.256), aborda alguns deles:

Coaching: é um relacionamento no qual o *coach* se compromete a apoiar e ajudar o aprendiz para que este possa atingir determinado resultado ou seguir determinado caminho.

Mentoring: pode ser definido como a participação de uma pessoa experiente –o mentor –para ensinar e preparar outra pessoa – o orientando ou protegido –com menos familiaridade em determinada área. As relações de *mentoring* podem ocorrer em qualquer nível ou área da organização.

Ainda segundo Chiavenato (2014, p.256) o coaching e mentoring surgem como padrões de relacionamento capazes de reduzir até mesmo de eliminar os fatores que dificulta no sucesso das pessoas na organização.

Portanto baseado nesse estudo, fica claro que o líder tem um papel importante para o clima organizacional, porque o líder eficaz alcança grandes resultados dos seus subordinados.

2.5 Microempresas

As empresas consideradas Microempresas, possuem até 09 (nove) empregados de acordo com SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), critérios utilizados baseados no Decreto nº 5.028/2004, de 31 de março de 2004.

Já o Banco do Nordeste (BNB), estabelece o faturamento para classificar o tamanho da empresa, por meio do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE), possui uma faixa de receita anual de até 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).

Segundo Terence e Escrivão Filho (2007, p.38):

As organizações de pequeno porte possuem características específicas que exercem influência na sua atuação e demandam um processo diferenciado de gestão. Bem exploradas e administradas, estas especificidades podem constituir vantagem competitiva, de modo que não se pode deixar de considerá-las no processo de gestão das pequenas empresas.

Os aspectos que se destacam nas pequenas empresas estão ligados diretamente com a gestão, o dirigente é o principal responsável pela decisão, ele tem uma tendência de não delegar autoridade, o relacionamento com os funcionários, fornecedores e clientes além de ser informal é direto, falta qualificação profissional e a mão-de-obra é familiar (TERENCE e ESCRIVÃO FILHO, 2007).

Nogueira (2013, p.40) conclui que:

As micro e pequenas empresas contribuem de forma significativa para o desenvolvimento do país e configuram-se como oportunidades para homens e mulheres, que preferem o próprio negócio a depender de empregos assalariados

As micro e pequenas empresas (MPEs) devem ter especial atenção com a gestão de pessoas, uma vez que elas atuam, em sua maioria, com trabalhos intensos e alta flexibilidade do trabalho, o vínculo de trabalho nessas organizações é precário, a análise da rotatividade das MPEs é fundamental para que elas possam criar oportunidades de trabalho confiáveis (FRACALANZA, FERREIRA 2012).

Pode-se concluir segundo as afirmações de Fracalanza, Ferreira (2012), que a escassez da gestão de pessoas influencia a rotatividade nas MPEs, os valores da rotatividade anual são altos, estimulados também pelas condições de trabalho, os funcionários dessas empresas em sua maioria não trabalham com carteira assinada, o que facilita a rotatividade, eles não têm o treinamento e qualificação necessária para permanecer motivado na empresa.

3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos o presente estudo trata-se de uma pesquisa descritiva, pois procura identificar os fatores que influenciam no clima da organização através de questionários averiguando os fatos recorrentes ao mesmo, a fim de solucionar os problemas que poderão ser encontrados.

A pesquisa realizada foi uma pesquisa de campo, Marconi e Lakatos (2010, p.169), afirmam que esse tipo de pesquisa é “utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema”. Vergara (2006, p.47) acrescenta que a pesquisa de campo “é realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno”.

Quanto à abordagem, essa pesquisa é quantitativa, uma vez que serão utilizados dados estatísticos para apresentar, descrever e avaliar os resultados obtidos com a pesquisa de campo.

A amostra que representa os questionados na pesquisa compreende em 15 (quinze) funcionários do Grupo Zé de Dino, uma microempresa, localizado na cidade de Salgado/SE, formado por um Supermercado que atende a maior parte da população da cidade, e duas lojas de móveis.

Nessa pesquisa o método utilizado de coleta de dado foi o questionário elaborado a partir do modelo proposto por Luz (2003), contendo 40 (quarenta) questões fechadas, sendo divididas da seguinte forma: Perfil Social, Motivação dos Funcionários, Estilo de Gestão, Ambiente de Trabalho, Comunicação, Envolvimento, Trabalho Realizado, Estabilidade no Emprego.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados que serão apresentados neste capítulo foram pesquisados com o intuito de diagnosticar e analisar os fatores que influenciam o clima organizacional e a motivação dos funcionários do Grupo Zé de Dino em Salgado/SE. Os resultados foram obtidos a partir das informações coletadas com aplicação dos questionários respondidos pelos funcionários do Grupo Zé de Dino.

Nessa etapa da pesquisa são elaborados diversos relatórios, gráficos de cada variável apresentada, seguidos de comentários pertinentes aos mesmos (Luz, 2003 p.71).

A demonstração dos resultados obtidos seguirá a ordem das variáveis definida para esta pesquisa, ou seja, primeiro o perfil sócio funcional, estilo de gestão, ambiente de trabalho, comunicação, envolvimento, trabalho realizado, estabilidade no emprego e por fim a motivação dos funcionários em trabalhar na empresa.

4.1 Perfil Sócio Funcional

Esta variável aborda as características pessoais e profissionais dos colaboradores do Grupo Zé de Dino, relacionadas aos seguintes indicadores: sexo, idade, estado civil, escolaridade, cargo ou função, tempo de empresa, salário e início de carreira.

Com base na pesquisa é possível constatar que as mulheres predominam na empresa, e a maioria dos funcionários são jovens, como seguem em detalhe esses dados.

Os colaboradores da empresa são 40% do sexo masculino e 60% do sexo feminino, sendo que 93% apresentam faixa etária entre 18 a 35 anos, os com faixa etária entre 31 a 45 anos somam 7%, demonstrando que a empresa possui um quadro de pessoal jovem, dos respondentes 47% estão solteiros, 40% casados e 13% estão em uma união estável conforme demonstrado nos gráficos a seguir:

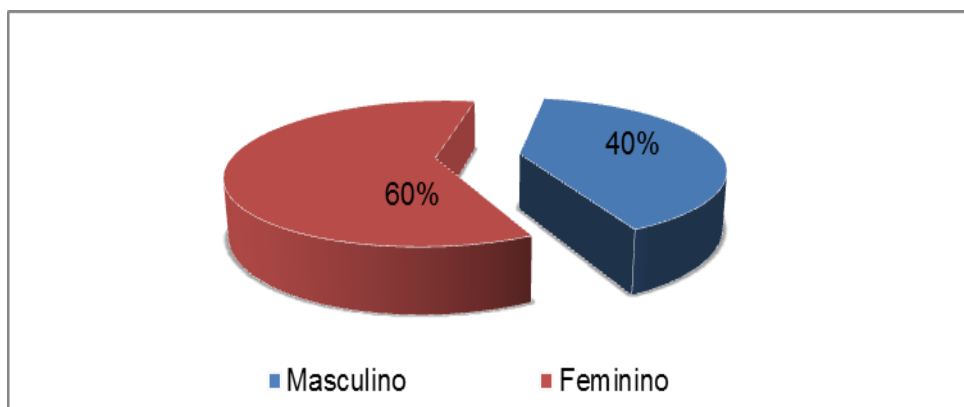


Gráfico 1: Sexo

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

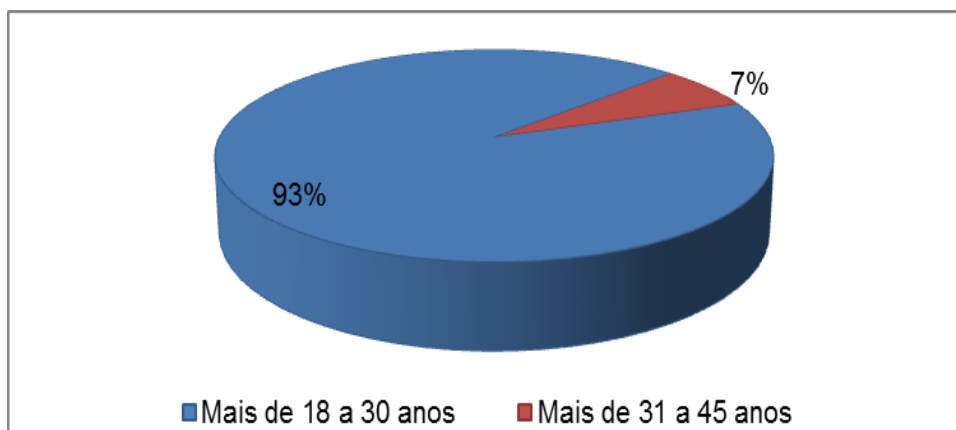


Gráfico 2: Faixa Etária

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

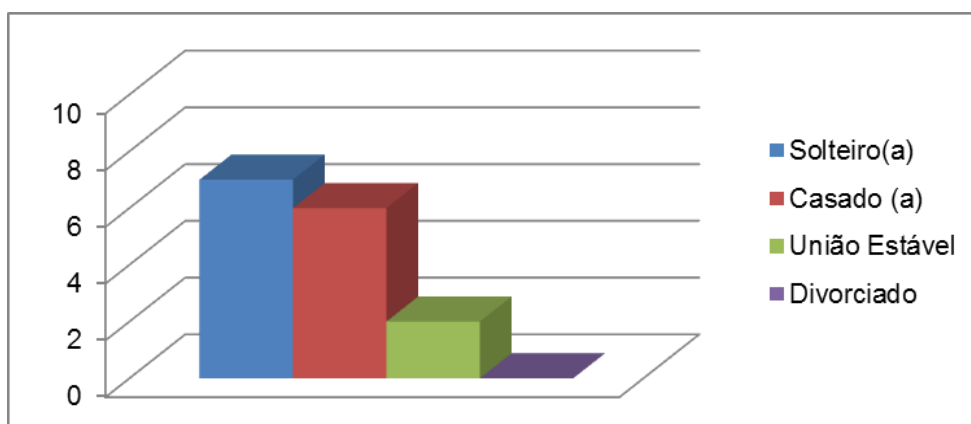


Gráfico 3: Estado Civil
Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

A escolaridade tem forte representação no ensino médio com 73% e, destes, 40% são do sexo feminino e 33% do sexo masculino, possuem ensino médio 20% da totalidade, dos quais 13,3% são do sexo feminino e 6,7% do sexo masculino, o ensino superior é representado por 10% dos funcionários, sendo apenas do sexo feminino.

Considerando a variável escolaridade, é evidente que é baixo o percentual de pessoas graduadas, em função dos requisitos impostos pelos cargos nessa empresa não exigirem qualificação elevada dos funcionários.

4.1.1 Comparativo sexo *versus* cargos

A empresa possui um quadro de funcionários pequeno, dessa forma é comum ter poucos cargos, deve levar em conta que um colaborador pode ter um cargo, mas desenvolve diversas funções.

O cargo de repositor possui o maior número de colaboradores designados um percentual de 40%, 20% desempenham o cargo de vendedor, os cargos de montador e embalador tem o mesmo percentual de 13%, os cargos de auxiliar administrativo e caixa tem a menor representação cada um deles somam 7%, esses dados são demonstrados no gráfico 4.

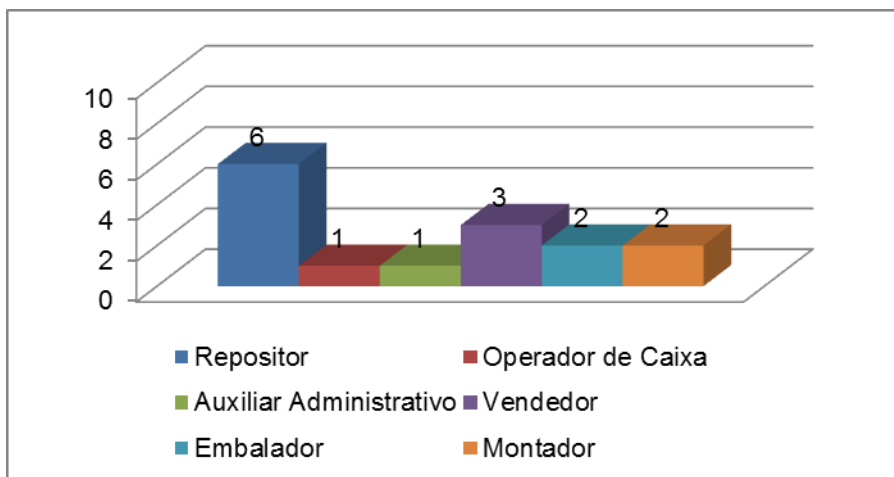


Gráfico 4: Distribuição de Cargos.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

4.1.2 Início de carreira

Analisando o gráfico 5, percebe-se que a maioria dos funcionários iniciam sua carreira no Grupo Zé de Dino, dos respondentes 53% confirmaram que foi seu primeiro emprego e 47% já tinham experiência anterior.

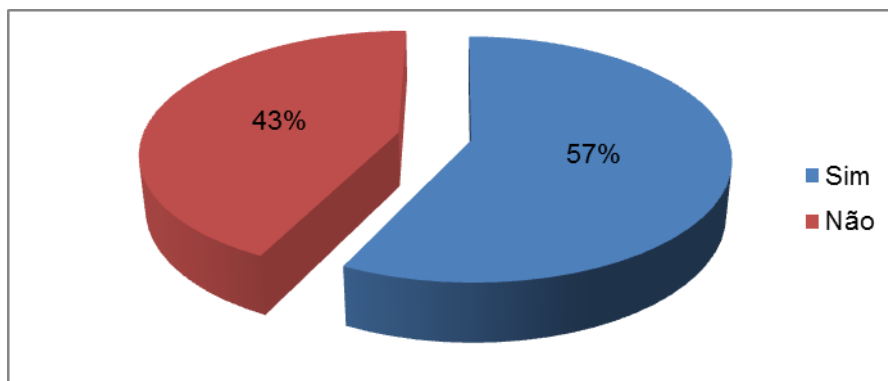


Gráfico 5: Início de Carreira

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

4.2 Estilo de Gestão

A variável Estilo de Gestão avalia a percepção dos colaboradores pelos gestores da organização e o modo como os subordinados refletem o comportamento dos seus chefes. A gestão tem o poder de influenciar a equipe, em direção as metas organizacionais, também ela pode conquistar colaboradores motivados (CLEGG, 2011).

Ao analisar a tabela 2 e o gráfico 6 que tratam do Estilo de Gestão é possível verificar a média de satisfação dos colaboradores pela gestão, 12% estão satisfeitos, 5% totalmente satisfeitos, representando um índice positivo comparado ao índice de

insatisfação, já que os colaboradores estão totalmente insatisfeitos somam 2% e os insatisfeitos 7%.

Tabela 2: Estilo de Gestão

QUESTÕES	Totalmente Insatisfeito	Insatisfeito	Satisfeito	Totalmente Satisfeito
19 A liderança é bom exemplo para os funcionários.	7%	40%	33%	20%
20 Sou tratado com respeito pela liderança.	0%	20%	53%	27%
23 Nesta empresa, a direção ajuda o funcionário quando ele precisa.	7%	7%	67%	20%
28 Os empresários são bons líderes.	13%	40%	33%	13%
Média	2%	7%	12%	5%

Fonte: Pesquisa de campo junto aos funcionários do Grupo Zé de Dino, 2015.

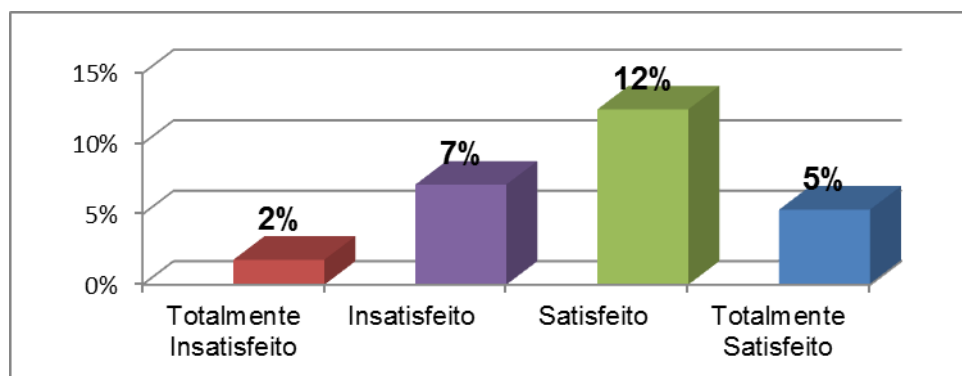


Gráfico 6: Estilo de Gestão

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Entretanto é necessário destacar as questões de número 19 e 28, onde questiona se a liderança é bom exemplo e bons líderes, sob o ponto de vista dos funcionários, onde 40% dos respondentes estão insatisfeitos, mas o percentual que afirmaram que os gestores os tratam com respeito foi um percentual favorável a empresa, porque 53% estão satisfeitos e 27% estão totalmente satisfeitos e na questão onde considerava que os gestores ajudava os funcionários em momentos de necessidades também teve um índice positivo com o percentual de 67%.

4.3 Ambiente de Trabalho

A qualidade do ambiente de trabalho pode garantir o sucesso da empresa, o clima organizacional pode melhorar quando há descontração e todos tem orgulho por fazer parte da empresa.

Para avaliar a influência desta variável no clima organizacional, buscou-se verificar a percepção dos funcionários em relação ao ambiente, primeiro foi analisado como eles se sentem em relação ao tratamento recebido no ambiente de trabalho onde teve um número alto de insatisfação somando 60% entre insatisfeito e totalmente insatisfeito, comparado ao número de satisfeito ou totalmente satisfeito que representou 40% dos funcionários.

Sabendo que quando se gosta de alguém deseja o melhor para ele, foi perguntado aos entrevistados se eles indicariam o Grupo Zé de Dino para os seus amigos, e 87% concordaram que indicaria o que representa satisfação em fazer parte da equipe, apenas 13% negaram a indicação.

O último indicador dessa variável foi abordado com a pergunta, sobre o Grupo se ele era um bom lugar para trabalhar, 80% dos funcionários estão satisfeitos, o percentual dos insatisfeitos é de 20%.

O ambiente de trabalho do Grupo Zé de Dino é considerado bom, sob a perspectiva da maioria dos funcionários 63%, entretanto existe um número de funcionários insatisfeitos que merecem atenção com percentual de 6%, a tabela 3 mostra esses resultados:

Tabela 3: Ambiente de Trabalho

QUESTÕES	Totalmente Insatisfeito	Insatisfeito	Satisfeito	Totalmente Satisfeito
11 Na empresa todos são tratados igualmente.	13%	47%	20%	20%
15 Indico o Grupo Zé de Dino para os meus amigos.	0%	13%	67%	20%
18 O Grupo Zé de Dino é um bom lugar de trabalhar.	0%	20%	67%	13%
Média	1%	5%	10%	53%

Fonte: Pesquisa de campo junto aos funcionários do Grupo Zé de Dino, 2015.

4.4 Comunicação

A comunicação é essencial para que haja harmonia entre as pessoas, no ambiente de trabalho todos precisam ter conhecimento dos principais acontecimentos diários, caso não haja comunicação entre os membros da empresa a satisfação e a confiança pela empresa serão prejudicadas.

Conforme exposto na tabela 4 e no gráfico 7, é demonstrada a percepção dos funcionários em relação à comunicação na empresa pesquisada, uma percentagem de

7% dos funcionários estão satisfeitos ou totalmente satisfeitos, porém considerando o importante papel desta variável nas empresas, devido sua influência no comportamento, motivação, desempenho e comprometimento a empresa não está tão bem já que os insatisfeitos e os totalmente insatisfeitos resultam na média de 19% dos funcionários.

A empresa precisa melhorar em alguns aspectos, principalmente na divulgação dos principais acontecimentos diários, no reconhecimento das opiniões dos funcionários e na comunicação dos resultados obtidos, o *feedback* na empresa é carente, como é demonstrado nos resultados das questões 9,12 e 30, que apresentaram o maior grau de insatisfação, 47%, 60% e 47% respectivamente, além dos totalmente insatisfeitos.

Tabela 4: Comunicação

QUESTÕES	Totalmente Insatisfeito	Insatisfeito	Satisfeito	Totalmente Satisfeito
8 Os objetivos do Grupo Zé de Dino estão claramente definidos.	13%	33%	53%	0%
9 A empresa é aberta a receber e a reconhecer as opiniões do funcionário.	20%	47%	27%	7%
12 O que ocorre na empresa é transmitido a todos os funcionários.	27%	60%	13%	0%
30 A empresa costuma avaliar o desempenho de seus funcionários e comunicam o resultado obtido.	40%	47%	13%	0%
Média	7%	12%	7%	0%

Fonte: Pesquisa de campo junto aos funcionários do Grupo Zé de Dino, 2015.

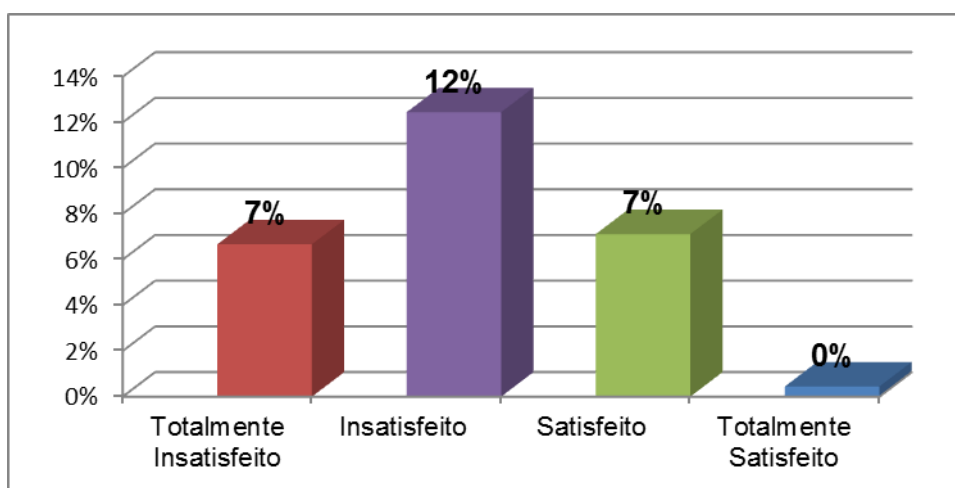


Gráfico 7: Comunicação

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

4.5 Envolvimento

Segundo Robbins, (2010, p.1159), “(...) quando os funcionários tem a percepção de envolvimento há uma melhor satisfação e motivação, (...), os liderados se responsabilizam comprometendo-se com as metas”.

Dessa forma a variável envolvimento avaliará o comprometimento dos colaboradores e a sua responsabilidade com as obrigações que lhe foram designadas.

De acordo com o gráfico 8, percebe-se o elevado nível de envolvimento dos colaboradores, com média de 15% dos entrevistados demonstraram responsabilidade ao responder que o trabalho na empresa é importante.

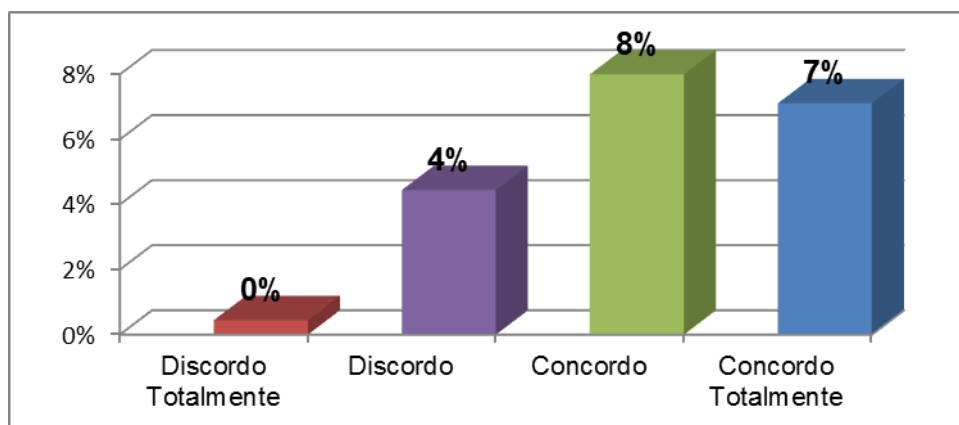


Gráfico 8: Envolvimento
Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

4.6 Trabalho Realizado

No indicador que verifica a divisão de tarefas, apresentou um percentual elevado de sobrecarga de tarefas, 40% estão totalmente insatisfeitos, 33% insatisfeitos e os satisfeitos e totalmente satisfeitos somam 27%.

Na assertiva que mede o controle dos gestores com o seus subordinados, também apresentou um índice negativo, 73% dos colaboradores estão insatisfeitos, os demais afirmam que o controle não é exagerado o que representa 27% dos colaboradores.

O estresse no ambiente de trabalho traz inúmeros prejuízos, por isso essa variável é importante ao analisar o clima organizacional, na empresa estudada o número de colaboradores estressado é considerado alto, 53% concordam que se sentem estressados devido a sobrecarga de tarefas, 33% concordam totalmente, em contra

partida 13% discordam totalmente, que a sobrecarga no trabalho influencia no estresse, esses dados podem ser verificados na tabela 5 seguinte.

Tabela 5: Trabalho Realizado

QUESTÕES	Discordo Totalmente	Discordo	Concordo	Concordo Totalmente
16 Não existe sobrecarga de tarefas para ninguém na empresa.	40%	33%	20%	7%
22 Aqui, existe controle exagerado sobre os funcionários.	0%	27%	60%	13%
29 Sinto-me estressado devido à sobrecarga de tarefas.	13%	0%	53%	33%
Média	4%	4%	9%	4%

Fonte: Pesquisa de campo junto aos funcionários do Grupo Zé de Dino, 2015.

4.7 Estabilidade

Uma organização que existe um alto índice de rotatividade merece atenção, o fluxo constante de entradas e saídas de funcionários representa um ambiente de incerteza.

A maioria dos entrevistados representados por 60% nos seus almejos pretendem daqui a dois anos não fazer parte da empresa, desses 33% se imaginam trabalhando em outra empresa num cargo melhor, 20% por conta própria, e 7% não definiu sua expectativa, existe uma parcialidade nos que desejam permanecer na empresa, 20% desejam estar no mesmo cargo e 20% em um cargo melhor, ao analisar o gráfico 9, pode notar com mais clareza esses dados.

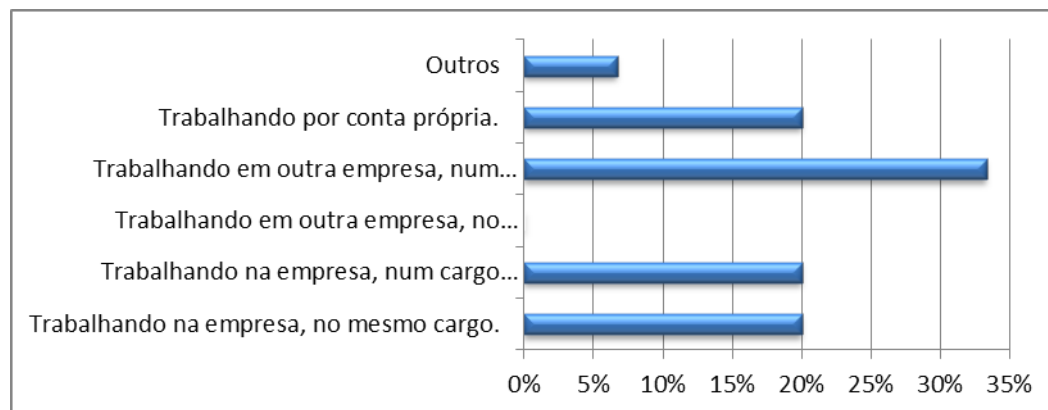


Gráfico 9: Expectativas dos Funcionários

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

O absenteísmo é rotineiro numa equipe desmotivada, e quando as pessoas não pretendem permanecer na empresa, sabendo que absenteísmo é ausência do funcionário do seu posto de trabalho. No Grupo Zé de Dino segundo os entrevistados a ausência dos colaboradores é considerada baixa, 93% faltam apenas no máximo uma vez mensal, e 7% chega a faltar no máximo quatro vezes, como mostra o gráfico 10.

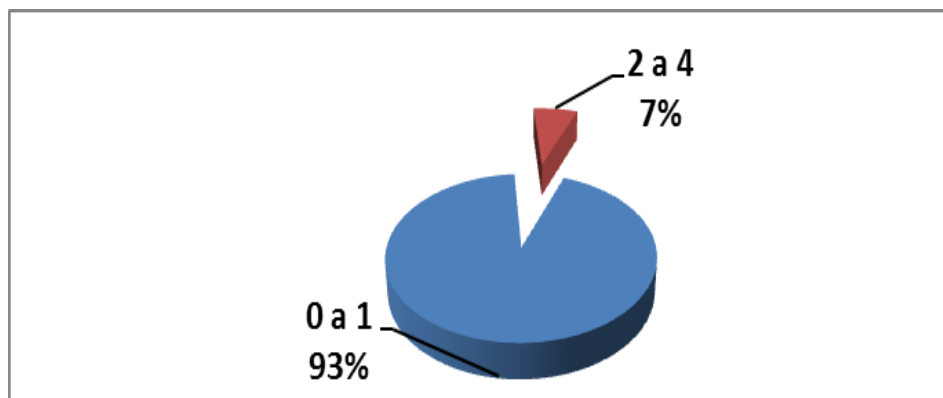


Gráfico 10: Absenteísmo
Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

4.8 Motivação

Identificar os fatores que motivam ou desmotivam os colaboradores é um fator primordial, para que seja possível oferecer um ambiente de trabalho motivado.

A fim de ter conhecimento dos aspectos da motivação dos colaboradores da empresa em questão, buscou-se verificar os aspectos que satisfazem e motivam as pessoas na empresa.

Os colaboradores da empresa estudada, estão necessitando de inspiração para realizar suas atividades, pois 63% deles não estão inspirados para realizar suas tarefas, apenas 33% demonstraram satisfação.

Segundo os respondentes da pesquisa, na empresa há carência na valorização dos trabalhos realizados, o que poderia motivar as pessoas que estão na empresa a desenvolverem suas tarefas com perfeição e alcançarem bons resultados, entretanto eles acreditam que estão obtendo sucesso na carreira profissional.

O percentual de satisfação na empresa é positivo, porém alguns indicadores dessa variável mostram que a empresa precisa melhorar em aspectos como reconhecimento e inspiração, as médias de cada indicador são demonstradas na tabela 6 e no gráfico 11.

Tabela 6: Motivação

QUESTÕES	Totalmente Insatisfeito	Insatisfeito	Satisfeito	Totalmente Satisfeito
13 A empresa inspira o melhor em mim para a realização da minha tarefa.	13%	53%	20%	13%
21 Os bons trabalhos que executo são valorizados no meu local de trabalho.	33%	40%	20%	7%
25 Considero que estou obtendo sucesso na minha vida profissional.	13%	0%	53%	33%
26 Os funcionários têm suas necessidades e desejos atendidos.	0%	47%	20%	33%
Média	4%	9%	8%	6%

Fonte: Pesquisa de campo junto aos funcionários do Grupo Zé de Dino, 2015

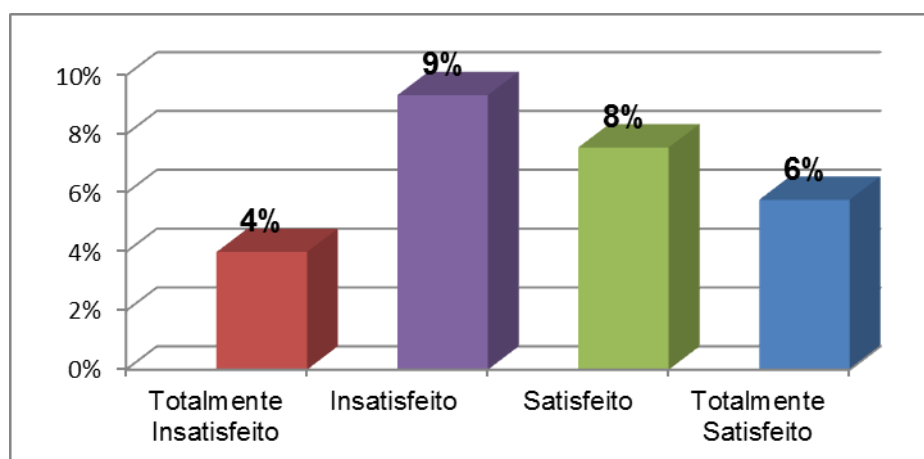


Gráfico 11: Motivação

Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Os entrevistados tiveram até oito opções de alternativas onde podiam fazer duas escolhas, tanto para fatores que motivam quanto para os fatores que desmotivam. O principal fator motivacional é a falta de opção no mercado com 33% das escolhas, 30% citaram que trabalham no Grupo pelo salário, o reconhecimento teve um percentual alarmante, pois nenhum dos membros optou.

O gráfico 12 aborda os fatores que tiram a motivação dos funcionários, e a sua análise permite concluir que o reconhecimento do Grupo precisa de melhoras, 43% dos funcionários estão insatisfeitos com a forma que são reconhecidos em seu trabalho.

A sobrecarga de tarefas também possui um índice elevado, 30% dos funcionários afirmaram que existe sobrecarga de trabalho, também a impossibilidade de crescimento profissional é um fator que desmotiva os funcionários, o ambiente de trabalho por sua vez

não pode ser considerado ruim apenas 3% optaram, o relacionamento com a chefia é satisfatório todos os funcionários mostraram que não há quesito que insatisfaça.

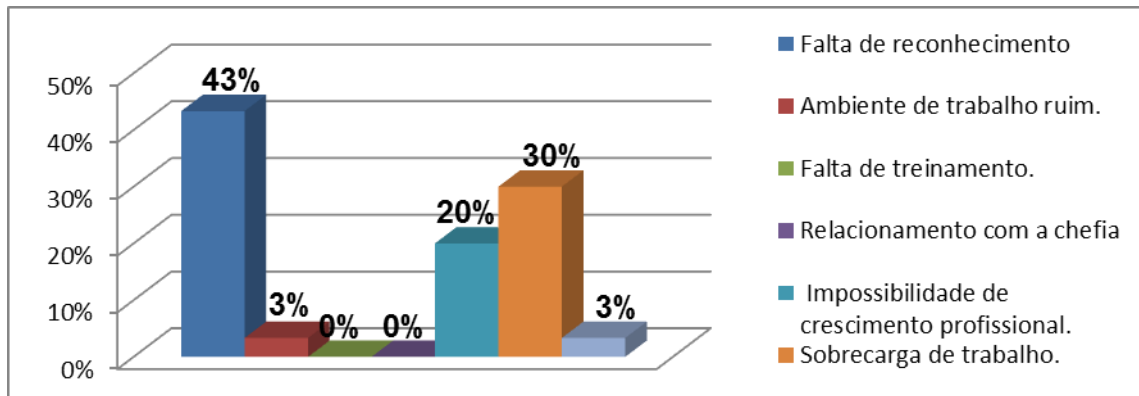


Gráfico 12: Fatores que inibem a motivação
Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Felicidade no trabalho traz em consequência a motivação, sendo assim foi perguntado aos entrevistados se eles são felizes por fazer parte do Grupo Zé de Dino, 34% responderam que estão, mas há um número que não estão completamente feliz, 53% estão feliz em parte, apenas 13% afirmaram que não estão felizes na empresa. Para uma melhor compreensão, o gráfico 13 mostra esses resultados.

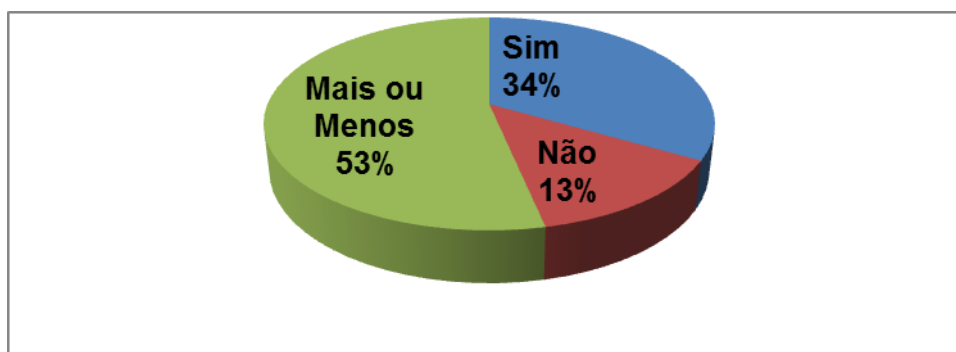


Gráfico 13: Felicidade no Trabalho
Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

5 CONCLUSÃO

A realização deste trabalho explana diversas maneiras de se oferecer um ambiente organizacional com fatores que impulsionam a motivação e consequentemente proporcionar melhoria no clima organizacional. Manter os colaboradores motivados no seu trabalho contribui com o aumento das vendas.

As organizações precisam lidar com as constantes mudanças, provocadas pelo avanço tecnológico, ou em decorrência de situações políticas e econômicas. No cenário

atual as empresas estão lidando com um momento turbulento na economia, e necessitando mais do que nunca de um capital humano leal e motivado para desenvolver suas tarefas com entusiasmo e comprometimento.

O capital humano na organização é um fator primordial para o alcance do sucesso da organização, para isso a liderança precisa estabelecer estratégias gerenciais para obter um clima organizacional onde os colaboradores sejam produtivos, motivados e dispostos a se empenhar pelo desempenho empresarial.

O clima organizacional faz referência ao ambiente interno da organização, em todas as organizações inclusive as microempresas tem a necessidade de diagnosticar o seu clima organizacional, tal como, a satisfação e os fatores que impulsionam a motivação dos colaboradores para que possa identificar seus fatores negativos e adotar medidas de melhorias.

De fato, a administração necessita atentar-se não apenas as suas necessidades, mas também a de todos envolvidos no processo operacional. Agindo desta forma, ela estará valorizando seu capital humano e criando pessoas comprometidas com seu trabalho, com os objetivos da empresa e os resultados apurados.

Assim, fica claro que o objetivo proposto foi atendido em sua integridade, tendo em vista os resultados apresentados, possibilitando a liderança do Grupo Zé de Dino adotar melhorias para todos os envolvidos na empresa, além dessa contribuição o estudo na prática contribuiu socialmente, no levantamento das premissas sobre o clima organizacional.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional**. A dinâmica do sucesso das organizações. 3. ed. São Paulo: Manole, 2014.

CLEGG, S. R. **Administração e Organizações**: Uma Introdução à Teoria e à Prática. Porto Alegre: Bookman, 2011.

DAFT, R. L. **Administração** (tradução Robert Brian Taylor). São Paulo; Thomson Learning, 2007.

DIAS, R. **Sociologia das Organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.

FRACALANZA, P.S.; FERREIRA, A.N. **Micro e pequenas empresas: rotatividade da força de trabalho e implicações para o desenvolvimento no Brasil**. IPEA. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br>>. Acesso em: 18 maio 2015.

LACOMBE, F.J.M. **Recursos Humanos: Princípios e Tendências.** São Paulo: Saraiva, 2005.

LUZ, R. S. **Gestão do clima organizacional: proposta de critérios para metodologia de diagnóstico, mensuração e melhoria.** Dissertação (Mestrado em Sistemas de Gestão) LATEC, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2003.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAROSTICA, O. M., **Clima Organizacional: Identificando os Fatores.** TCC, Instituto Municipal de ensino Superior de Assis /IMESA, Administração. Assis, 2012. Disponível em: < <http://www.fema.edu.br>>. Acesso em: 16 nov. 2014.

RIBEIRO, H. P. **O Problema do Absenteísmo na Área Operacional da Empresa Tam Linhas Aéreas S/A.** TCC, apresentado ao curso de Administração de Empresas da Fundação Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo/MG, 2012. Disponível em: <<http://www.fpl.edu.br>>. Acesso em: 08 dez. 2014.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional.** 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 7 ed. São Paulo: Atlas, 2006.



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

EDUCAÇÃO PATRIMONIAL: Prática de Ensino nas Escolas

Luziane dos santos ¹

Naiane Lima dos Santos ²

Mirian Nascimento de Santana ³

RESUMO

Sabemos que cultura é tudo aquilo que o homem produz já patrimônio pode está relacionada a bens de valor aquisitivo, porém patrimônio também pode ser bens de valor simbólico que possui significado para um família, grupo social ou apenas um indivíduo. O que vem a ser patrimônio? É um bem de valor ou não com alguma importância significativa para sociedade ou um indivíduo específico. Educar a partir da preservação de um bem que está sendo estudado relatando sobre a importância do mesmo na construção da história local salvando e guardando informações sobre o bem cultural. Este trabalho tem como objetivo mostrar como a educação patrimonial pode tornar as aulas de História muito mais atrativas e interessantes. Com esta pesquisa, pode-se analisar que o processo de ensino-aprendizagem torna-se mais fácil quando o educador está aberto a novas metodologias e práticas de ensino. Desta forma o educador contextualiza o conteúdo, adequando a realidade vivenciada pelos alunos.

Palavras-chave: Educação patrimonial. Bens culturais. Educação

ABSTRACT

We know that culture is everything that man has ever produced wealth could be related to goods purchasing power, however heritage can also be goods of symbolic value that has meaning to a family, social group or just an individual. What comes to be worth? It is a good value or not any significant importance to society or a specific individual. Educar from the preservation of a good that is being studied reporting on the importance of it in the construction of local history saving and storing information about the good work cultural. It aims to show how heritage education can make history lessons more attractive and interesting. With this research, we can analyze the process of teaching and learning becomes easier when the teacher is open to new teaching methodologies and practices.

¹ Graduada em licenciatura em História pela Universidade Federal de Sergipe em 2013, pós-graduanda em Metodologia do ensino da História e da Geografia pela FAMA (Faculdade Amadeus), Graduada em Licenciatura em Filosofia pela Universidade Federal de Sergipe. luziane.rosa@hotmail.com

² Pós graduanda em Educação especial Pela Faculdade Amadeus, Graduada em Licenciatura em História pela Universidade Federal de Sergipe. Atualmente é coordenadora Pedagógica da rede Municipal de ensino do município de Cristinápolis. nailima.santos@hotmail.com.

³ Graduada em Pedagogia pela Universidade Tiradentes, Especialista em psicopedagogia pela Faculdade Amadeus. mirian_nascimento_@hotmail.com

In this way the teacher contextualizes content, adapting the reality experienced by students.

Keywords: Heritage education. Cultural goods. Education.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo mostrar como a educação patrimonial pode tornar as aulas de História muito mais atrativas e interessantes.

O que vem a ser patrimônio? É um bem de valor ou não com alguma importância significativa para sociedade ou um indivíduo específico.

Educar a partir da preservação de um bem que está sendo estudado relatando sobre a importância do mesmo na construção da história local salvando e guardando informações sobre o bem cultural descobrindo-o e preservando-o sua memória, possibilita maior aprendizagem e dá ao aluno proporciona ao aluno uma aprendizagem com significado.

A mediação do professor é um dos fatores que consolidam a proteção dos monumentos, é preciso observar a percepção do professor com relação a utilização da educação patrimonial em suas aulas .

Neste sentido justifica-se a realização deste trabalho, pois patrimônio e cultura é tudo aquilo produzido pelo homem relacionado a sua memória coletiva .

O principal problema dessa pesquisa é como a educação patrimonial pode ser uma ferramenta que facilite o desenvolvimento e compreensão dos conteúdos da disciplina de História?

Possibilitar a inserção e apresentação do patrimônio cultural para tornar as aulas menos exaustivas é um dos fatores mais importantes da educação patrimonial.

Esta pesquisa foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliográfica baseada nas leituras de teóricos como Chaoy (2006), Nora (1993), Soares (2008), Nunes e Pina (2007), Souza (2007), Bôamorte, Mendes dentre outros que refletem sobre a necessidade a metodologia patrimonial no contexto escolar.

Tonus e Lessa relatam: “A opção metodológica não é uma opção neutra ela contempla escolhas [...] nela esta implícita nossa visão de mundo.” (2008, p. 05) O direcionamento de uma pesquisa depende muito das vivências, experiências do pesquisador ela não é imparcial é necessário que o mesmo escolha um lado a seguir.

2 PATRIMÔNIO CULTURAL

Sabemos que cultura é tudo aquilo que o homem produz já patrimônio pode está relacionada a bens de valor aquisitivo, porém patrimônio também pode ser bens de valor simbólico que possui significado para um família, grupo social ou apenas um individuo.

Nunes e Pina (2007, p.148) afirmam:

O patrimônio cultural é diversificado. Dele fazem parte tanto os monumentos arquitetônicos, representativos da memória nacional e local, entendidos como objetos históricos e artísticos, bens consagrados e protegidos por leis municipais, estaduais e federais, quanto outras formas de expressão cultural, como as danças, os cantos, o artesanato, a culinária, modos de falar, de vestir, as festas e celebrações. Todos esses elementos contribuem para a construção da identidade. Essa diversidade patrimonial nos proporciona uma visão ampla do processo histórico e nos leva à compreensão de que, sob a ótica da cultura, uma sociedade não é mais importante do que a outra.

Quando nós referimos a patrimônio pode esta se referindo a bens de natureza material ou imaterial. O que vem a ser um bem cultural? Ele é fruto da construção das vivências culturais de um grupo social.

A capacidade da ação humana de criar determina o valor que o patrimônio possui ao grupo social onde o mesmo está inserido. Ele é a representação de uma determinada época, está envolto de valor histórico, artístico e documental para a sociedade.

É preciso que a comunidade tenha um ar de pertencimento do bem cultural percebendo que ele faz parte da identidade coletiva da comunidade.

Nunes e Pina (2007, p.22) comentam:

Quando um bem cultural torna-se bem patrimonial é sinal de que houve a intermediação do Estado na priorização de um determinado testemunho. O seu valor simbólico refere-se a uma identidade coletiva, sem esquecer que é um bem cultural na medida em que o homem atribui a ele significados.

Da mesma forma que o Homem produz e constrói um bem cultural que possui um significado por um determinado momento, com o tempo esse valor pode ir se perdendo e as gerações posteriores podem compreender que aquele bem cultural não tem importância alguma para a sociedade. É nesse momento que se deve esclarecer as novas gerações o direito de conhecer o que foi criado no passado mostrando que ele reflete em coisas que existem na atualidade sem passado não existe história fica impossível saber como muitas coisas surgiram .

3 EDUCAÇÃO PATRIMONIAL

A educação patrimonial foi originada na Inglaterra e trazida para o Brasil pela museóloga Maria de Lourdes Parreiras Horta, é um conjunto de propostas que buscam atingir a população tendo como foco os estudantes. Portanto o tipo de metodologia utilizada depende muito do objetivo a ser alcançado e do público alvo, porém quatro etapas são importantes, a observação, o registro, a exploração e apropriação. (NUNES; PINA, 2007, p. 150)

Grunberg (2007, p. 06) nos ensina:

Observação

Nesta etapa, usamos exercícios de percepção sensorial (visão, tato, olfato, paladar e audição) por meio de perguntas, experimentações, provas, medições, jogos de adivinhação e descoberta (detetive), etc., de forma que se explore, ao máximo, o bem cultural ou tema observado.

Registro

Com desenhos, descrições verbais ou escritas, gráficos, fotografias, maquetes, mapas, busca-se fixar o conhecimento percebido, aprofundando a observação e o pensamento lógico e intuitivo.

Exploração

Análise do bem cultural com discussões, questionamentos, avaliações, pesquisas em outros lugares (como bibliotecas, arquivos, cartórios, jornais, revistas, entrevistas com familiares e pessoas da comunidade), desenvolvendo as capacidades de análise e espírito crítico, interpretando as evidências e os significados.

Apropriação

Recriação do bem cultural, através de releitura, dramatização, interpretação em diferentes meios de expressão (pintura, escultura, teatro, dança, música, fotografia, poesia, textos, filmes, vídeos, etc), provocando, nos participantes, uma atuação criativa e valorizando assim o bem trabalhado.

Compreender o indivíduo como construtor do fazer social e suas experiências sócias mostram “esses modos diferentes do ser humano é só que denominamos de cultura.” (SOUZA, 2007, p 43)

É imprescindível analisar que não existe sociedade superior, cada uma possui suas peculiaridades ,sua história e sua identidade .

Gazolla (2009, p. 1446) relata:

A proposta desta metodologia sugere o envolvimento de vários saberes; não se limita apenas ao patrimônio, pois ao incutir a importância da preservação, automaticamente trabalhamos a cidadania, o respeito, o espírito de coletividade, ensinamos a interagir e posicionar-se em defesa da memória. Além destes fatores, a interdisciplinaridade contribui na construção destes saberes.

Neste sentido ao inserir esse tipo de abordagem em sala de aula o professor proporciona um debate sobre a importância do ato de preservação, adicionando outras práticas que precisam desse tipo de abordagem.

Figura 1 – Educação patrimonial



Fonte: Grunberg, 2007.

Para Horta, Grunberg e Monteiro (1999, p. 6):

A educação patrimonial é um instrumento de ‘alfabetização cultural’ que possibilita ao indivíduo fazer a leitura do mundo que o rodeia levando-o à compreensão do universo sociocultural e da trajetória histórico-temporal em que está inserido. Este processo leva ao reforço da autoestima dos indivíduos e comunidades e à valorização da cultura brasileira, compreendida como múltipla e plural.

A educação patrimonial possibilita o conhecimento do saber histórico tornando um bem cultural, um monumento histórico como uma ferramenta de subsidio de desenvolvimento de aprendizagem. Existem muitas formas de utilizar a educação patrimonial com o conteúdo que é ministrado na sala de aula.

Uma das formas de associar a educação patrimonial ao conteúdo ministrado é levar o aluno onde o bem cultural está seja por meio de apresentação de um grupo folclórico, ou a ida a um museu, não se esquecendo de fazer um estudo antes de ir ao local, fazer com que os alunos realizem pesquisas coletando informações para o conhecimento prévio da localidade.

As dependências da escola é o local ideal para a propagação da necessidade do ato de preservar, “é a escola o lugar apropriado para o conhecimento e valorização dos elementos constitutivos do patrimônio cultural, associando esse patrimônio a historia local” (NUNES; PINA, 2007, p. 149)

Figura 2 - Exercício de Estimulo a percepção e análise

Aspectos principais a observar	Outras perguntas	Aspectos descobertos pela observação	Aspectos a pesquisar
<p>Aspectos físicos O que parece ser este objeto?</p>	<p>Que cor tem? Que cheiro tem? Que barulho faz? De que material é feito? O material é natural ou manufaturado? O objeto está completo? Foi alterado, adaptado ou consertado? Está usado?</p>		
<p>Construção Como foi feito?</p>	<p>Onde foi feito? Foi feito a mão ou a máquina? Foi feito em uma peça única, ou em partes separadas? Com uso de molde ou modelado a mão? Como foi montado? (com parafusos, pregos, cola ou encaixes?)</p>		
<p>FUNÇÃO Para que foi feito?</p>	<p>Quem o fez? Para que finalidade? Como foi ou é usado? O uso inicial foi mudado?</p>		
<p>FORMA (DESIGN) O objeto tem uma boa forma? É bem desenhado?</p>	<p>De que maneira a forma indica a função? Ele é bem adequado para o uso pretendido? O material utilizado é adequado? É decorada, ornamentado? Como é a decoração? O que a forma e decoração indicam? Sua aparência lhe agrada?</p>		
<p>VALOR Quanto vale este objeto?</p>	<p>Para as pessoas que o fabricaram? Para as pessoas que o usam?(ou usaram?) para as pessoas que o guardaram? Para as pessoas que o venderam? Para você? Para um Banco? Para um museu?</p>		

Fonte: Horta; Grunberg; Monteiro, 2007

Figura 3



Fonte: <http://www.arquivohistoricojoinville.com.br/nucleos/Educativo/EducaPatrimonial%20.pdf>

A memória patrimonial faz parte da identidade de um povo e a educação e a escola inserindo na a educação patrimonial fortalece a identidade resgatando a cidadania proporcionando o conhecimento e a valorização da história local fazendo que o indivíduo identifique sua realidade histórica.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se como a educação patrimonial é inserida no desenvolvimento das aulas de história e como a prática pedagógica influência para que a inserção desse tipo de metodologia tenha sucesso.

A percepção dos professores relacionados à educação patrimonial e ao conceito de cidadania é restrito apenas a datas comemorativas e não abrange muito como elas podem ser relacionadas no contexto diário das aulas .

Muitos são os fatores colaboradores que tornam a educação patrimonial não tão presente e efetiva nas escolas, pode-se citar como principal, a falta de apoio e até mesmo colaboração dos indivíduos que compõem o ambiente escolar, isso não ficou bem claro nos questionamentos, mas a vivência diária deixou comprovado que existem discordâncias das práticas adotadas pelas professoras das quais a direção deseja.

Uma aprendizagem significativa proporciona ao educando liberdade na tomada de suas decisões ajudando-o a ser um cidadão que compreende o que acontece a sua volta, além de facilitar o processo de ensino-aprendizagem.

Com esta pesquisa, pode-se analisar que o processo de ensino-aprendizagem torna-se mais fácil quando o educador está aberto a novas metodologias e práticas de ensino. Desta forma o educador contextualiza o conteúdo, adequando a realidade vivenciada pelos alunos.

REFERÊNCIAS

ARQUIVO HISTÓRICO DE JOINVILLE. **Caderno de Educação Patrimonial**. Disponível em:
<<http://www.arquivohistoricojoinville.com.br/nucleos/Educativo/EducaPatrimonial%20.pdf>>
. Acesso em: 01 ago. 2015.

GAZZÓLA, Lucivani. Educação patrimonial: teoria e prática. In: IX CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Anais...** PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ. Curitiba:PR, 2009. Disponível em:
<http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2009/anais/pdf/2902_1182.pdf> . Acesso em: 10 set. 2014.

GRUNBERG, Evelina. **Manual de atividades práticas de educação patrimonial**. Brasília, DF :IPHAN, 2007. Disponível em:
<https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/558606/mod_resource/content/0/GRUNBERG_Evelina.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2015.

HORTA, Maria de Lourdes Parreira; GRUNBERG, Evelina; MONTEIRO, Adriane Queiroz. **Guia básico de educação patrimonial**. Brasília: IPHAN: Museu Imperial, 1999.

MORAES, Allana Pessanha de. **Educação patrimonial nas escolas: aprendendo a resgatar o patrimônio cultural**. 2006. Disponível em:
<http://www.cereja.org.br/site/_shared/Files/_cer_old/anx/allana_p_moraes_educ_patrimonial.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2015.

NUNES, Verônica Maria Menezes; LIMA, Luís Eduardo. **Patrimônio Cultural**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe/CESAD, 2007.

SOUZA, Antônio Lindvaldo. **Temas de História de Sergipe I**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe/CESAD, 2007.

TONÚS, Nilce; LESSA, Heloísa Maria. **Projetos: Uma opção metodológica**. Mundo Jovem, ano 46, nº 384. mar. 2008.



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

O GERENCIAMENTO DA ROTINA DO TRABALHO E A GESTÃO DE PESSOAS APLICADOS À 36ª VARA DOS SISTEMAS DOS JUIZADOS

Cristiane Menezes Santos Barreto¹

RESUMO

A ideia deste trabalho surgiu da necessidade de melhorar o gerenciamento das rotinas de processo de trabalho e gestão de pessoas no dia-a-dia de uma vara virtual. Após a assunção da titularidade da 36ª Vara dos Sistemas dos Juizados, percebemos que existiam necessidades como: aplicação imediata de todos os conhecimentos adquiridos a título de gestão de pessoas; planejamento operacional no decorrer dos últimos anos e a urgência de construir um paradigma de eficiência para atender a demanda crescente dos processos que tramitavam na vara do Juizado Modelo de Defesa do Consumidor da Federação turno matutino. Os objetivos foram escolher um paradigma, julgar quantidade maior de processos de conhecimento de que os distribuídos no ano corrente², estabelecer e aplicar parâmetros objetivos de distribuição de força de trabalho, vinculados à demanda de processos, com garantia de estrutura mínima³ e sentenciar processos distribuídos a partir de agosto/2014 com prazo máximo de até trinta (30) dias após a realização da audiência una.

Palavras-chave: Gerenciamento de rotina de trabalho do dia-a-dia. Gestão de Pessoas. Padronização rotinas.

ABSTRACT

The idea for this paper arose from the need to improve management of routine work process and people management in everyday life a virtual stick. After the assumption of the title of the 36th Court of Courts Systems, we realize that there are requirements such as: the immediate application of all knowledge acquired by way of managing people; operational planning over the past years and the urgency to build a paradigm of efficiency to meet the growing demand of the processes being handled in Juvenile Court Stick Model of Consumer Federation morning shift. The objectives were to choose a paradigm, judging greatest amount of knowledge processes that distributed this year to establish and apply objective criteria for distribution of the workforce, the demand for bound processes, with guaranteed minimum sentencing structure and processes distributed from August / 2014 to a maximum of thirty (30) days after the completion of the one hearing.

¹ Juíza de Direito do Estado da Bahia, titular da 36ª Vara dos Sistemas dos Juizados – Juizado Modelo do Consumidor da Federação

² CNJ. Metas nacionais e estaduais estabelecidas pelo Conselho Nacional de Justiça para ser cumpridas em 2014. Meta 01-Publicado em Sexta, 17 de Janeiro 2014; ASCOM/TJRR-www.google.com.br

³ Idem nota 2

Keywords: work routine management of the day-to-day. People management. standardization routines.

1 INTRODUÇÃO

O Poder Judiciário tem como missão realizar a justiça, fortalecendo o Estado Democrático, fomentando a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, por meio de uma efetiva prestação jurisdicional. É muito importante para o Poder Judiciário, ser reconhecido pela sociedade como instrumento efetivo de justiça, mantendo a equidade e paz social, sendo esta inclusive a sua missão⁴.

Assim, a Constituição Federal garante as autonomias administrativa e financeira do Poder Judiciário, assegurando independência funcional aos magistrados.

De acordo com o relatório da Justiça em Número/2014, ano base de 2013⁵, tramitaram aproximadamente 95,14 milhões de processos na Justiça, sendo que, dentre eles, 70%, ou seja, 66,8 milhões já estavam pendentes desde o início de 2013, com o ingresso no decorrer do ano de 28,3 milhões de casos novos (30%).

Ainda segundo o referido relatório, o total de processos baixados, por sua vez, aumenta em proporções menores desde 2010, com crescimento de 0,1% no último ano e de 9,3% no quinquênio. Desde o ano de 2011 o quantitativo de processos baixados é inferior ao de casos novos, ou seja, o Poder Judiciário não consegue baixar nem o quantitativo de processos ingressados, aumentando ano a ano o número de casos pendentes. Este indicador do total de processos baixados divididos pelo número de casos novos é conhecido como o Índice de Atendimento à Demanda (IAD)⁶ que diminui desde o ano de 2009, passando de 103% nesse ano para 98% em 2013⁷.

Ainda na página 91 do mencionado relatório a movimentação processual registra um estoque nos Juizados Especiais do Estado da Bahia de 218.921 processos. Para casos novos foram registrados 217.815, no setor julgados foram 206.608 feitos e foram 228.066 baixados, sendo o saldo estimado de 208.670 processos. Por seu turno os indicadores de produtividade dos Juizados apontam que foram baixados 104,7%, que a

⁴ Resolução 70, de 18 de março de 2009-art. 1º.

⁵ Conselho Nacional de Justiça – Relatório Justiça em Número – 2014 – ano base 2013

⁶ Índice de Atendimento à Demanda – IAD – representa o total de processos baixados por caso novo

⁷ Relatório Justiça em Número – 2014 – ano base 2013. págs, 34 e 35

taxa de congestionamento⁸ é de 47,8%, na qual a fase de conhecimento aponta uma taxa de congestionamento de 44,6% e na fase de execução é de 65,9%. Importante salientar que este quadro está em sintonia com o quadro total do Poder Judiciário (exceto STF e Conselhos) apontado na página 39 do retromencionado relatório.

Já os indicadores por magistrados apontam que nos Juizados Especiais tem-se uma carga de trabalho de 4.131 processos, para o número de processos julgados temos uma média de 1.867 e o número de processos baixados é de 1.999 processos.

O Tribunal de Justiça da Bahia integra o 2º grupo de tribunais de Justiça do país, classificado como de médio porte, com escore de 0,25. Despesas total da justiça 1.722.593.385, com 2.656.141 processos em tramitação, com 636 magistrados e 13.294 número total de servidores.⁹

Pois bem, para a 36ª Vara dos Sistemas, atual 13ª Vara dos Sistemas dos Juizados, há o registro de processos distribuídos entre agosto a dezembro de 2013 um total de 870 ações novas e entre janeiro a agosto de 2014, 1.699 ações distribuídas, no total foram ajuizadas 2.569 ações novas no período de aplicação do plano de ação. O que demonstra que a vara possui uma demanda considerável, sendo que seu acervo ativo em agosto/2014 era de 9.311 processos ativos na unidade vinculados a esta magistrada.

Assim, ao final dos trabalhos neste período de um ano conseguimos demonstrar que a metodologia aplicada alcançou um índice de eficiência no sentido de sermos capazes de julgar mais processos do que os ajuizados, reduzindo assim a taxa de congestionamento da fase do processo de conhecimento e diminuindo também o tempo de tramitação do processo nesta mesma fase. A balança judiciária¹⁰ que em agosto de 2013 era 95% chegou em dezembro do mesmo ano ao índice de 172% e entre o período de agosto a dezembro/2013 a média foi de 118%. Por seu turno no mês de janeiro/2014 o percentual alcançado foi de 178%, em agosto do mesmo ano o índice foi de 157%, totalizando em 2014 uma balança positiva de 268% de arquivados neste período; para o ano de agosto/2013 a agosto/2014 o índice total médio foi de 217%¹¹.

Vejamos a evolução da balança judiciária no período de aplicação de

⁸ Taxa de Congestionamento – representa o percentual de processos que tramitam e não foram baixados durante o ano

⁹ Relatório Justiça em Número – 2014 – ano base 2013. págs, 34 e 35 – pág. 43. Porte do tribunal leva em consideração as despesas totais, a tramitação processual (casos pendentes + casos novos), número de magistrados, números de servidores (expressão que abarca os servidores efetivos, os requisitados e os sem vínculo, assim como as demais categorias que integram a força de trabalho auxiliar, como terceirizados, estagiários, juízes leigos e conciliadores

¹⁰ Registra o cálculo entre processos distribuídos e processos arquivados

¹¹ Dados fornecidos pelo setor de TI do TJBA

gerenciamento das rotinas¹²:

Ano 2013	mês				2013 Total	Ano 2014								2014 Total	Total Geral
8	9	10	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8		
95%	103 %	72%	176 %	172 %	118 %	178 %	178 %	208 %	150 %	298 %	271 %	409 %	541 %	157 %	268%

2 DA UNIDADE

Quando assumimos a unidade da federação, a mesma estava caracterizada da seguinte forma, a titularização desta magistrada é a 36ª Vara dos Sistemas dos Juizados, na escolha do local de trabalho, foi eleita a vara do Juizado Modelo do Consumidor da Federação.

A vara apresentava-se no Sistema como uma unidade na qual duas magistradas exerciam suas respectivas titularidades, sendo único todo o quadro de servidores e o espaço físico utilizado pela Secretaria.

O quadro de servidores da unidade manteve-se desta maneira até agosto de 2014, vejamos: No Gabinete - 01 juiz, 01 assessor, 04 Juízas Leigas, 03 Conciliadoras e 02 estagiários. No Administrativo-01 supervisor da unidade, 01 secretário, 02 Subsecretárias, 08 digitadores, 05 atendentes, 05 oficiais de justiça, este quadro de servidores da parte administrativa era compartilhado por ambas as Juízas titulares da Unidade. Importante registrar que eventualmente os estagiários promoviam o atendimento das partes em detrimento às suas produções de gabinete, ou seja, de atos judiciais.

No decorrer dos trabalhos e devido à reestruturação adotada pela Coordenação dos Juizados (COJE) foram transferidos três servidores, sendo duas com formação em nível superior e bacharel em direito e relatados em outras unidades. Também houve a não renovação dos contratos dos estagiários com a futura redução do quantitativo. Por último, houve a estabilização da ocupação do Servidor, titular da função de Secretário.

Na sequência, existiu, por orientação da COJE, a divisão dos servidores para que cada magistrado pudesse formar a sua equipe, em função da possível mudança de

¹² IDEM nota 11

sede¹³. Em face desta reestruturação, a equipe desta subscritora passou a contar com a mesma equipe de gabinete e, na parte administrativa, em agosto deste ano tínhamos o seguinte quadro de servidores: 01 Secretário, 01 Subsecretaria, 02 digitadoras, 02 atendentes de recepção de 03 oficias de justiça, 01 estagiário, este quadro foi suficiente para manter os resultados alcançados.

Para finalizar a identificação da vara, após a solidificação das rotinas, solicitamos a implantação do projeto piloto, no sentido de promover a divisão da unidade estendida também para o plano virtual, o que foi aceito pela COJE e resultou em outra medida essencial para identificação de cada vara como unidade autônoma¹⁴.

3 A CRIAÇÃO DO PARADIGMA

Pois bem, na tentativa de buscar o aperfeiçoamento pessoal e de técnicas na aplicação da gestão de pessoas no exercício da função, empreendemos a capacitação através de livros, cursos do EAD – CNJ em gerenciamento de competências, o Curso de Extensão – Aperfeiçoamento da Prática Jurídica, certificado pelo Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, a UNICORP e o IDP e outros três cursos de extrema relevância no desenvolvimento de habilidade com relações humanas e gerenciamento de rotinas, o curso de formação em Programação Neurolinguística¹⁵, o MBA em Gestão de Pessoas e formação de lideranças¹⁶ e o curso “Método PDCA” ministrado pela consultoria especializada em gestão de organizações – CCA¹⁷.

¹³ A mudança para nova sede infelizmente ainda não ocorreu, todavia a COJE manteve a divisão dos servidores por magistrados, medida esta extremamente saudável para desenvolvimento das metodologias já implantadas na unidade

¹⁴ Importante registrar aqui que a Juíza Coordenadora dos Juizados, Dr^a Luciana Carinhanha Setubal acolheu nossos pleitos para alavancar os processos de mudanças. Para o saneamento da Secretaria foi realizado um mutirão com o objetivo de reduzir a juntada de petições, ficando a unidade responsável pela juntada atual e, por via de consequência, não acúmulo de novas juntadas. Muito embora esta magistrada não seja favorável a mutirões, acredito que um trabalho direcionado da equipe de saneamento na secretaria aliado às boas práticas representou o que precisávamos para a secretaria promover a redução da juntada de petições e manutenção dos resultados. E este grupo de saneamento organizado pela COJE produziu um ótimo trabalho em termos de juntada de petições e movimentações, aliado ao trabalho da unidade de cumprir a sua meta.

¹⁵ Curso Practitioner, fases I e II de Programação Neurolinguística no total de 180 horas. Proser, Salvador, 2011.

¹⁶ MBA em Gestão de Pessoas e Formação de Lideranças na UNIT – que resultou na produção do TCC a Gestão Estratégica Aplicada à Vara Cível de Cícero Dantas, apresentados no VIII Colóquio Internacional de Educação e Contemporaneidade pela Universidade Federal de Sergipe e no Congresso realizado na Faculdade Amadeus – FAMA em Aracaju.

¹⁷ CCA – empresa de consultoria especializada em gestão de organizações que operou na cidade de Aracaju.

Assim, para tecer um breve registro sobre a Programação Neurolinguística (PNL) temos que ela estuda talento e qualidade, e como organizações e indivíduos excelentes obtêm seus resultados igualmente excelentes. Os métodos podem ser ensinados a outros para que eles também possam obter a mesma classe de resultados, é o que a PNL chama de modelagem¹⁸.

Modelar alguém é traçar o perfil de eficiência que ela possui, descrever as ações, padronizá-las, capacitar pessoas para que possam reproduzir e alcançar resultados igualmente eficazes.

Sendo assim, foram estabelecidos os problemas, ou seja, tínhamos os resultados para serem alcançados e a necessidade de pesquisar os possíveis Juízes paradigmas¹⁹ que possuíam uma produtividade elevada e uma taxa de congestionamento em seus Juizados considerada baixa (vide gráfico em anexo). Para escolha do paradigma era necessário que o Juiz fosse titular da vara, tivesse um período superior a um ano no exercício da titularidade na unidade, possuísse uma rotina que pudesse ser facilmente copiada e apresentasse uma boa produtividade; então foi feito um levantamento do grau de produção dos magistrados em termos de sentenças e três foram as possíveis unidades cuja metodologia de organização de secretaria fosse compatível.

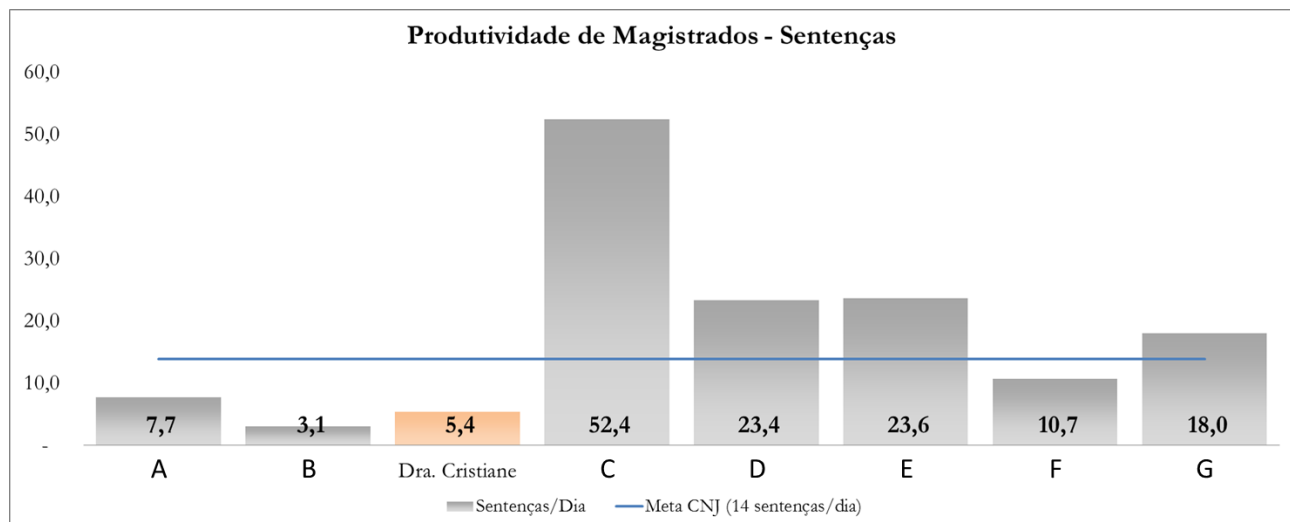


Gráfico 1 – Produtividade dos Magistrados, 2013.

Fonte: CNJ (março a outubro/2013); análises CCA.

Nota: A meta diária do CNJ foi obtida dividindo a meta mensal de 300 sentenças pela quantidade de dias úteis do período.

¹⁸ Joseph O' Connor – Manual de Programação Neurolinguística – Editora Qualitymark – 7ª reimpressão – 2011.

¹⁹ Nesta fase foi realizada a parametrização com a orientação solidária e gratuita da consultoria CCA

Como consequência da identificação do problema, primeiro passo da etapa do processo, observamos que na maior parte do tempo, nós juízes e os demais servidores somos absorvidos por funções operacionais, por isso fica muito difícil conduzir as funções gerenciais de forma eficaz, principalmente quando as mesmas não são desenvolvidas a contento.

Neste momento, já tínhamos em mente que seria adotada a metodologia do PDCA para gerir a unidade, pois o curso “Método PDCA” ministrado pela consultoria especializada em gestão de organizações – CCA, abriu nossos horizontes para entendemos que ele era o caminho para se alcançar metas. O método vem melhor apresentado a seguir.

Assim, com foco no aumento da produtividade do número de processos a serem sentenciados, passamos a identificar o problema, descobrindo as possíveis causas, verificar que tanto a produtividade desta magistrada necessitava de melhoria urgente, quanto a Secretaria deveria passar a ter tanto uma melhor organização como conhecimento aprofundado sobre a prática de atos ordinatórios para uma rápida e eficiente conclusão dos processos e para isso somente existiriam dois caminhos a serem adotados: 1. O processo deve somente ter conclusão, ou seja, remessa ao Juiz para fins de decisão ou para sentença. 2. Os despachos sem cunho decisório, deveriam ser produzido mediante a prática de atos ordinatórios.

Figura 1 – Ciclo PDCA.



Fonte: curso “Método PDCA” – CCA.

No livro, gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia²⁰ aprendemos a arrumar a casa, ou seja, adotar as providências para que as pessoas, no caso os servidores e o magistrado, pudessem exercer suas funções gerenciais e operacionais, sendo mais eficientes naquilo que fazem, buscando a padronização das rotinas e a redução dos índices de anomalias das funções exercidas.

Assim, procuramos padronizar condutas, com a inclusão dos atos ordinatórios, monitoramento dos resultados, com os números da Justiça aberta e os informes mensais quanto ao número de ações ajuizadas e processos baixados, assim também a inserção da data de publicação das sentenças, já nos termos de audiências. A realização de reuniões para promover ações corretivas para sedimentar as novas práticas e proporcionar um bom ambiente de trabalho com a utilização do máximo potencial mental das pessoas envolvidas no processo.

Neste processo de mudança, o magistrado deve assumir a postura de líder, que para alcançar os resultados, deverá traçar e atingir as suas metas. Assim, registrando Vicente Falconi em seu livro já citado, página 35, neste processo de mudança, dois fatores são decisivos: 1. Liderança; 2. Educação e Treinamento. A boa liderança fará quase que invariavelmente boas mudanças.

Pois bem, nesta linha de ação esta magistrada teve como start da linha de execução de seus anseios de mudança, o trabalho gracioso da consultoria CCA²¹.

Após a identificação dos magistrados que poderiam ser utilizados como paradigmas, a análise do fenômeno, segundo passo do P, com o objetivo de melhor conhecer o problema da 36ª Vara por meio da estratificação, ou seja, o desdobramento dos processos a serem sentenciados, buscando uma real situação do acervo utilizamos o *Princípio de Pareto*²² em categorias.

Para construção deste gráfico solicitamos do setor competente da TI do Tribunal de Justiça o total de ações com os respectivos demandados e chegamos aos seguintes dados:

²⁰ CAMPOS, Falconi Vicente: Gerenciamento da rotina do trabalho do dia -a –dia. Nova Lima, MG: Editora INDG, 2011.

²¹ O trabalho foi gracioso, no qual foram fornecidas as primeiras linhas mestras para implantação do PDCA e a parametrização das ações existentes na vara. Após a realização do curso desta magistrada ministrado pela CCA e, em conversas sobre as dificuldades encontradas na gestão da vara os consultores resolveram compartilhar seus conhecimentos e prestar esclarecimentos no sentido de quais medidas deveriam ser adotadas em primeiro lugar para atacar o acervo.

²² Conhecido também por princípio 80/20, afirma que para maioria dos problemas, 80% dos efeitos advêm de 20% das causas. O pai desse princípio foi o economista italiano Vilfredo Pareto.

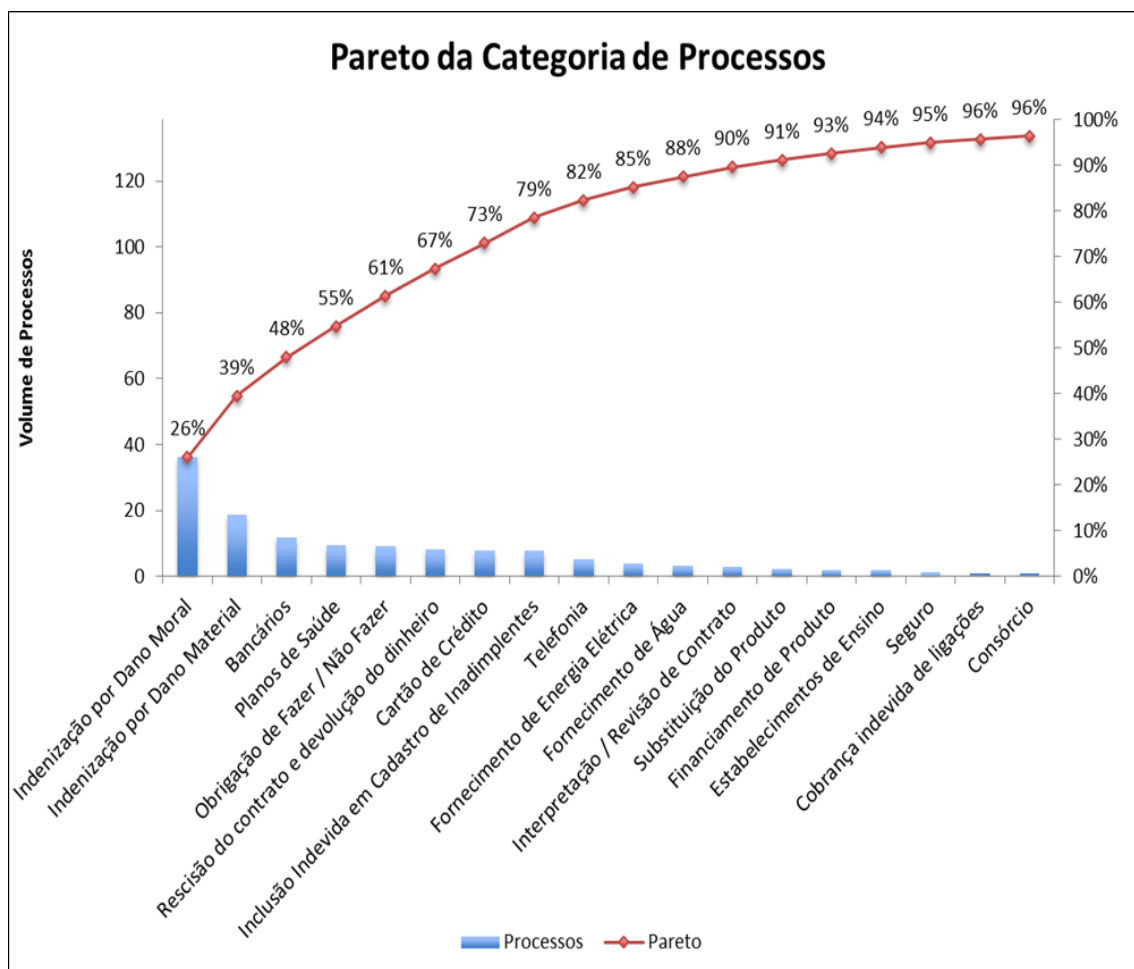


Gráfico 2 – Pareto do estoque dos processos por categoria

Fonte: Análises CCA

Seguindo o fluxo do P do PDCA, analisamos também o processo²³, realizamos o *brainstorming* (*quais as causas que nos impedem de atingir a meta*)²⁴ e as metas foram fixadas; traçamos o plano de ação, neste primeiro momento, a redução da caixa de processos conclusos para sentença, deixando apenas na caixa de conclusão, os processos do ano e mês corrente da realização das audiências; também o julgamento dos processos que se encontravam paralisados e ainda não sentenciados que deveriam ser levados para nova audiência de conciliação. O julgamento, nesse caso, seria proferido no prazo de até dez dias. Com isso, finalizamos a etapa de planejamento do PDCA.

A primeira meta foi traçada, os processos foram todos identificados e, aqueles que estavam paralisados e ainda que não conclusos, foram levados à nova sala de audiência

²³ Para a área de *Business Process Management*, processo é um conjunto definido de atividades ou comportamentos executados por pessoas ou máquinas para alcançar uma ou mais metas. Os processos são compostos por várias tarefas ou atividades inter-relacionadas que solucionam uma questão específica.

²⁴ Aqui foi importante o aumento do número de Juízas Leigas, a formação de três salas de conciliação, a antecipação de pauta e a redução do tempo entre o ajuizamento e realização da primeira audiência.

aberta²⁵, processos pautados com julgamento em até dez dias, alcançamos os primeiros resultados, quais sejam: processos paralisados são movimentados e sentenciados e a caixa de conclusão começa a baixar²⁶. Foram realizadas 675 audiências em três meses, todas as audiências eram seguidas com sentenças publicadas no prazo máximo de dez dias. E o segundo resultado de redução da caixa de sentença para conclusão dos processos do mês foi alcançado em agosto de 2014, data em que passamos a incluir nos termos de audiências dos processos novos a data de publicação da sentença para trinta dias, atendendo um dos anseios da comunidade e também a resolução quanto à ansiedade para espera do julgamento.

O terceiro resultado foi alcançado a partir de fevereiro de 2015, agora para os processos em fase de Cumprimento de Sentença/Execução. Aqui a meta era trabalhar na caixa chamada “Decisão” seguindo ordem de conclusos dos processos e a partir de junho do mesmo ano, somente processos conclusos há 30 dias estariam aguardando decisão.

A etapa do D (*Do*) trata-se da execução dos planos de ação, colocar em prática o que foi planejado. Então, fizemos o desenvolvimento que consistiu na marcação de uma pauta de conciliação extraordinária²⁷, com concentração destes processos na pasta exclusiva da Juíza de Direito para julgamento em até dez dias. Na sequência houve a abertura da terceira sala de audiência que consistia em antecipação de pauta dos processos de idosos, saúde, serviços essenciais, bancos e medida urgentes. Também é importante registrar que havia uma concentração da força de trabalho das Juízas Leigas na caixa de sentença com redução do acervo mensalmente, para tanto, o gabinete fornecia uma lista de processos que deveriam ser sentenciados no mês corrente. Através de ordem de serviço, todos os servidores, inclusive esta magistrada, realizavam a dispensa de petição de todos os processos conclusos e analisados, inclusive as conciliadoras ficavam responsáveis pela dispensa dos documentos juntados por ocasião da audiência, tais como atos constitutivos, instrumentos de representação e contestações. Além disso, faz-se importante destacar que a equipe foi treinada para utilização dos atos ordinatórios e em outras atividades críticas.

No C (*Check*) significando também a verificação, passamos a acompanhar e

²⁵ Coordenação deferiu o pedido de abertura de uma nova sala de conciliação para possibilitar o cumprimento desta meta.

²⁶ Importante registrar que a orientação da COJE no sentido de somente permitir a validação de sentenças de mérito, corroborou a prática que já estava sendo adotada por esta magistrada com base na resolução do CNJ, o que foi ainda decisivo quando o sistema vetou a possibilidade de validar atos diversos do que estabelecia a orientação da Coordenação.

²⁷ O que chamamos de movimento de conciliação antecipada com julgamento de mérito.

publicar mês a mês os números da Justiça aberta no mural com o informativo que denominamos “VOCÊ SABIA?”, também passamos a totalizar o número de processos sentenciados e processos arquivados, assim também a média de processos ajuizados por mês naquela unidade. Além de monitorar e tornar mais visíveis os resultados da vara, conseguimos aumentar a motivação da equipe por seu esforço refletido na melhoria do atendimento às demandas da população.

No gráfico abaixo, de distribuição dos processos da 36ª vara, pode-se observar que houve uma significativa mudança de patamar, para melhor, considerando que entre o período de julho a dezembro de 2013 a média de distribuição foi de 294/mês, abaixo da meta do CNJ, enquanto que de janeiro a agosto de 2014 os resultados superaram o período anterior em 81% e a meta do CNJ em 77%, alcançando com a média mensal de 532 processos distribuídos.

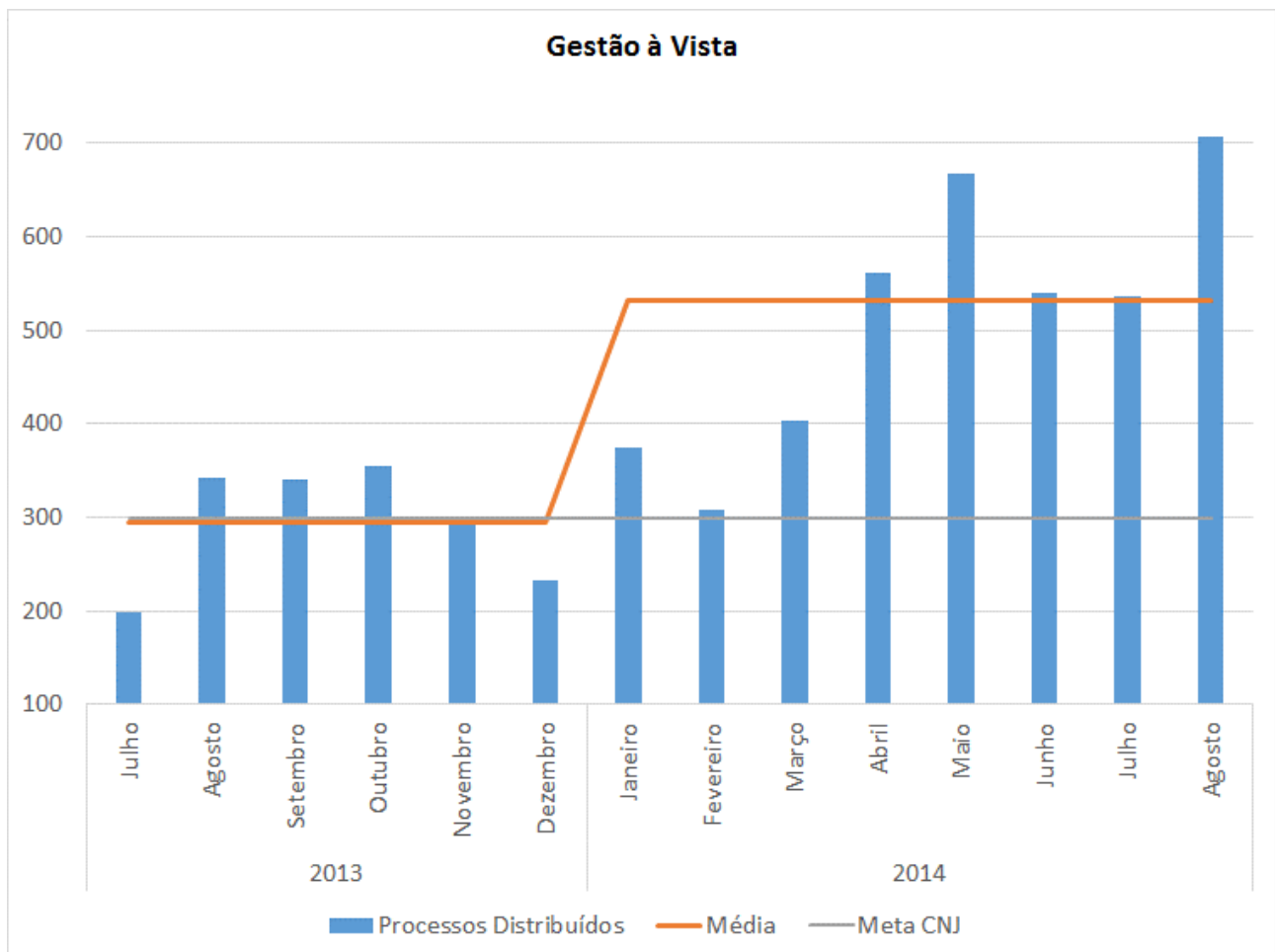
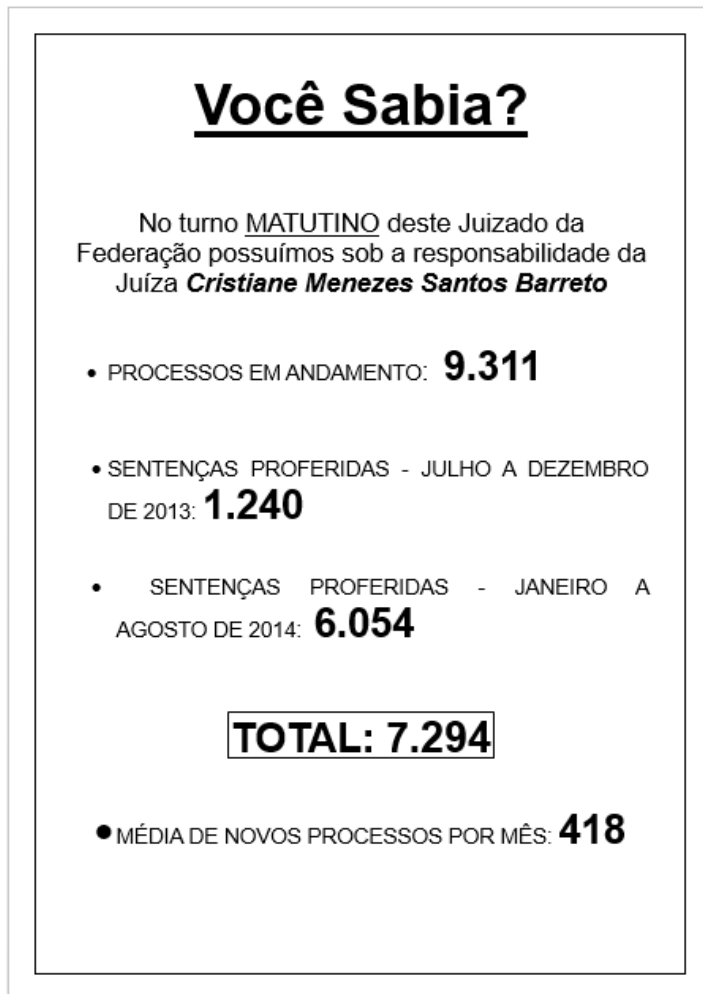


Gráfico 3 – Gestão à Vista.

Fonte: TJBA/TI - Lista processos distribuídos por mês (agosto/2014).

Figura 2 – Gestão à Vista – informe “Você Sabia?”.



Fonte: TJBA/TI - Lista processos distribuídos por mês (agosto/2014).

Por fim a última, mas não menos importante, etapa do PDCA, no A (*Action*) onde padronizamos e trabalhamos diariamente para eliminar causas que poderiam comprometer a manutenção dos resultados já alcançados para a redução do acervo com o aumento da produtividade, consistindo na revisão das atividades e planejamento para o trabalho futuro.

Assim, podemos apontar neste íterim algumas das melhores práticas adotadas pela unidade, quais sejam; 1. O uso racional dos localizadores, com o objetivo de identificar cada fase do processo e quais atos precisam ser praticados, facilitando o uso da ferramenta da prática de atos em lotes e despachos múltiplos. 2. O uso da Nuvem/Psyché²⁸ do Juizado para acompanhamento de todos os atos praticados na

²⁸ Ao lado da Psyché também utilizamos a ferramenta conhecida DROPBOX, outra espécie de nuvem de uso residencial, na qual diante de sua facilidade, os Juízes Leigos lançavam sua produtividade para fins

unidade e também facilitando a correção prévia dos atos das Juízas Leigas, para lançamento posterior no sistema, reduzindo o tempo de ajuste de correção e formatação da produção. A aposição da data de julgamento dos processos nos termos de audiências com ressalva de que o prazo de julgamento não seria superior a trinta dias, reuniões periódicas com a equipe para sedimentar as rotinas, favorecer o sentimento de unicidade e comprometimento.

Neste momento foi eleito o nosso paradigma para que pudesse ser copiado e agregasse valor às rotinas já existentes. Analisando os métodos aplicados pelos magistrados, apontados no gráfico 1, o paradigma escolhido foi o executado na Vara dos Sistemas dos Juizados de Lauro de Freitas, porque além dos resultados alcançados, a nossa base teórica apontava que a metodologia utilizada pelo Dr. Marcelo de Oliveira Brandão estava adequada ao PDCA e implicava a concretização de várias ferramentas já disponíveis no PROJUDI que não eram de domínio dos servidores. Com a visita *in locu*, concluímos que havia rotina de trabalho dia-a-dia, metodologia, gestão de pessoas, desalienação das rotinas de trabalho, equipe de trabalho comprometida com os resultados, liderança do magistrado e controle das ferramentas utilizadas e metas traçadas.

Em parceria com o magistrado, todas as metodologias, atos normativos e localizadores foram compartilhados via pasta nuvem/psyché e passamos a agir no sentido de que os servidores tivessem o domínio das práticas de processo de trabalho. É importante registrar que a parceria com o magistrado tinha o objetivo de demonstrar que a metodologia não é pessoal e intransferível, ainda também tinha por objetivo demonstrar que cada vara, mesmo sendo uma unidade autônoma e independente, uma base de rotina e fluxogramas podem e devem ser adotadas pelas unidades judiciária que trabalham com o sistema PROJUDI.

Eleito o paradigma passamos a responder às “condições bem formuladas”²⁹, que são perguntas que o líder deve responder quando traça as suas metas e as de sua equipe, foram elas:

1 – O que você quer?

Adotar uma metodologia de fácil apreensão, ser agente multiplicador de boas práticas, desalienar as rotinas de trabalho, reduzir a média de tempo de tramitação dos

de correção prévia, ou seja, antes do lançamento no sistema projudi. Assim, esta magistrada, durante o expediente, na qual outras atividades eram exercidas, e que dificultavam um trabalho que exige maior concentração, no caso, a correção de sentenças, podia fazê-lo com maior rapidez e sem prejuízo dos atendimentos às partes, advogados, dúvidas ocorridas em audiências e intercorrências administrativas.

²⁹ Idem 15

processos na fase de conhecimento e na fase de cumprimento de sentença.

2 - Como você sabe se está tendo ou teve sucesso?

Foi realizado um levantamento das demandas existentes na vara, fixadas as metas de julgamento, ampliado o número de conciliações realizadas no mês, reduzido o acervo de conclusão para julgamento, decisões e despachos e realizado o acompanhamento dos dados fornecidos pela Justiça Aberta para apresentar o aumento dos processos julgados mês, números de processos julgados com e sem mérito, número de processos arquivados e informativo de quantas ações eram ajuizadas mês a mês.

3 - Quando, onde e com quem?

Quando, entre os meses de agosto/2013 a agosto/2014. Onde, na 36ª Vara do Sistema dos Juizados, com o corpo de servidores, auxiliares, estagiários, Juízes Leigos e Conciliadores.

4 - De que recursos você dispõe?

Espaço físico, computadores, 03 Conciliadoras, 04 Juízas Leigas, Meta de produtividade das Juízas Leigas, 02 estagiários, 01 assessor. Equipe de Secretaria, 01 Secretário, 01 Subsecretário, 03 digitadores, 04 oficiais de Justiça, duas atendentes de recepção.

5 – Você pode iniciar e manter os resultados?

Podemos iniciar os resultados e mantê-los, caso não haja nenhuma mudança significativa como redução do quadro de Juízas Leigas, Conciliadoras, redução do corpo de secretaria, perda do assessor.

6 – Quais são as consequências maiores?

Julgamento dos processos ajuizados a partir de agosto/2014 no prazo máximo de 30 dias. Redução do tempo de espera para realização da audiência de Una, melhoria do clima organizacional.

7 – Como seus resultados se encaixam?

Os resultados se encaixam no cumprimento das metas para 2014 fixadas pelo Conselho Nacional de Justiça, conforme apresentados na introdução do trabalho.

8 – O que fazer a seguir?

Após reduzido o tempo de espera para a entrega da prestação jurisdicional e a redução da taxa de congestionamento do processo na fase de conhecimento. O próximo passo é o aumento de produtividade dos processos em fase de execução.

4 DAS ROTINAS DE TRABALHO

Em resumo inspirados na rotina da vara de Lauro de Freitas adotamos os seguintes recursos, vejamos:

1 – O Gabinete (não oficial) composta por um analista e um técnico para trabalharem diretamente com o juiz togado que somados aos estagiários iriam compor o quadro do gabinete. Essa equipe minutava decisões, despachos e sentenças. Na unidade da 36ª Vara dos Sistemas dos Juizados- unidade federação, não foi possível deslocar o analista e um técnico para trabalharem no gabinete porque a secretaria estava desfalcada, e porque acreditamos que naquele momento a sedimentação da prática de atos ordinatórios e a sistemática de certificar a quitação, com dispensa de despacho prévio seria suficiente para melhorar a produtividade e celeridade dos atos judiciais. Portanto a equipe de gabinete estava descrita como a magistrada, o assessor e dois estagiários.³⁰

2 – Um único sistema - o PROJUDI. Aqui a digitalização começou sendo realizada pelos próprios servidores e, na sequência, a COJE passou a assumir esta fase para acelerar o processo, a unidade passou a digitalizar somente aqueles que retornavam da turma recursal.

3 – Adoção dos atos ordinatórios³¹. Editou-se portaria nesse sentido e os feitos que dependessem de despacho ou de simples movimentação deveriam ser resolvidos por ato ordinatório, e mesmo aqueles que a secretária tivesse alguma dúvida, antes de fazer a conclusão teria que consultar o Gabinete. Com isso reduziu-se consideravelmente os feitos conclusos para esse fim.

4 - Adoção da audiência una e aposição da data de publicação da sentença - Contados da data da audiência una o termo de audiência apresenta a data de publicação da sentença, sendo esta o início da contagem de prazo de recurso, ainda que a sentença seja publicada em data anterior.

5 – Integração da equipe de trabalho – prévia comunicação das mudanças, utilização do pandion, messenger interno do Tribunal de Justiça, reuniões de trabalho quinzenalmente, uso do feedback, redução dos ruídos da comunicação, “chuva de ideias”

³⁰ os voluntários não são utilizados neste rotina para a formação do gabinete. E o estagiário no curso do processo foi reduzido a um, que ficou atrelado às praticas de atos do Gabinete.

³¹ Importante registrar que antes da implantação dos atos ordinatórios, criamos os modelos respectivos devidamente nominados e depois, com duas reuniões, todos os atos foram apresentados, para ciência e identificação. Isso porque nem todos que aplicam os atos ordinatórios eram estudantes ou bacharéis em direito.

para alavancar o processo criativo e valorização pessoal, também revisão das metodologias e compartilhamento de conhecimentos.

6 - Uso racional dos localizadores. Localizador é uma função existente no PROJUDI que permite criar uma marca temporária no processo (índice), a qual irá sinalizar a realização de algum ato no mesmo. Vale o registro de que a Secretaria não pode optar em não usar localizadores e que tal ato é definido pelo magistrado. A adoção desta ferramenta evita que o processo cai, no que chamamos de limbo, e não seja movimentado.

7 – Alvará eletrônico - o alvará é assinado eletronicamente e a parte favorecida, de onde estiver, acessa o processo eletrônico, imprime o alvará e se dirige ao Banco do Brasil S/A para sacar o valor, sem qualquer necessidade de se dirigir a unidade judicial. Inclusive com a possibilidade de assinatura em lote.

8 – Juizado nas nuvens - Na otimização da relação entre o gabinete, a supervisão, a secretaria, o oficial de justiça, conciliador, recepção etc. foi desenvolvida uma estratégia de trabalho de importância crucial para o sucesso alcançado nos resultados da vara. Trata-se do uso da pasta *psyché*. Com efeito, essa pasta eletrônica é mantida no servidor do TJBA (espécie de nuvem computacional) e permite que a unidade judicial possa criar nesse local subpasta que é compartilhada por todos os servidores da unidade.

9 – Correção prévia dos atos dos juízes leigos - a supervisão do trabalho desse auxiliar é feita com o uso do *pandion* e da *psyché*, ferramentas já citadas. O messenger interno é importante para que caso surjam dúvidas durante a realização da audiência o juiz leigo, possa consultar o Juiz de Direito e, de forma rápida, sem precisar ausentar-se da sala de instrução. Por seu turno, a *psyché* é usada mediante a criação da subpasta “Juiz Leigo” abrigada na pasta da unidade jurisdicional em questão. Nessa pasta se organizam os documentos importantes para o juiz leigo, especialmente as sentenças que eles produzem. Assim, essa subpasta se desdobra em duas subpastas nas quais se deve armazenar as decisões aprovadas pelo juiz Togado e as que pendem de aprovação. Essas pastas desdobradas podem ser denominadas de: a) “DECISÕES APROVADAS” e b) “DECISÕES PARA APROVAÇÃO”.

10 – AR DIGITAL – V-POST – que não é opcional deve ser utilizado por todos os juizados.

11 - Requerimento Eletrônico para as Partes Litigantes - A parte litigante, com a assistência do atendente de recepção, preenche um formulário mediante terminal disponível. Tal requerimento é validado com apresentação da carteira de identidade ou

outro documento com foto que é na oportunidade digitalizado e lança diretamente o requerimento no processo eletrônico respectivo. Com essa medida reduzimos os formulários em papel usado para esse fim. A medida atende à recomendação de economia com gastos de papel e também no abandono de manuscritos, muitas das vezes extensos e inelegíveis.

12 - Controle da Qualidade das Decisões de Mérito - Na busca de conferir coerência ao sistema, tentando qualificar as futuras decisões de mérito da unidade foi adotada medida de controle da jurisprudência da unidade judicial. Essa medida de controle se faz mediante o estudo dos embargos de declaração e das decisões das Turmas Recursais. Essa medida objetiva dar segurança e previsibilidade das decisões da unidade e principalmente, na medida do possível, buscar coerência com a jurisprudência das Turmas Recursais.

5 A GESTÃO DE PESSOAS

Como escrito anteriormente, foram realizados alguns cursos que auxiliaram na formação para lidar com as ferramentas da gestão operacional e da gestão de pessoas. A MBA em gestão de pessoas e formação de líderes surgiu da necessidade de ter o melhor desempenho das pessoas envolvidas na prestação dos serviços uma vez que os recursos públicos serão sempre insuficientes.

Mesmo havendo limitações dos recursos financeiros e orçamentários, acreditamos que é possível alcançar melhores resultados através das práticas de gestão de resultados e pessoas.

Gerenciar nada mais é do que fazer com que as coisas aconteçam e que os resultados sejam alcançados de forma ética, ecológica para seus participantes e que proporcione a melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos. Acredito que se a organização investir no pessoal envolvido no processo de trabalho, a satisfação também alcançará níveis mais elevados e, certamente, mais pessoas contribuirão com seus aprendizados.

Um aspecto interessante a ser registrado é que cresce o número de magistrados e servidores que assumem as funções e que são nascidos a partir de 1978 (batizados como “geração Y”, mas também conhecidos como Millenium ou Net) e segundo podemos perceber esses números tendem a aumentar. Pois bem os 'Y' possuem características peculiares: encaram o trabalho como desafio e diversão, prezam um ambiente informal

com transparência e liberdade para a troca de ideias, valorizam o trabalho em equipe e querem promoções rápidas.

Aqui, na nossa atual estrutura, a promoção tem regras próprias distintas das empresas privadas, mas que podem ser substituídas por valorização pessoal.

Entretanto, ainda somos muitos os gestores da “geração X” (nascidos entre 1965 e 1977) e baby boomers (1946 e 1964) e como características há dificuldade em assimilar e até mesmo aceitar o comportamento dos mais jovens, por entrar em conflito com os próprios valores, principalmente no que tange às relações formais e de hierarquia³². Então um dos grandes desafios dos Tribunais é incorporar os valores dos Y de modo a integrar, e não se chocar, com a cultura organizacional.

Mary Parker Follett³³, sem ser psicóloga, é a principal expoente dos chamados psicólogos da organização e para ela, o objetivo da administração é integrar as pessoas e coordenar suas atividades. Assim, ela elaborou quatro princípios fundamentais da organização:

a) Princípio do contato direto: as pessoas que trabalham próximas, tanto no sentido horizontal quanto no sentido vertical (chefes), devem estreitar os contatos diretos para melhor coordenação.

b) Princípio do planejamento: para melhorar a motivação das pessoas que executam um trabalho, devem participar desde o momento do planejamento.

c) Princípio das relações recíprocas: todos os elementos de um conjunto devem estar inter-relacionados.

d) Princípio do processo contínuo de coordenação: toda decisão é um momento de um processo. Ela se torna importante no contexto desse processo.

O livro, *Esculpindo Líderes de equipe*³⁴ foi uma ferramenta importante no exercício da liderança, pois ajudou os membros da equipe a acreditarem nas mudanças e na melhoria contínua do modelo adotado.

O uso das técnicas da PNL também auxiliou no exercício da liderança pois atuamos como agentes que desenvolvem as pessoas a usarem seu potencial. A transparência na relação com a equipe, a prática do feedback, a identificação das principais lideranças com suas habilidades, pois é importante registrar que neste tipo de trabalho, não pode haver concentração em uma única pessoa. As reuniões periódicas

³² Eugenio Mussak. *Gestão Humanista de Pessoas – O fator humano como diferencial competitivo*. Rio de Janeiro: editora campus-elsivier, 2010.

³³ Obra citada item 28

³⁴ Neuza Maria Dias Chaves. *Esculpindo Líderes de Equipe*. Nova Lima, MG: Editora INDG, 2012.

para entender e acreditar no processo de mudança, a importância dada pela magistrada ao desempenho e bem estar da equipe são alguns fatores que auxiliaram a gerar líderes. Óbvio que nem todos atendem igualmente ou na mesma proporção, mas a mudança do clima organizacional gera transformação de todos da equipe e aquele que efetivamente não se adapta deve se descobrir dentro da nova estrutura e metodologia, sob pena de transferência, relotação ou outras soluções que o caso demandar.

O uso das ferramentas da programação neurolinguística, das metáforas, do rapport³⁵, um cuidado com os relacionamentos e com o estado emocional, a comunicação não violenta³⁶ ajudam a administrar o dia-a-dia respeitando as diversidades e construindo as bases para alcançar os resultados desejados.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de gestão estratégica e de resultados vai sempre exigir uma dedicação e tempo, é possível que alguém acredite que “perder” horas para trabalhar em algo diverso da produção intelectual é função estranha à atividade jurisdicional e, reflete diretamente no quantitativo dos atos jurisdicionais que devem ser entregues ao cidadão. Entretanto, diante da crescente litigiosidade da sociedade moderna e da necessidade do Poder Judiciário continuar prestando seus serviços, a adoção de metodologia de rotinas de trabalho e a consciência de que é impossível concentrar toda a responsabilidade na mão de um único servidor e formar equipes de trabalho eficientes é medida que antecede à entrega da prestação jurisdicional.

Importante aqui registrarmos que o uso do PDCA reduziu o ativo que em agosto/2013 era de 9.311 em 04 de novembro de 2014 registrava 6.775 processos.³⁷

Também, o número de sentença prolatadas no período de julho/2013 a agosto/2014 foi de 7.294 sentenças o que corrobora a assertiva de que a prática está tendo sua eficiência comprovada.

O produto do que está sendo realizado na 36ª Vara dos Sistemas dos Juizados – Unidade da Federação – Matutino, atual 13ª VSJE, não irá nunca chegar ao seu fim, pois alcançadas as metas de excelência que planejamos, buscar-se-á nesta a padronização,

³⁵ Rapport é a qualidade de um relacionamento de influência e respeito mútuos entre pessoas e deve ser natural. Vide nota 18

³⁶ Comunicação não violenta – técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais – Marshall B. Rosenberg-tradução Mário Vilela- São Paulo – Editora Ágora. 2006

³⁷ Informações obtidas junto à TI do TJBA.

manutenção, resiliência para enfrentamento das adversidades e anomalias que certamente surgirão.

Por fim, agradeço aos servidores da vara por terem abraçado as mudanças implementadas durante todo o processo, assimilado as rotinas com o desejo de melhor prestar o serviço jurisdicional e o compromisso de melhor servir. Meus sinceros agradecimentos ao meu assessor por se dedicar ao projeto agregando valores e sendo meu gerente geral.

Agradeço à CCA – Consultores Associados, pela parceria graciosa compartilhando o Know How para que pudéssemos traçar as bases do planejamento operacional.

Ainda, e neste ensejo, agradeço à inestimável contribuição de uma jovem servidora deste Tribunal de Justiça da Bahia, que também de forma generosa, não mediu esforços para minutar os mais de cem números de despachos e decisões, baixar petições, movimentar processos durante os dias de sufoco da vara, labutando em suas horas vagas em auxílio solidário. Marcelle Teixeira Castro e Silva, Secretária do Juizado do Universo que compartilhou seus conhecimentos e nos forneceu preciosas dicas de melhoria da qualidade de serviço e que busca a excelência diariamente.

Agradeço ao Dr. Marcelo de Oliveira Brandão pela gentileza e solidariedade em compartilhar seus conhecimentos, orientações para vencer as adversidades e pela confiança depositada. Meus agradecimentos à Daniela Dias Queiroz, servidora da TI do TJBA que enviou todos os dados solicitados na construção do planejamento da unidade. E por fim, agradeço a Luciana Carinhonha Setubal pela credibilidade a nós conferida, pelos compromissos assumidos com a melhoria das práticas adotadas no Sistema dos Juizados e pela coragem no enfrentamento das questões.

Na certeza de que como já afirmou Walt Disney, você se torna mais vulnerável justamente quando todos falam de sua grandiosidade, o registro deste trabalho e das técnicas aqui adotadas não é uma obra acabada, todos os dias são dedicados às atenções necessárias em busca de melhores ferramentas, aperfeiçoamento das existentes, redução do tempo de tramitação dos processos, enfim é importante que se frise que as críticas também não deixaram de existir, o que não nos causa espanto até porque o plano de gestão traçado para a unidade está longe de ser um trabalho isento de críticas ou de ser uma verdade absoluta, mas foi um grande e preciso passo em busca da melhoria dos serviços e da entrega de uma prestação jurisdicional eficiente.

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

O PAPEL DO MARKETING NO PROCESSO DE CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DE ALUNOS EM INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR

Eduardo de Andrade Gonçalves¹

Paulo Sérgio Melo dos Santos²

RESUMO

Marketing é uma ação que vai além da publicidade e propaganda de qualquer negócio. É essencial para a sobrevivência das organizações. Em se tratando de Ensino Superior, significa alinhar o marketing à missão institucional. Diante disso, o presente artigo tem por objetivo analisar o papel do marketing educacional no que se refere ao ambiente institucional das organizações que oferecem o ensino superior. Para isso, a questão de pesquisa foi: "Como o marketing educacional pode usar o ambiente institucional para a captação de novos alunos?" O estudo de caso foi realizado em uma Instituição de Ensino Superior situada na cidade de Aracaju e que tem como meio de captação de novos alunos o marketing. Os dados apontam que a IES precisa fazer um trabalho de sustentação da marca de forma constante, para auxiliar a instituição na captação de novos alunos, usando, para isso, a força do marketing educacional.

Palavras-chave: Marketing. Marketing Educacional. Instituição de Ensino Superior. Captação.

ABSTRACT

Marketing is an action that goes beyond advertising and publicity of any business. It is essential for the survival of organizations. When it comes to higher education, it means aligning marketing to institutional mission. Thus, this article aims at analyzing the role of educational marketing with regard to the institutional environment of organizations providing Higher Education. For this, the research question was: "How educational marketing can use the institutional environment for attracting new students?" The case study was carried out in a Higher Education Institution, which is located in Aracaju downtown, and uses the marketing as a mean of attracting new students. The data indicate that the IES needs to do a sustaining work of the brand constantly to support the institution in attracting new students, using, for this, the strength of educational marketing.

Keywords: Marketing. Educational Marketing. Higher Education Institution. Attraction.

¹ Diretor Geral da Faculdade Amadeus e possui Mestrado em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP

² Coordenador do Curso de Administração da Faculdade Amadeus com mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal de Sergipe

1 INTRODUÇÃO

O processo de facilitar o acesso aos estudantes, que terminam o ensino médio, ao ensino superior com a abertura de novas IES que oferecem cursos presenciais, além do seguimento da educação à distância (EAD), nos diversos cantos do país, tem levado as instituições privadas a concorrerem acirradamente por novos alunos, proporcionando a equipe de marketing destas instituições um desafio de se criar e colocar em ação diversas estratégias para a captação de novos discentes.

Ao que parece, isso tem provocado uma desproporção na equação “número de alunos/número de IES privadas”, havendo mais ofertas dos mesmos cursos do que a demanda de alunos. Isso é corroborado pelo fato de que no Brasil, de acordo com o último Censo da Educação Superior, houve uma leve diminuição na procura de alunos para iniciar um curso superior, ou seja, em 2012 foram 2.747.089 alunos contra 2.742.950 em 2013. Esse decréscimo parece pequeno, mas deixa ainda mais acirrado o processo de busca por novos alunos.

Além do mais, a procura pelos cursos que são oferecidos pelas IES privadas não acontece de forma equânime, ou seja, de forma proporcional porque existem cursos com empregabilidade e salários, atualmente, mais atrativos do que outros. Logo, há cursos com oferta maior do que a demanda, o que acarreta em vagas ociosas e prejuízos para as Instituições.

No caso da IES pesquisada, observa-se uma dificuldade no processo de captação de novos alunos, demonstrada nos índices de matrículas de alunos ingressantes, que tem ficado abaixo das 50 vagas semestrais oferecidas por cada um dos 3 cursos da IES. Pode-se pensar que essa dificuldade esteja amparada tanto a diminuição da procura do número de alunos para fazer um curso superior, como pelos cursos oferecidos pela Instituição, pois os cursos de Pedagogia, Ciências Contábeis e Administração não tem se mostrado de grande interesse pelos alunos que buscam um curso superior, diante dos cursos de Engenharia, Direito, e os das áreas de Saúde.

A grande demanda por esses cursos e não por aqueles faz com que haja um desequilíbrio entre a oferta e a procura e isso tem se refletido nos índices de matrícula de alunos ingressantes na IES pesquisada. Nos anos de 2011 a 2014, ela enfrentou dificuldades em preencher o número total das vagas oferecidas para o primeiro semestre letivo de cada curso. Na visão simplista, o que parecia é que tal dificuldade seria reflexo do baixo investimento da mantenedora no marketing da Instituição, visto que tem-se

utilizado como meio de dar visibilidade à sua marca, os seus produtos e serviços apenas a publicidade e propaganda, através de panfletos, cartazes, outdoors, visitas a instituições de ensino médio, empresas, e algumas inserções em espaços na televisão, mas sempre de forma pontual e sazonal. Isso, porém, não têm se mostrado tão eficiente, haja vista a dificuldade em captar e, até mesmo, manter os alunos na IES³.

De acordo com o Censo 2013, o número de ingressantes em um curso superior foi de 2.742.950 alunos e o número de concluintes foi 991.010. Observa-se que apenas 36% dos alunos que ingressam o curso superior chegam ao seu final. Isso parece sinalizar a necessidade de as IES pensarem não apenas em estratégias para captar novos alunos, mas, acima de tudo, o que fazer para mantê-los. Na IES pesquisada essa é uma preocupação, pois os números acima corroboram a evasão que tem ocorrido quando se observam os dados dos alunos concluintes dos 3 (três) cursos. Tudo isso revela uma necessidade de se refletir sobre o trabalho de marketing institucional e sua eficiência e eficácia no fortalecimento e manutenção da marca.

O que foi discutido até o momento, contudo, não precisa ser visto apenas pelo lado negativo. Eles obrigam as Instituições de ensino superior privadas não estabilizarem na “zona de conforto”, além de exigir delas uma profissionalização em todos os setores organizacionais, bem como uma melhoria na qualidade de ensino. A necessidade de um trabalho educacional de qualidade se dá por diversos motivos: sociais, políticos, econômicos e mercadológicos. Além disso, dados do Censo da Educação Superior em 2012 mostram um crescimento vertiginoso na procura pela Educação Superior. O número de matrículas foi 7.037.688 com 5.140.312 alunos matriculados nas IES privadas. Não se pode afirmar, mas, talvez esse aumento possa ser considerado como consequência da abertura, pelo Governo Federal, da educação para todos, como manda a Constituição do País, através de programas de incentivo, tais como PROUNI e FIES. Daí, a necessidade de se oferecer um serviço de qualidade, com base, pelo menos, nos referenciais mínimos que o Ministério da Educação exige. É fato de que o aumento da demanda nem sempre é proporcional ao aumento na qualidade do serviço prestado, mas as IES precisam atentar para isso. Essa preocupação é importante, pois em 2013, o FIES teve um aumento de 47% nos contratos firmados em relação a 2012⁴.

³ Em relação à retenção, nos 2 (dois) semestres de 2013 e no primeiro semestre de 2014 houve uma perda de alunos ingressantes na faixa de aproximadamente 15%, o que revela uma preocupação pelo seu elevado índice

⁴ <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2014-01-10/numero-de-estudantes-atendidos-pelo-fies-aumenta-47-em-2013>

Segundo o MEC, de acordo com o CRUB – Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras⁵ – em 2013, o FIES respondia por 31% das matrículas das redes privadas de ensino superior, o que parece ter colaborado para o aumento do número de matrículas em IES privadas, como citado acima. Isso proporciona uma sustentabilidade financeira para estas instituições, pois permite que os alunos cumpram suas obrigações pecuniárias com a instituição de ensino, o que facilita, do mesmo modo, o processo de retenção de alunos. Porém, sem um trabalho que possa qualificar o discente, este pode desistir, perdendo o aluno, perdendo a instituição.

Na IES em questão, em 2014, houve um aumento no número de alunos que aderiram ao FIES como uma das formas de cumprir com as suas obrigações pecuniárias com a Instituição. Esse aumento foi tanto no número de alunos que já faziam um dos cursos ofertados como no de ingressantes. Para o primeiro semestre, isso proporcionou o alcance das metas de matrícula do número de alunos iniciantes⁶, mas para o segundo semestre houve dificuldade em alcançar essa meta. Contudo, mostrou uma melhora em relação ao número de alunos matriculados no segundo semestre de 2012 e 2013.

Se existe um caminho profícuo para o preenchimento da oferta de cursos, qual o motivo da dificuldade em se captar novos alunos, então? Qual seria, de fato, o desafio para setor de marketing institucional e os gestores? Desenvolver ações que mostrem ao público consumidor o “leque de vantagens”, a qualidade e oportunidades para aqueles que optarem por fazer o curso oferecido pela instituição, ou seja, mostrar o valor agregado ao serviço oferecido. Isto significa dizer que o marketing tem todo um trabalho de convencimento para atingir o lado afetivo-psicológico de quem deseja ingressar em um curso superior, o que normalmente não é uma tarefa fácil.

Pode-se pensar, partindo do senso comum, que quando se trata de bens e serviços no meio educacional o comportamento do aluno seja diferente do comportamento do consumidor em geral. Na prática, observa-se que a exigência é a mesma, visto que o que se estabelece, a princípio, é uma relação de compra e venda. Porém, quando se trata de educação há outras vertentes a se considerar no tocante à qualidade daquilo que é oferecido ao consumidor, pois, neste caso específico, ocorrem mudanças de comportamento, de conhecimento, de visões de mundo pelo próprio processo de aprendizagem que está envolvido, algo que o “aluno-consumidor” nem sempre consegue

⁵ <http://www.crub.org.br/blog/2014/03/11/fies-e-prouni-ja-respondem-por-31-de-matriculas-de-universidades-privadas/>

⁶ O número de vagas para alunos iniciantes a cada semestre é de 50 vagas por curso ofertado.

perceber ou entender.

É preciso lembrar que o serviço educacional tem por característica própria a intangibilidade, ou seja, não se pode tocar, não é concreto ou visível. Isso corrobora com a necessidade de um marketing profissional em uma Instituição de Ensino Superior (IES) a fim de passar credibilidade e confiança para aqueles que desejam ou ainda têm dúvida em adquirir os produtos oferecidos por determinada IES.

Sendo assim, o objetivo desse trabalho é analisar o papel do marketing educacional no que se refere ao ambiente institucional das organizações que oferecem o ensino superior. Para tanto, a pergunta que iniciou toda a indagação da pesquisa foi: “Como o marketing educacional pode usar o ambiente institucional para a captação de novos alunos?”.

Para tanto, a pesquisa foi desenvolvida em uma Instituição de Ensino Superior privada que oferece 3 cursos e conta, atualmente com aproximadamente 800 alunos, mas possui dificuldades na captação de novos alunos, principalmente porque a divulgação externa da IES, ou seja, o marketing institucional, acontece principalmente quando há os processos seletivos semestrais em um mercado onde a oferta mostra-se maior do que a demanda, principalmente pelo número de IES privadas que oferecem os mesmos cursos da IES pesquisada.

Com a discussão do trabalho, conclui-se que não há um processo de sustentação da marca durante o semestre letivo. Assim, observa-se a necessidade de se conhecer melhor sobre marketing educacional e como este pode auxiliar no processo de divulgação da marca e dos serviços oferecidos pela instituição de forma contínua.

Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa bibliográfica com diversos autores e pesquisadores no campo do marketing, seguida de uma pesquisa de campo, observando-se e discutindo-se a interferência do macroambiente para o marketing educacional e como a IES faz uso deste.

O trabalho foi dividido nos seguintes itens:

1. Discussão teórica sobre o que é o marketing para um melhor entendimento do leitor sobre sua origem e seu alcance mercadológico.
2. As demandas de mercado que influenciam as estratégias de marketing, pois não se pode achar que toda e qualquer estratégia serve para qualquer mercado consumidor.
3. O marketing na educação superior, mostrando a importância de se conhecer e investir em marketing educacional. Isso reforça a marca da organização.

4. Implantação do marketing educacional, como um dos caminhos para o fortalecimento da marca, dando a importância devido aos ambientes internos e externos da IES, demonstrando que marketing é mais do que publicidade e propaganda sazonais.
5. O texto é finalizado com algumas considerações finais.

2 MARKETING: CONTORNOS CONCEITUAIS

O Marketing é uma das ferramentas de grande importância para o estabelecimento de uma organização em um mercado tão competitivo. Para Las Casas (2014, p.3), essa atividade se iniciou com o desenvolvimento da sociedade que passou a necessitar de bens e serviços. A partir daí, estabeleceu-se um processo de troca no qual um ou mais indivíduos precisavam de um determinado produto, produzido por alguém mais capacitado ou especializado, que, ao receber, oferecia outro benefício, bem como outro produto ou moeda.

Marketing é uma palavra de origem inglesa que, por sua etimologia, representa uma ação. De acordo com Las Casas (2014, p.3), “significa ação no mercado”. Para este autor, além de ajudar as empresas a vender mais, ajuda-as a coordenar os processos de troca, corrigir mercados, aumentar o nível de conscientização dos consumidores a respeito de determinado produto, dentre outros. No entanto, Trevisan (2002), salienta que o marketing é mais do que vender, fazer propaganda ou promover um produto. Para ela, “é a habilidade de planejar e administrar as relações de troca da empresa com o seu segmento do mercado”. Assim, parafraseando Richers (2000, p.5), para que se tenha eficácia nessa troca com o mercado é preciso entendê-lo para atendê-lo.

Se a ideia é entender o mercado para que se possa atender as suas demandas, o marketing tem como um dos objetivos a venda do produto desejado. Porém, existem nichos de mercados que precisam ser trabalhados para serem alcançados. Sendo assim, o marketing não se reduz à venda de um ou mais produtos, mas ele se utiliza de outros valores intrínsecos do produto a ser vendido que precisam ser considerados. Assim, trabalhar o marketing é estudar o mercado, ou seja, é ajustar o produto às análises dos pontos fortes, fracos, das oportunidades e ameaças que o mercado apresenta. Pode-se dizer que trabalhar o marketing é mais do que fazer uma simples propaganda, pois, como ressalta Las Casas (2014, p.4), esta é um subproduto do marketing e de suas análises.

Kotler (2000, p. 25) fala que “normalmente, o marketing é visto como a tarefa de

criar, promover e fornecer bens e serviços a clientes, sejam estas pessoas físicas ou jurídicas.” Isso demonstra a necessidade daqueles que trabalham com o marketing de conhecer bem o que se pretende vender, apropriando-se de informações e ideias a respeito das pessoas, organizações, mercados, etc, a fim de estabelecer uma relação sólida e de confiança com o consumidor. É preciso sempre considerar que quando uma empresa busca conquistar um nicho de mercado, elas “(...) trabalham sistematicamente para construir uma imagem sólida e positiva na mente de seu público” (KOTLER, 2000, p.27). No entanto, Cobra (1992) apud Muriel (2014, p.6) salienta que “o marketing é mais do que uma forma de sentir o mercado e de adaptar produtos ou serviços; é um compromisso com a busca da melhoria da qualidade de vida das pessoas”.

Para Las Casas (2014, p. 10)

Marketing é a área de conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade.

Atualmente, a sociedade tem se mostrado muito exigente em relação às suas demandas em um mercado cada vez mais predatório. Satisfazer tais exigências não é uma tarefa fácil para os profissionais do marketing. Por isso, as organizações devem se conscientizar da necessidade de se investir em marketing a fim de, inicialmente, manter uma parcela fiel de clientes, bem como conquistar um novo mercado de consumidores, ainda indecisos⁷, diante da gama de ofertas de serviços e produtos. Desenvolver estratégias de marketing não apenas para alcançar o mercado consumidor, mas, principalmente, oferecer algo que melhore a vida das pessoas além do valor material.

Vale ressaltar que isso para as instituições que trabalham com educação, tais como, Instituições de Ensino Superior, deve ser uma condição *sine qua non*, pois quem busca um curso de graduação quer, muitas das vezes, a realização de um sonho ou objetivo pessoal, muito mais do que o profissional. Logo, é imprescindível que o marketing educacional seja desenvolvido dentro dessa perspectiva, ou seja, perceber informações relacionadas aos consumidores e ao mercado e usá-las para tomar decisões, criar e colocar em prática estratégias que consigam ganhar a confiança do público-alvo. A isso, Gamble (2007, p. 77) chama de *insight*. Para esse autor, “Em uma organização focada no cliente (...), essa é uma competência essencial para o sucesso”(2007, p. 78).

Tudo isso demonstra a importância do marketing e que suas ações precisam ser direcionadas no intuito de identificar e satisfazer as exigências do mercado, vislumbrando

⁷ Poderia-se considerar a demanda latente.

novos horizontes, buscando atender os interesses da sociedade como um todo. Para Perfeito et al (2004, p.4), o marketing tem a função de estabelecer trocas de valores entre a organização e o seu mercado “por meio de uma ação administrativa que busca o atingimento dos objetivos organizacionais”.

Nas palavras de Kotler & Fox (1994 apud Muriel 2014, p. 6), marketing é

(...) a análise, planejamento, implementação e controle de programas cuidadosamente formulados para causar trocas voluntárias de valores com mercados-alvo e alcançar os objetivos institucionais. Marketing envolve programar as ofertas da instituição para atender às necessidades e aos desejos de mercados-alvo, usando preço, comunicação e distribuição eficazes para informar, motivar e atender a esses mercados.

No que tange o mercado de Ensino Superior, Kotler (2000) ressalta que o marketing é um processo que está voltado “para que as pessoas e os grupos obtenham produtos e serviços educacionais que necessitam ou desejam, por meio da criação, oferta e livre negociação, entre a IES e seus públicos”. No entanto, essa liberdade é “vigiada” ou regulamentada pelas diretrizes e normas estabelecidas pelo Ministério da Educação (MEC) para o Ensino Superior. Ou seja, o MEC estabelece um padrão mínimo de qualidade ao qual estão sujeitas todas as Instituições de Ensino Superior e que tanto a IES quanto o setor de marketing devem estar atentos⁸.

Diante desse quadro, percebe-se a importância do gestor de marketing de uma organização. Este precisa estabelecer e tomar decisões com base em dados extraídos do mercado, bem como com base nas suas habilidades e conhecimentos, na sua intuição. Para isso, esse profissional precisa considerar as várias possibilidades de demandas que serão discutidas a seguir.

3 DEMANDAS DE MERCADO

Determinar qual ou quais as melhores estratégias de marketing se deve lançar mão não é uma das tarefas mais fáceis diante das diversas possibilidades, dos diversos serviços e das diferentes necessidades do público-alvo, como já comentado anteriormente. Las Casas (2014, p. 3-4) mostra que o marketing precisa levar em consideração diferentes demandas de mercado para determinar o quê fazer para que a comercialização seja realizada e a venda concretizada. Assim, ele discute oito tipos de demanda: 1. Negativa; 2. Inexistente; 3. Latente; 4. Declinante; 5. Irregular; 6. Plena; 7.

⁸ Resultados acima do mínimo de qualidade exigido pelo Ministério da Educação devem ser utilizados para a criação do marketing institucional, mostrando o diferencial de qualidade educacional.

Excessiva; 8. Indesejada.

A **demanda negativa** é aquela na qual o produto não é desejado ou não é apreciado pelo público-alvo, mas este não tem como evitar. Assim, a tarefa do marketing é conhecer o porquê da rejeição ou insatisfação e criar um programa que possa reverter a imagem do produto diante do mercado consumidor que consistem em campanhas educacionais do produto, preços promocionais, etc. O que se busca é um marketing de convencimento ou conversão.

A **demanda inexistente** refere-se à falta de interesse do consumidor pelo produto seja ele novo ou não. Quando o produto a ser comercializado não se encontra no rol de necessidades dos consumidores, ou deixou de ser a preferência, cabe ao marketing o papel de fazer o *link* entre os benefícios do produto àquilo que as pessoas precisam e/ou se interessam. Neste caso, o marketing tem o papel de criar estímulos para atrair a atenção dos consumidores.

A **demanda latente** significa a “atividade ou caráter que, em certo momento, não se manifesta, mas que é capaz de se revelar ou desenvolver quando as circunstâncias sejam favoráveis ou se atinja o momento próprio para isso⁹.” No que se refere ao mercado, isso significa dizer que existem certas demandas que precisam ser mensuradas e analisadas, buscando-se observar o real potencial público-consumidor e, daí, criar as condições favoráveis de atendimento a tais necessidades. ‘Ocorre quando muitos consumidores têm necessidade por uma mesma demanda, mas ainda não foi desenvolvido nenhum produto que satisfaça plenamente esses clientes. Esse tipo de demanda é também chamado recorrentemente de “demanda reprimida” (PORTAL EDUCAÇÃO). Ou seja, é um desejo que o mercado ainda não atentou para satisfazê-lo.

Pensando em marketing de serviços educacionais, seria conhecer o curso ou cursos que ainda não foram colocados à disposição da sociedade e que tem um público potencial na expectativa de fazê-lo. Isso revela um trabalho do marketing que perpassa à simples publicidade e propaganda de um bem ou serviço. É um trabalho de marketing de expansão.

De acordo com Muriel (2014, p. 10), o marketing educacional não pode se restringir a identificar e atender a demanda latente. Tem que se fazer um grande trabalho de marketing da IES para que haja uma sensibilização desse público-alvo e não ficar apenas esperando por ele.

A **demanda declinante** revela uma queda na procura pelo produto ou serviço da

⁹ De acordo com o dicionário Michaelis, on line.

empresa. Aparece quando a organização se depara com uma diminuição na demanda de um ou mais de seus produtos ou serviços. Vários podem ser os fatores para esse declínio. Cabe ao marketing refletir e criar ações para mudar e reagir ao cenário negativo que se apresenta, ou seja, fazer um *remarketing* dos produtos ou serviços.

Fazendo uma analogia com educação superior, o marketing deve realizar uma pesquisa para conhecer as causas do declínio da procura por determinados cursos, o que levaria a um conhecimento mais profundo da Instituição, do trabalho pedagógico desenvolvido por seus professores, dos objetivos institucionais frente aos objetivos educacionais, da qualidade da infraestrutura, do conhecimento dos insumos mínimos de qualidade estabelecidos pelo Ministério da Educação, dentre outros. A partir desse conhecimento, faz-se a remodelagem dos produtos e serviços, podendo-se mostrar ao mercado algo novo, atingindo o público-alvo com uma maior eficácia.

A **demanda irregular** mostra que em alguns momentos há uma oscilação na demanda de determinados produtos ou serviços das empresas, o que acarreta em capacidade ociosa em alguns casos e em outros há uma sobrecarga. O marketing tem a função de buscar uma sincronização na demanda.

Em cursos superiores de instituições privadas, isso pode acontecer na procura por determinados cursos, ou seja, no início do ano há uma tendência de a procura ser maior do que no início do segundo semestre. Logo, ações devem ser pensadas e realizadas para uma equalização na demanda, visto que existem custos fixos que independem de ter ou não o aluno na instituição e quando não há procura, todos acabam perdendo: colaboradores, instituição e sociedade.

Quando uma empresa atinge uma **demanda plena**, ela, em tese, tende a ter uma projeção futura mais sólida. É o objetivo principal das organizações, porém alcançadas por poucas. Mesmo dentro dessa perspectiva, o marketing deve estar atento ao mercado para atender as suas necessidades, buscando inovar para atrair novos clientes, mantendo, da mesma forma, os seus clientes fiéis. É o marketing de manutenção.

Quando uma organização chega nesse nível mostra uma conexão entre produto e consumidor, o que cria uma maior estabilidade. No entanto não pode acomodar. Um exemplo disso é a Disney, que mesmo já estabelecida no mercado de entretenimento busca sempre inovar, apresentando novidades, com base em seus objetivos e missão organizacional. O mesmo deve acontecer em IES privadas que possuem uma demanda plena em determinados cursos, mas precisa sempre conhecer as necessidades do seu público-alvo, que muda constantemente, para não perder espaço no mercado.

Na **demanda excessiva**, a procura é maior do que a oferta, o que leva à necessidade de um *demarketing*, ou seja, uma forma de diminuir a procura por determinado produto ou serviço, pela falta de capacidade de as organizações produzirem mais. Atualmente, no ensino superior, observa-se uma procura excessiva por cursos nas áreas de saúde e engenharia do que nas ciências sociais e educação devido à valorização tanto monetária como social. Isso faz com que haja mais candidatos do que vagas em determinados cursos. Para isso, o marketing precisa estabelecer formas de mostrar os benefícios dos cursos menos concorridos a fim de equalizar melhor a demanda de mercado.

No caso da **demanda indesejada**, há uma repulsa legal e social por determinados produtos. Contudo, de acordo com Kotler (2006), existem consumidores que se sentem atraídos por tais produtos. Neste caso, há o uso do *countermarketing*, que é uma forma de marketing que tem a o papel de reduzir a demanda por um produto ou serviço.

Todos esses conceitos mostram que fazer marketing não é apenas pensar em uma propaganda e publicidade sazonal. É, antes de tudo, trabalhar como pesquisador, consultor, um conhecedor do mercado, de suas demandas e satisfações. Sem isso, as ações estabelecidas podem não atingir o objetivo principal que é a venda e a satisfação do consumidor.

Como salienta Muriel (2014, p. 6), existem características peculiares da oferta educacional e dificuldades de compreender a relação do marketing com a gestão de Instituições de Ensino Superior. Assim, faz-se necessário que o marketing observe e reflita as características das demandas acima discutidas e as adapte à sua realidade educacional. A preocupação de se utilizar o marketing no setor educacional é plausível, pois há um excesso de oferta de cursos e vagas, o que tem tornado esse segmento muito concorrido. Tudo isso denota uma discussão mais aprofundada do porquê se utilizar o marketing no segmento de educação.

4 POR QUE USAR O MARKETING NO SEGMENTO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR?

O marketing é uma ferramenta essencial para aqueles que querem sobreviver em um mercado tão competitivo como o que tem se mostrado o da Educação Superior. Trabalhar com qualidade, comprometido com a educação, com o social e com a aprendizagem os alunos parecem não ser condições suficiente para uma visibilidade social e mercadológica, principalmente quando falamos de grandes centros urbanos, se

não houver meios de divulgação desses diferenciais.

O mercado tem se mostrado predatório e, desta forma, as IES precisam desenvolver um plano estratégico de marketing com entendimento do mercado e para o mercado no intuito de atender as suas necessidades, como já falado anteriormente. Isso mostra que os gestores precisam entender o marketing educacional como um investimento para a sua solidez de mercado e não como custo. Contudo, é preciso ter em mente que o retorno desse investimento não é uma equação de fácil proporcionalidade. É preciso tempo, paciência, estudo de diversas variáveis e possibilidades, criatividade para que se possa buscar navegar nas águas do *oceano azul*¹⁰.

Vale ressaltar que quando falamos sobre clientes de serviços educacionais, estamos falando de discentes que associam a qualidade do curso oferecido à qualidade da sua aprendizagem, o que cai no campo da subjetividade. Em relação a essa questão, Muriel fala que existe uma

inabilidade da demanda discente para compreender o conhecimento que se produz na academia, o que gera um esforço maior para atingir a qualidade objetivada pelos projetos pedagógicos dos cursos e estabelecer os parâmetros claros para que o aluno possa avaliar a qualidade do curso (MURIEL, 2014, p.7).

Dentro dessa perspectiva, percebe-se um viés pelo qual o marketing institucional interno precisa trabalhar. Mostrar a todos os colaboradores ao que se propõe o curso, seus objetivos de formação acadêmica e profissional dos egressos, a produção de conhecimento ao longo do curso, dentre outros.

Isso ajudará os discentes a conhecer melhor a instituição, os seus produtos e serviços. É um caminho profícuo em busca de melhorar a imagem da IES, principalmente quando esta é diretamente relacionada à equação: “Valor = Benefícios – Custo”. Ou seja, com uma imagem e uma marca fortes, os alunos enxergarão mais benefícios do que custo, o que atingiria, de certa maneira, o mercado externo.

Assim, o marketing terá o papel mais amplo: o de estudar o mercado interno e externo à instituição. Segundo Trevisan (2002, p. 96), um planejamento estratégico de marketing de uma IES “visa examinar o ambiente interno, o mercado, público, concorrentes e o macroambiente”, para o desenvolvimento de ações com vista a conquistar o mercado ou mesmo se tornar sólida. Desta forma, terá o papel de ajudar a organização a conhecer melhor os seus alunos atuais, estabelecendo uma credibilidade mais sólida, para ir em busca de clientes potenciais. Trevisan (2002, p. 99), salienta que

¹⁰ Segundo W. Chan Kim e Renée Mauborgne, em seu livro *A Estratégia do Oceano Azul*, 2005, os oceanos azuis representam espaços que existem, no mercado mas ainda não foram explorados. Muitas vezes esses espaços se desenvolvem dentro das fronteiras competitivas e da rivalidade entre as diversas organizações pelo mesmo espaço. Quem alcança o oceano azul torna a concorrência irrelevante, navega com sucesso. Pode atingir o nível de demanda plena.

para se estabelecer no mercado uma organização precisa ter credibilidade porque muitos consumidores são racionais e suas decisões são com base na credibilidade do fornecedor do serviço.

Outro aspecto importante a se considerar sobre o marketing educacional é que existe uma concorrência focada no preço das mensalidades, principalmente aquelas que possuem capital suficiente para funcionar por um determinado tempo sem obter lucro ou mesmo com prejuízo financeiro. É uma estratégia para enfrentar a concorrência, no entanto, segundo Muriel (2014, p. 7), essa estratégia não leva em consideração requisitos essenciais que estão ligados ao custo da qualidade de ensino da educação superior. A cultura de preço baixo estabelecida por algumas IES pode levar à diminuição da qualidade do processo ensino-aprendizagem, o que torna importante o papel do marketing mostrar aos alunos o alto valor agregado que uma educação superior de qualidade irá proporcioná-los, em suas vidas pessoais e profissionais. Como discute Muriel (2014, p. 13), o marketing deve promover a IES com base na qualidade dos seus cursos, “pois representa um diferencial estratégico”.

São vários os pontos que poderiam ser discutidos para mostrar a importância do marketing para o setor educacional. Do que foi analisado até o momento, percebe-se que para satisfazer o cliente já fidelizado, bem como alcançar os potenciais, não basta apenas apresentar um novo produto e com preço baixo. Há todo um processo de conquista, de convencimento, de se estabelecer confiança para conquistar e fidelizar um cliente. Tudo isso demonstra a importância da criação, apoio e condições favoráveis para que o departamento de marketing possa desenvolver estratégias para o conhecimento e a fidelização de uma marca e do seu produto, seja bem ou serviço.

5 A IMPLANTAÇÃO DO MARKETING EM UMA IES LOCALIZADA NA CIDADE DE ARACAJU

Uma mudança de paradigma ou de filosofia institucional não se apresenta como um trabalho de fácil realização. Para que tal propositura possa ser levada em consideração, faz-se necessário a apresentação de dados e de uma análise fundamentada para que se mostre a realidade e aonde se pode chegar com tais mudanças. Assim sendo, foi desenvolvida uma pesquisa em uma Instituição de Ensino Superior localizada na cidade de Aracaju, que atua no mercado há 10 anos, que oferece 3 cursos de graduação: Administração, Ciências Contábeis e Pedagogia e que conta com

aproximadamente 800 alunos, nos cursos de graduação.

A IES possui um quadro docente de aproximadamente 30 professores, 03 coordenadores (um para cada curso ofertado), 01 diretor geral e acadêmico e pessoal técnico-administrativo¹¹.

A escolha dessa IES se deu pelo fato de haver uma reclamação por partes dos coordenadores de não se ter um orçamento dirigido para o marketing da instituição, o que, na opinião de todos, prejudicava na captação de novos alunos a cada semestre, visto que outras instituições mostravam-se mais competitivas nesse setor. Essa mesma reclamação aparecia nas palavras de alguns professores em conversas informais nos corredores da IES, bem como nas reuniões pedagógicas.

Partindo dessa premissa, a dúvida que emergiu foi saber se, de fato, o marketing institucional, pensado por todos os colaboradores da organização, seria a solução adequada para captação de novos alunos. Sendo assim, o objetivo desse trabalho foi analisar o papel do marketing educacional na captação de novos alunos para Instituições de Ensino Superior. Para tanto, a pergunta de pesquisa foi: “Como o marketing educacional pode usar o ambiente institucional para a captação de novos alunos?”.

Com base nessa questão, serão discutidos pontos importantes para uma proposta de implantação do marketing educacional, analisando-se os dados obtidos com a pesquisa. Para tanto, serão debatidos: a importância dos gestores conhecerem a diferença entre marketing, publicidade e propaganda; o nicho social dos alunos que buscam os cursos da instituição e a Missão como base das ações e estratégias de marketing e aprendizagem.

Os dados foram obtidos a partir da observação de reuniões realizadas entre os coordenadores de curso e o diretor geral no segundo semestre de 2014, focando na discussão sobre os procedimentos institucionais para a captação de novos alunos, bem como através de um questionário aberto sobre auditoria de marketing, aplicado ao diretor geral e observação durante a reunião geral de professores, realizada em janeiro de 2015.

Marketing, como já discutido anteriormente, é uma ação com um caminho de mão dupla, ou seja, são ações estabelecidas dentro da organização com o objetivo de atender as necessidades atuais ou latentes do público-alvo externo, assim como do interno, e ao desenvolvê-las observar se se o objetivo de alcançar novos públicos e manter os atuais foi alcançado. No entanto, não é algo fácil de se implantar, visto que há uma confusão entre o que significa marketing, publicidade e propaganda. É preciso entender que

¹¹ Colaboradores do setor pessoal, financeiro, técnicos de informática e secretaria.

publicidade e propaganda estão envolvidos no marketing, mas que estes não representam o marketing institucional, pois, assim, reduziríamos o raio de atuação deste.

Como ressalta Muriel,

em períodos de captação de alunos com base em processo seletivos, as IES contratam agências de publicidade e propaganda ou, dependendo do tamanho e do modo organizacional da IES, montam uma agência, que responderá pela comunicação institucional. Depois disso, avaliam que o marketing está feito. (MURIEL, 2014, p.22).

Percebe-se, com isso, a visão reducionista do que seja e do valor do marketing para uma organização e sua marca. É preciso lembrar que o marketing perpassa por todas as instâncias de uma organização que desenvolvem e fornecem bens e serviços e não fica restrita a apenas os responsáveis pela comunicação da empresa. Tudo pode ser usado para dar força e visibilidade a uma marca.

Vale ressaltar que não é o propósito desse texto discutir formas de estabelecer uma cultura organizacional voltada pra o marketing educacional, visto que não comportaria nesse trabalho e a discussão não se esgotaria aqui. Mas, pretende-se mostrar o que foi desenvolvido na instituição como parte inicial do processo de estruturação do marketing educacional da empresa, com base nos estudos, leituras de livros de autores diversos que discutem o assunto e as discussões nos fóruns do Eixo C, do MBA “Gestão Acadêmica e Universitária”, sobre “Marketing de Serviços Educacionais Profissionais”, bem como da necessidade demonstrada através dos dados analisados.

No que se refere a IES em análise, os dados mostraram que não há um setor responsável pelo marketing institucional, mas sim um setor de comunicação que normalmente não se utiliza de números e análise de mercado para fazer a gestão do marketing da organização. O que acontece é que o marketing fica restrito à publicidade e propaganda, ocasionais, principalmente no momento de captação de novos alunos durante os Processos Seletivos, nos quais são utilizadas a mídia impressa¹² e propagandas em emissoras de rádio e TV¹³. Isso demonstra a necessidade de a instituição conhecer melhor o que seja marketing educacional, discutir sua importância para o fortalecimento da marca, trazendo para a organização novas perspectivas de atrair o público-alvo. Isso poderá dar visibilidade de seus produtos e serviços, ao passo que força a IES a estabelecer um padrão de serviço educacional de qualidade. Para Muriel,

O problema se coloca quando os objetivos estão invariavelmente condicionados aos processos seletivos imediatos, o que imprime o caráter de urgência na política de comunicação com o mercado e a tal situação valeria perguntar: podemos afirmar com objetividade em que medida os investimentos em propaganda

¹² Panfletos, cartazes, outdoors

¹³ A propaganda na televisão não é feita de forma sistemática. Faz-se ocasionalmente.

geraram resultados positivos? (MURIEL, 2014, p.26).

Diante desse questionamento, observa-se que é preciso entender o que seja marketing educacional, publicidade e propaganda para que não se busquem culpados quando o investimento neste último não der o resultado esperado. Esse entendimento precisa iniciar por aqueles que comandam a organização.

Os dados mostram ser imperativo que o gestor precisa entender melhor o que seria marketing, principalmente marketing educacional, acreditando que esse seria um dos caminhos profícuos para a mudança das ações e o planejamento de estratégias para a retenção e aquisição de novos alunos. Isso pode ser percebido pela fala do diretor geral nas reuniões quando fala sobre a forma de fazer o marketing para o processo seletivo de novos alunos: “Para fazer o marketing da IES, precisamos estabelecer os meios de comunicação que iremos utilizar para atingir o público-alvo”. Observa-se, nesse caso, que há um equívoco entre o que seja marketing, publicidade e propaganda. Esse mesmo problema é observado nas falas dos coordenadores de curso quando apoiam a ideia do diretor: “Vamos falar com o mantenedor sobre o orçamento de marketing para o vestibular desse semestre”.

Como salienta Las Casas, para tornar uma empresa voltada para o marketing, é necessário começar pela alta gestão, ou seja, é

essencial que o principal administrador e proprietário acredite na necessidade de implantação do marketing e acredite que a melhor forma de se obter resultados positivos é pela satisfação de desejos e necessidades dos consumidores (LAS CASAS, 2007, p.222).

Desta maneira, em uma organização, no caso específico desse trabalho em uma Instituição de Ensino Superior, isso se tornaria uma política de gestão, proporcionando com mais facilidade a comunhão de ideias, visto que o marketing passaria a ter valor institucional, tornando-se uma preocupação de todos. Logo, para a implantação de uma cultura de marketing em uma organização, o gestor, o diretor ou mesmo o dono da empresa precisa crer e estar capacitado para uma mudança de filosofia organizacional; sair da zona de conforto, que se apresenta como um dos grandes entraves para mudanças.

Os dados ainda apontam a falta de uma cultura de marketing educacional institucional, pois vários trabalhos, projetos que deram ótimos resultados como extensão ou responsabilidade social não são utilizados como ferramentas de divulgação para o fortalecimento da marca da IES, nem internamente, nem externamente. Ao que parece, depois de finalizados, tudo ocorre como se o “dever cumprido” já tivesse sido feito e pronto. Ou seja, excelentes oportunidades para dar visibilidade aos cursos da instituição

têm sido perdidas.

A partir do que foi percebido, houve a necessidade de se preparar um plano de capacitação dos colaboradores, iniciando pelos coordenadores e pelos professores da IES, tendo por ponto de partida a primeira reunião pedagógica anual¹⁴, enfatizando-se a importância e a necessidade de se implantar o marketing educacional na organização. A ideia foi iniciar com uma sensibilização dos colaboradores para a implantação de diretrizes básicas nesse sentido, pois, como chama a atenção Las Casas (2007, p. 222), “(...) a disseminação da ideia de marketing deve ser feita inicialmente entre os elementos-chaves numa empresa”.

É preciso que todos na organização entendam que o marketing é uma ferramenta de gestão e não apenas um meio evasivo de divulgação da marca. Para isso, os responsáveis pelo setor de marketing precisam estar em contato com os que comandam a Instituição a fim de desenvolver ações e estratégias com base em dados específicos de mercado em não no *achismo*, usualmente trabalhado em algumas organizações, para que se possa buscar garantir uma identificação do aluno com a marca da IES, estabelecendo, assim, uma relação de longo prazo.

Dentro desse processo de capacitação, tornou-se importante discutir o que é marketing educacional e seus objetivos porque existe uma crença que satisfazer todas as necessidades dos alunos é uma “política de boa vizinhança¹⁵” que garante a conquista do aluno, mas isso não é verdade. Não representa marketing institucional positivo, pois a organização possui sua filosofia, sua ideologia, sua missão, seus valores e objetivos e não podem ser esquecidos no processo de divulgação e sustentação da marca da organização. Como salienta Muriel,

Restringir-se apenas a atender às demandas dos alunos como se fossem clientes de um supermercado não resolve a questão da implantação do marketing nem garante resultados ao longo do tempo. Afinal, o pior marketing é aquele que descaracteriza a identidade da IES e que atenda cegamente aos desejos do seu mercado consumidor (MURIEL, 2014, p.25).

Diante dessa discussão, outro ponto importante na implantação do marketing educacional foi verificar se as pessoas que trabalham na organização conhecem suas diretrizes, seus objetivos, sua missão. A disseminação da Missão da organização deve ser uma das preocupações dos que comandam, pois ela vai ser a “estrada” pela qual os pensamentos e ações internos e externos devem tomar como guia. Isso cria uma identidade institucional, o que poderá acarretar na melhora dos serviços educacionais

¹⁴ Reunião pedagógica realizada em janeiro de cada ano letivo.

¹⁵ Grifo meu.

oferecidos. Os dados revelam que não há um conhecimento e uso da Missão da IES que não vai além de sua existência no Plano de Desenvolvimento Institucional.

A Missão de uma Instituição de Ensino Superior não deve estar apenas expressa em seu PDI, por uma decisão meramente burocrática. Deve-se haver uma propagação dessa informação para todos na IES, ou seja, do porteiro ao diretor, todos devem conhecer e agir de acordo com a missão institucional. É algo que deve ser visto como de extrema importância, como sendo vital para a IES, considerando o setor de marketing da organização um dos responsáveis por sua divulgação e visibilidade social.

Essa falta de se tomar a Missão Institucional como parâmetro das ações organizacionais, por parte do diretor e dos coordenadores de curso, tem como consequência o seu desconhecimento pelos docentes, o que pode ser observado durante a reunião pedagógica anual, quando os docentes disseram não conhecer a Missão da Instituição. É importante salientar que ela está divulgada em quadros e banners nos corredores da faculdade, na sala dos professores e coordenadores, bem como na secretaria geral da IES. Apesar disso, esse dado demonstra o quanto ainda é insipiente a divulgação da importância da Missão da instituição como base das ações administrativas e pedagógicas no âmbito da Instituição. Portanto, oportunidades deverão ser criadas para a divulgação e discussão da Missão Institucional.

Outro ponto importante discutido na capacitação sobre marketing educacional foi a segmentação do mercado. É imprescindível que todos conheçam o tipo de aluno que busca estudar na sua IES, quais são suas aspirações, suas necessidades, o que querem para melhorar de vida e, principalmente, as dificuldades de aprendizagem. A partir desse conhecimento e da aceitação do nicho que se quer trabalhar, definem-se estratégias para sua melhor formação superior, como estudante e como pessoa.

É preciso entender que o mercado não quer um profissional que tenha apenas um diploma, mas aquele que é criativo, inovador, proativo. Assim, ações pedagógicas deverão ser desenvolvidas para a formação desse tipo de profissional, mas com base em algo concreto, ou seja, dados do macroambiente da IES, que mudam constantemente, de acordo com as condições sociais, políticas e econômicas do país. Em relação a isso, os dados revelam que a IES conhece qual o tipo de aluno que mais tem buscado os seus serviços educacionais e busca divulgar os processos seletivos, principalmente, nas áreas de onde mais provém os seus alunos. Isso é visto na fala do coordenador do curso de administração: “Diretor, peça a secretaria geral um relatório dos bairros de onde vêm a maioria dos nossos alunos para uma divulgação mais ostensiva nesses lugares”. Essa

fala demonstra como é importante conhecer o nicho de mercado da instituição não apenas para captação de novos alunos, mas também verificar o nível de conhecimento e de aprendizagem destes a fim de se criar estratégias de aprendizagem que melhorem a retenção.

Descrever, entender e explicar o ambiente externo de uma organização é um passo importante para que as estratégias de marketing possam ser desenvolvidas. É preciso entender as diversas variáveis que influenciam o mercado e a procura por determinados produtos ou serviços. Administrá-las é uma das tarefas dos profissionais do marketing que termina por atuar como um consultor e não apenas um agente de publicidade e propaganda. Ao se estudar os fatores externos, percebem-se as diversas demandas atuais ou latentes, possibilitando o desenvolvimento de estratégias para se atingir o mercado escolhido.

Ressalta-se, aqui, que em relação ao aspecto demográfico a IES estabeleceu 11 municípios mais a capital do Estado como a área de abrangência com uma população de mais de 1 milhão de habitantes. De acordo com os dados do IBGE 2012, o número de matrículas no Ensino Médio no Estado de Sergipe foi de 81.739 matrículas e no Município de Aracaju 30.827 matrículas. Esses números demonstram que há um público potencial para os cursos de graduação. No entanto, o que chama a atenção é a diferença entre o número de matrículas no Ensino Fundamental em Sergipe e o número de matrículas no Ensino Médio. Ou seja, 362.863 matrículas no Ensino Fundamental para 81.739 no Ensino Médio. É uma diferença que se mostra como uma ameaça, visto que mais de 250 mil alunos parecem finalizar apenas os estudos básicos obrigatórios por lei. Isso demonstra uma necessidade dos responsáveis pelo marketing educacional de estudar melhor o mercado, o segmento que a instituição tomou como nicho de trabalho, os concorrentes e os produtos e serviços oferecidos por eles para saber como agir de forma mais eficiente e eficaz no que tange a captar e reter os alunos, melhorando a sua qualidade de vida.

No que se refere a IES pesquisada, os números acima estão apenas demonstrados no PDI, mas não são utilizados para análise de mercado pela gestão, nem pelo setor de comunicação da Empresa. Como já salientado, anteriormente, ela não tem um setor específico de Marketing, mas sim terceiriza esse trabalho, ficando a agência de comunicação contratada limitada a publicidades e propagandas ocasionais. Isso demonstra a necessidade de um repensar o marketing institucional para não cair na armadilha de que a publicidade e propaganda são os melhores caminhos para dar uma

maior visibilidade da IES e, por consequência, dos seus produtos e serviços.

Importa salientar que, em se tratando do lado econômico, de acordo com a CAGED – Cadastro Nacional de Empregados e Desempregados, do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) – entre 2007 e 2012, o emprego formal em Sergipe cresceu 53% ou 7,3% ao ano, o que representa o segundo maior crescimento do Nordeste. Isso mostra uma perspectiva de melhoria na procura das pessoas em fazer um curso de graduação, visto que as empresas buscam mão de obra mais qualificada, fechando, de certa forma, o mercado em termos de cargos e salários para aqueles que terminaram apenas o Ensino Médio. Isso mostra a importância do marketing contínuo da instituição, com uma divulgação constante dos seus produtos e serviços, para não se comunicar com a sociedade apenas em momentos de captação, pois, como já mencionado, não haverá eficácia nos resultados esperados.

Além do mais, o Governo Federal ampliou as bolsas de estudo e o crédito estudantil via PROUNI e, principalmente o FIES, dando condições para que pessoas de diversas classes sociais pudessem estudar. Esse último se mostra um dos caminhos profícuos para a manutenção da sustentabilidade financeira de uma IES¹⁶. Logo, o Marketing Institucional deve se valer disso, ampliar sua divulgação, interna e externa, principalmente para as classes sociais menos privilegiadas, o que corrobora com a necessidade de se conhecer melhor o nicho social que mais procura a instituição.

Quanto a ampliação do crédito via FIES, a Instituição tem procurado divulgar amplamente nas mídias sociais, website, nos meios não eletrônicos e em rádios. Isso tem proporcionado um aumento na procura de novos alunos para a adesão do FIES, o que, conseqüentemente, aumentou o número de alunos que queriam iniciar um curso superior, bem como melhorou a retenção dos discentes, pois muitos deixavam de estudar por falta de condições de honrar com suas obrigações pecuniárias¹⁷.

Poder-se-ia colocar, aqui, vários argumentos importantes para a instituição do marketing educacional em uma IES, visto que o assunto não se esgota simplesmente com o que foi exposto até o momento. Porém, diante do que foi apresentado até então, percebe-se que o setor de Marketing de uma instituição de ensino superior deve ser visto pelos gestores como um dos principais departamentos de uma organização, pela sua relevância no alcance dos objetivos institucionais. Deve trabalhar em consonância com

¹⁶ No entanto, as instituições não podem considerar apenas o FIES como o meio adequado para se sustentar financeiramente. Uma mudança nas regras do Governo Federal poderia afetar financeiramente todas as IES que dependem muito mais do FIES do que do pagamento mensal dos alunos.

¹⁷ No ano de 2014 entre captação e retenção de alunos houve um crescimento de 10% no número total de alunos. O número de alunos que aderiram o FIES aumentou aproximadamente 300%.

todos os departamentos da IES; isso melhora a divulgação e a qualidade dos serviços oferecidos à comunidade. Um projeto com base nas propostas acima discutidas ajudaria, consideravelmente, na captação de alunos e na sua retenção, bem como no conhecimento, por parte de todos, dos serviços, dos produtos e da qualidade da Educação que a IES oferece.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolver marketing educacional não é uma tarefa fácil. Há uma necessidade de se mudar conceitos institucionais no sentido de se conhecer melhor as necessidades sociais, ou seja, um olhar mais aguçado para fora da organização no intuito de desenvolver ações e estratégias internas para alcançar os objetivos pretendidos, principalmente uma educação superior de qualidade.

O próprio Ministério da Educação estabeleceu os padrões mínimos de qualidade educacional brasileira que todas as IES precisam tomar como parâmetro. É importante que as instituições levem-nos em consideração, visto que um conceito positivo¹⁸ poderá ser percebido pela sociedade como uma instituição educacional de qualidade e com diferencial significativo. Aquilo que é divulgado pelos órgãos regulatórios oficiais tem um valor muito maior para a sociedade do que o que a IES apresenta. Essa credibilidade o marketing deve se apropriar para fazer uma conexão entre qualidade e os produtos e serviços oferecidos pela instituição.

A perspectiva de marketing educacional não tem sido utilizada pela IES, pois pelo que foi discutido, esta não utiliza seus produtos e serviços como dados externos para a divulgação e fortalecimento da marca; há apenas uma agência de publicidade e propaganda que cria ações de divulgação dos produtos em momentos específicos sem se utilizar do diferencial de qualidade educacional de cada curso, o que tem mostrado dificuldades na captação e retenção de alunos.

É necessário e importante que os gestores entendam o marketing educacional como um investimento, como uma ferramenta para ajudar a melhorar a qualidade da educação, a formação profissional, atrelando a isso o fortalecimento da marca e o posicionamento da IES na sociedade. E essa deve ser a verdadeira missão dos que trabalham com educação. A isso, devem estar atentos os profissionais do marketing para

¹⁸ Para o Ministério da Educação, o conceito positivo significa um IGC institucional ou por curso maior ou igual a 3.

obter dados e comunicar; ajudar o crescimento da organização. Por isso, uma melhor visão do que seja o marketing educacional se faz necessário em todas as instâncias organizacionais. Todos precisam conhecer a missão, os valores e os objetivos de onde trabalham e conduzir suas ações, dentro e fora da sala de aula, no intuito de “falarem a mesma linguagem”.

Para uma melhor eficiência no processo de marketing, para que se possa utilizar melhor a imagem da Instituição, a divulgação dos produtos e serviços, é preciso se pensar o marketing de uma forma diferente àquela ligada a apenas a publicidade e propaganda. Além disso, melhorar as relações institucionais, criar mais convênios com as empresas, dentre outros fatores que possam garantir que a IES se torne uma referência no intuito de sair do mar vermelho e encontrar o oceano azul de oportunidades.

O que se tem verificado é que a publicidade e propaganda da Instituição sem a força de um marketing educacional adequado que as sustente não têm conseguido captar uma quantidade expressiva de novos alunos¹⁹ e, assim, atingir os resultados esperados. Há, portanto, que se avaliar o processo de forma mais aprofundada, pois a falta de resultados positivos leva os gestores/mantenedores a não acreditar nesse meio de comunicação, criando um entrave para a liberação de recursos para tal.

No entanto, é preciso que eles entendam que não é fácil mensurar a proporcionalidade do investimento realizado com o resultado obtido. Existem mais variáveis que influenciam na procura ou não por determinada instituição ou curso. Porém, a IES de que se trata esse trabalho já está buscando adequar-se a esse novo cenário, conhecendo melhor o seu nicho de mercado, bem como desenvolvendo ações de capacitação dos seus gestores e docentes com base nessa temática.

Diante de tudo o que foi abordado nesse trabalho, pode-se dizer que o marketing educacional é um dos caminhos para que as organizações trabalhem de forma diferenciada, com qualidade, com direcionamento único, estabeleçam a ligação entre a IES e a sociedade, não esquecendo que os alunos que já possuem são os seus maiores aliados na busca de uma sustentabilidade financeira organizacional.

Mesmo não havendo uma equipe de marketing na IES, penso que os resultados obtidos através de avaliações internas e externas da IES, das reuniões formais e conversas informais apontem horizontes para uma melhoria na qualidade educacional, na visibilidade e na força da marca. Ou seja, tais resultados precisam ser avaliados, discutidos e refletidos em busca de soluções para os entraves encontrados em busca da

¹⁹ Essa quantidade refere-se ao número de vagas total de alunos iniciantes, no primeiro período letivo de cada curso.

melhoria da qualidade educacional. O que não se pode é ficar esperando que a instituição crie um grupo de marketing educacional para solucionar todo e qualquer problema de forma rápida e cruzar as mãos para isso. Isto não quer dizer que se possa excluir a necessidade de se ter um profissional ou um grupo de profissionais para trabalhar o marketing da IES como um todo.

Talvez a criação de uma equipe de marketing educacional leve um tempo e demande visibilidade e confiança desse tipo trabalho por parte dos gestores/mantenedores. Não se pode mudar ou criar uma cultura de uma hora para outra, porém, todos precisam entender que tal equipe poderá diminuir, bem como otimizar a energia gasta desnecessariamente na Instituição em discussões sem dados que as fundamentem.

Com o que foi discutido nesse trabalho, conclui-se que na IES pesquisada ainda não há um trabalho de sustentação e visibilidade da marca durante o semestre letivo, nem interna nem externamente. Da mesma maneira, observa-se a necessidade de todos conhecerem melhor sobre marketing educacional e como este pode auxiliar no processo de divulgação e fortalecimento da marca de forma contínua, assim como na melhoria da qualidade dos serviços educacionais oferecidos. Pode-se deduzir, então, que a Instituição busca uma visibilidade social da sua marca, porém não tem usado a força e o poder do marketing educacional para isso.

REFERÊNCIAS

GAMBLE, Paul R. et al. **A revolução do marketing**. Tradução Maiza Prande Bernadello. São Paulo: Futura, 2007.

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul**: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. 28ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. Tradução Bazán. 10ª ed. 7ª reimpressão. Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12 ed. Tradução Mônica Rosenberg, Cláudia Freire, Brasil Ramos Fernandes. São Paulo: Pearson, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 5 ed., São Paulo: Atlas, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing**: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. 8 reimpressão. São Paulo: Atlas, 2014.

MURIEL, Wille. **Marketing para instituições de ensino realmente superiores**. MBA em administração acadêmica & universitária. Apostila de sala de aula. (professor Wille Muriel). Carta Consulta. 29 de maio de 2014a. Impresso.

MURIEL, Wille. **O composto mercadológico de serviços educacionais**. em administração acadêmica & universitária. Apostila de sala de aula. (professor Wille Muriel). Carta Consulta. 29 de maio de 2014b. Impresso.

MURIEL, Wille; GIROLETTI, Domingos. **Captação e retenção e alunos no ensino superior**. em administração acadêmica & universitária. Apostila de sala de aula. (professor Wille Muriel). Carta Consulta. 29 de maio de 2014. Impresso.

PERFEITO, Juarez et al. **Marketing em instituições privadas de ensino superior: fatores influenciadores na atratividade dos cursos de administração**. 2004. Disponível em: <<http://nulan.mdp.edu.ar/1003/1/00683.pdf>>. Acesso em: 18 dez. 2014.

POLITO, André Guilherme. **Michaelis**: moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 2004. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=latente>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

Portal educação. **Conhecendo os tipos de demanda** – web contact Center e redes sociais. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/educacao/artigos/39493/conhecendo-os-tipos-de-demanda-web-contact-center-e-redes-sociais>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

TREVISAN, Rosi Mary. **Marketing em instituições educacionais**. Rev. PEC, Curitiba, v.2, n.1, p.93-103, jul. 2001-jul. 2002. Disponível em: <https://2dc236b5-a-62cb3a1a-sites.googlegroups.com/site/agestaoeducacional/ebooks/marketingeminstitui%C3%A7%C3%B5eseducacionais.pdf?attachauth=ANoY7cpSvAceH0TPvHir-un9fE42S0B-OR5o8zd7pFhyULWT1EJs0NI8xcLPA-GPmzYj6dQbB7zM4s3Sz48-5LY54EtZMO43qtXp9y6xv2wz3y542vvWGNiH98ETBSi6OpjFltqNX5gGyrrKUObDh6zs2sGe4T_dcdbVhwucKz6be98omR_LkZvUzSaQ3QJwSHCq_D-YloSJWQOUNw7hau6sLbO46Lx5atmhqUrqLLgY-naa9IORX1cARJTuuUoB0JNg8YsqZKffeqE1Is8e_xpVxHF-MQOYWg%3D%3D&attredirects=0>. Acesso em: 16 dez. 2014.



III *Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus*

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

TECNOLOGIA, FORMAÇÃO E MERCADO: DESAFIOS E FRAGILIDADES DO QUADRO EDUCACIONAL BRASILEIRO

Geovânia Moura Vasconcelos

José Vasconcelos Santos

RESUMO

A revolução do conhecimento é definida como o conjunto de transformações socioeconômicas, políticas e culturais iniciadas no século. Nesse sentido, (TAKAHASHI, 2000) alega que a educação é fundamental para a criação de uma sociedade da informação e torna-se crucial em sua função precípua de preparar pessoas e organizações para lidar com o novo, para criar, visando auferir liberdade e autonomia. Concomitante a essa realidade, o mercado demanda continuamente profissionais qualificados que possuam, dentre outras habilidades, o saber e a apropriação das inovações tecnológicas. Assim, este trabalho intenta mostrar que há um descompasso entre o dinamismo das práticas no sistema técnico – econômico e a inércia existente no sistema educacional, visto que o cenário educacional é marcado por seculares problemas, fruto da falta de prioridade e das ineficientes políticas para este fim. Para tal, a pesquisa balizou-se em indicadores do IBGE, dados da PNAD, LDB e em bibliografias inerentes ao tema. O enfrentamento deste problema requer uma transformação profunda na estrutura, no gerenciamento, na inserção tecnológica e no pensar o papel socioeconômico e político da escola, porém, a formação essencial deve estar além das exigências estabelecidas pelo sistema técnico-econômico, mas, sem desconsiderar as demandas dadas por esta realidade. A pesquisa balizou-se nos indicadores do IBGE, nos dados do PNAD, na LDB e em renomadas bibliografias inerentes ao tema.

Palavras-chave: Tecnologias da informação. Educação. Qualificação e Mercado.

ABSTRACT

The Knowledge revolution is defined as the set of socioeconomic, Political and Cultural transformations ongoing for Century. In this sense , (Takahashi, 2000) alleges that Education is fundamental to Creating An Information Society and It is essential in its function of preparing people and organizations to cope with the new, to innovate, in order to earn Freedom and Autonomy . Concomitant with this reality, the Market DEMAND continuously qualified Professionals Who have, among other skills, the saber and the appropriation of Technological Innovations. SO, this work tries to Show that there is a mismatch between the dynamism of Practice on the technical-Economic system and the inertia existing on educational system, since the educational scenario is marked by secular issues, due to the lack of priority and inefficient policies for this purpose. To this, the research buoyed in the IBGE indicators , in the PNAD data, LDB and inherent to the subject bibliographies .Addressing this problem requires a profound transformation in the

structure, on the management, the Technology Insertion and on the studying of the socioeconomic and Political role of the school, however, the essential training MUST Be In addition to the requirements established by the Technical-Economic System, but without disregarding as Given demands BY THIS Reality. The search is buoyed on IBGE Indicators, the PNAD, the LDB and renowned bibliographies inherent By topic.

Keywords: Information technologies. Education. Qualification and Market .

1 INTRODUÇÃO

O cenário atual retrata uma nova cultura de trabalho, cuja abordagem visa conscientizar a coletividade quanto à necessidade da contínua formação para a adaptação as constantes transformações inerentes as regras da sociedade flexível. A dinâmica social acelerada pelas constantes inovações e pela massificação de informação e conhecimento gera um processo global de competitividade que estimula o recrutamento de pessoas com habilidades específicas para o exercício de atividades nos novos e modernos setores caracterizados pelas criativas inovações e pela inserção e apropriação das novas tecnológicas.

Atrelada a visão de desenvolvimento socioeconômico surgiu à concepção da qualificação humana para que o país, contando com mão de obra altamente qualificada, pudesse fazer frente às demandas geradas pelo processo de competição global.

Assim, os novos padrões de organização priorizam a flexibilidade funcional e a contratação de trabalhadores para o desempenho de cargos com atividades genéricas. Destarte, o recrutamento por parte do mundo do trabalho requer do cidadão apto ao cargo, a apropriação dos saberes que se traduzem no saber, relacionado ao conhecimento, no saber, relacionado a capacidade de agir e, no saber, equivalente ao uso do conhecimento para gerar resultados favoráveis aos fins planejados.

Nesse contexto, o olhar panorâmico sobre o quadro social brasileiro mostra que existe descompassos entre as demandas do setor técnico – econômico ou setor ocupacional e a realidade exposta pelo sistema educacional, pois enquanto o mercado exige profissionais altamente qualificados, o campo educacional apresenta problemas seculares fruto da falta de prioridade e das ineficientes políticas voltadas à área educacional.

Explicitando essa realidade o Censo Educacional de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apresenta indicadores que apontam a gravidade dos problemas existentes no campo educacional. Em pleno século XXI o país possui 9,6% de

sua população analfabeta, equivalendo a 13,9 milhões de brasileiros que não sabem ler, escrever nem fazer as mais básicas operações matemáticas.

Nesse sentido apresenta-se como desafio para a sociedade brasileira a instauração de medidas que garantam a universalização do ensino e a formação contínua dos brasileiros. É preciso dar primazia a qualidade do ensino e do aprendizado para tornar os cidadãos mais críticos e capazes de transformar a realidade na qual estão inseridos. Que se tornem, de fato, protagonistas de sua história e promova o desenvolvimento esperado pela nação.

2 TECNOLOGIAS A SERVIÇO DA FORMAÇÃO HUMANO

A sociedade em suas constantes transformações cultural, política, tecnológica, social e econômica vivencia, segundo os escritos contemporâneos, a terceira revolução, denominada de era do conhecimento que é marcado, dentre outras características, pela intensificação da informação, de inserção de inovações tecnológicas e pelo processo de globalização das telecomunicações.

É perceptível a exorbitante difusão das informações e dados através dos meios eletrônicos. A predominância das transmissões ocorre devido às novas tecnologias que organiza detalhadamente e arquivam em megas volumes o conhecimento e as informações possibilitando o fácil e ágil acesso para múltiplos fins, para diversificadas pesquisas.

Inseridos nesse processo tecnológico, a exemplo da internet, os usuários tornam-se transmissores e receptores de informação e conhecimento, contando com as possibilidades de acesso on-line a ricas e disponíveis bibliotecas virtuais.

O momento atual, balizado pelas novas tecnologias, pelos recursos midiáticos, permite o livre acesso ao conhecimento e as informações que são exibidas por meio das palavras, das imagens, dos sons, das cores, em diversas e variadas formas de expressão. Oportuniza-se, assim, a ampliação da dimensão e a difusão das informações e conhecimentos.

Se por um lado observa-se a revolução da informação, na área técnico-econômica, por outro o panorama educacional explicita as limitações presentes na estrutura da escola expressa em ausência de laboratórios de ciência e informática, bibliotecas, quadra de esporte, dependências inadequadas, dentre outras mazelas.

Menciona-se também que as baixas rendas auferidas pelos educadores da educação básica geram dificuldades por parte desses para a aquisição das novas tecnologias como: computadores, notebooks, vídeos, etc..

Assim, tornam-se crucial a instauração de comprometidas políticas públicas que vislumbrem a solução dos problemas existentes na área educacional, possibilitando a todos, os benefícios oriundos da inserção e apropriação das novas tecnologias.

As novas tecnologias possibilitam a democratização das informações e do conhecimento visto que potencializam a criação de novos ambientes, a exemplo das escolas, instituições profissionais, casa, etc., nos quais as pessoas visualizam, apropriam e fazem uso dos conteúdos disponibilizados. Múltiplos usuários ficam plugados por meio da conexão ao ciberespaço da informação e da aprendizagem à distância. A dinâmica dos novos ambientes virtuais de conhecimento faz com que as informações se reconstruam constantemente.

Gadotti, (2000, p. 8), acrescenta que:

A sociedade do conhecimento se traduz por redes, “teias” (Ivan Illich), “árvores do conhecimento” (Humberto Maturana), sem hierarquias em unidades dinâmicas e criativas, favorecendo a conectividade, o intercâmbio, consultas entre instituições e pessoas, articulação, contatos e vínculos, interatividade. A conectividade é a principal característica da Internet.

Considerando os benefícios que as novas tecnologias proporcionam ao sistema educacional, difundindo significantes volumes de informação e conhecimento necessários a formação contínua dos recursos humanos, faz-se crucial a percepção da necessidade e cobrança da sociedade civil para que a democratização do acesso aos novos recursos torne-se um direito de todos.

No novo contexto, o conhecimento ganha supremacia e torna-se instrumento necessário à formação humana e ao desenvolvimento socioeconômico. Assim, os governantes precisam programar e executar ações para a superação do passado de exclusão, buscando a transformação dos fatores que propiciam a universalização do ensino e a inserção de tecnologias que promovam a difusão do conhecimento em massa.

O exemplo de uma ruptura com o passado no campo educacional, a educação à distância, impetra distantes ambientes como as diversas localidades interioranas do país, disseminando o conhecimento que passo a passo insere o homem no ambiente educacional e sana a ignorância dos que tem acesso ao processo.

Frente à realidade exposta, a escola para bem atender sua missão precípua, deve se tornar centro de inovação, conservando e transformando os conhecimentos existentes

e, criando e difundindo novos saberes que venham, de fato, transformar para melhorar as relações e práticas sociais.

3 PERFIL PROFISSIONAL E MERCADO DE TRABALHO

O cenário que se apresenta no atual contexto socioeconômico explicita que o mundo do trabalho em sua constante reestruturação requer um profissional com perfil de qualificação diferenciado, eclético, que conjugue a apropriação de conhecimentos tecnológicos, técnicos, acadêmicos e tácitos, visando o desempenho de atividades gerenciais, intelectuais e técnicas.

Exigem-se do novo profissional a apropriação tecnológica e o conhecimento e uso de saberes que resultem em criativas inovações de processos, de produtos e de serviços visando competitividade, lucratividade e ganho de novos espaços no mercado.

Nesse sentido, balizados nas demandas expostas pela era da informação, os novos padrões de organização e de gerenciamento priorizam a flexibilidade funcional e a contratação de trabalhadores para o desempenho de cargos com atividades genéricas. Destarte, as vagas anteriormente reservadas para os profissionais da informação passam a ser ocupadas por trabalhadores de diversificadas áreas do conhecimento.

A literatura contemporânea afirma que o novo perfil profissional adequado ao atual modelo socioeconômico requer além da excelência na qualificação profissional um envolvimento emocional e compromisso social do trabalhador.

Arruda, Marteleto e Souza (2000) acrescentam, ainda, que:

É necessário um profissional capaz de interpretar dados e sinais emitidos pelos novos sistemas autômatos, agindo pró-ativamente a partir desses dados, atuando como agente do processo de inovação. (...) Elege-se como ideal o profissional que potencialize a comunicação, a interpretação de dados, a flexibilização, a integração funcional e a geração, absorção e troca de conhecimento. Este, portanto, deve ser capaz de operacionalizar seu conhecimento profissional de modo integrado às suas aptidões e vivências socioculturais.

Nesse contexto, Pinto (1999), em seu artigo sobre o conhecimento das condições de capacitação exigidas pelo mercado para os profissionais de administração, citou a pesquisa realizada pela Creative Education Foundation para informar as habilidades demandadas pelas 500 maiores empresas do planeta, que são: 1) Trabalho em equipe; 2) Solução de problemas; 3) Habilidades interpessoais; 4) Comunicação oral; 5) Saber ouvir; 6) Desenvolvimento profissional e pessoal; 7) Pensamento criativo; 8) Liderança; 9) Motivação para objetivos e metas; 10) Redação própria; 11) Desenvolvimento organizacional; 12) Computação; 13) Muita leitura.

Nessa linha, Ferreira (2003), abordando sobre os profissionais da informação, elenca que a ordem de aptidões demandadas pelo mundo do trabalho requer as seguintes capacidades: 1) Conhecer sobre o ambiente de negócios da informação; 2) Ser capaz de trabalhar em equipe; 3) Distinguir e localizar as informações relevantes e a relevância das informações; 4) Dominar a utilização de equipamentos eletrônicos e a operação de sistemas ou softwares específicos; 5) Conhecer sobre bases de dados; 6) Ter familiaridade na administração de *info-business*; 7) Possuir base teórica e prática sobre organizações virtuais de informação; 8) Ter domínio da lógica dos sistemas de indexação e *webfinders*; 9) Possuir excelência na comunicação oral e escrita; 10) Conhecer infraestrutura e serviços de informação; 11) Possuir flexibilidade e polivalência; 12) Buscar constante capacitação; 13) Entender e gerenciar episódios de diversas naturezas e aplicações; 14) Ser hábil na identificação de clientes e fornecedores; 15) Ser hábil na identificação de parceiros.

Assim, pode-se afirmar que o acesso às novas tecnologias da informação e ao conhecimento estimula a dinâmica do mercado e, esta dinâmica acirrada pela competitividade e pelo surgimento de constantes inovações instiga a criação de novos perfis profissionais e de novos modelos de gestão.

Nessa conjuntura, visando garantir competitividade nos processos, produtos e serviços, empresários, diretores e gestores buscam montar um quadro de recursos humanos com qualidades referendadas pela sociedade e pelo mercado. Os protagonistas das decisões gerenciais em seus posicionamentos acerca dos perfis profissionais a ser contratados podem, por um lado, contratar um trabalhador altamente especializado em determinada função técnica, visando atender necessidades emergentes ou, por outro lado, pode admitir um profissional flexível capaz de adaptar-se aos desafios e mudanças inerentes às metamorfoses do mercado.

Nesse sentido, renomados escritores contemporâneos observam que o gestor e ou profissional preparado para o desempenho das atividades dadas pela realidade atual é aquele cujo desenvolvimento das competências é norteado pelo equilíbrio entre o saber, o saber-fazer e o saber-agir.

Referenciando esta realidade, Moura; Bitencourt (2006), afirma que:

[...] não basta possuir conhecimento; é necessário saber como utilizá-lo. O conceito criado para compreendermos esse processo se refere às chamadas “competências”. Elas se tratam de um tipo específico de aprendizagem que está baseada na tomada de decisão e iniciativa que [...] ocorre por meio da intersecção de três elementos, considerados formadores das competências: 1) saber: relacionado ao conhecimento; 2) saber-fazer: corresponde a habilidades; 3) saber-agir: vinculado a atitudes [...] O desenvolvimento de competências procura o equilíbrio entre o saber, o saber-fazer e o saber-agir. Essa visão sistêmica

descreve o processo de aprendizagem no cruzamento entre o que o indivíduo conhece o que pratica e como se comporta no cenário organizacional.

Carbone, et al (2006, apud MELO; MALULI 2011) acreditam que “as competências humanas são entendidas no âmbito das combinações sinérgicas de conhecimentos, habilidades e atitudes” e, forma uma intersecção perceptível no desempenho profissional, dentro da realidade das organizações somando valor aos indivíduos e às instituições.

Nesse contexto, o mercado, visando atender as demandas dadas pela nova realidade exige continuamente um novo tipo de profissional. Este deve ter como características principais: ser flexível, ser multifuncional e, sobretudo, ter a capacidade de adaptar-se às constantes mudanças.

Parafraseando Druck (2002, apud SILVA 2010), observa-se que o cenário atual retrata uma nova cultura de trabalho, um novo perfil de gestão cuja abordagem ideológica visa catequizar a coletividade para gerar a crença na existência de um único caminho a ser seguido, adaptando-se aos riscos e incertezas como regra da sociedade flexível.

Deluiz (2004, apud SILVA 2010) versa que:

Não se trata mais, portanto, de uma qualificação formal/qualificação prescrita/qualificação do trabalhador para desenvolver tarefas relacionadas a um posto de trabalho, definida pela empresa para estabelecimento das grades salariais, ou pelos descritas, codificadas e podiam ser visualizadas, mas da qualificação real do trabalhador, compreendida como um conjunto de competências e habilidades, saberes e conhecimentos, que provêm de várias instâncias, tais como, da formação geral (conhecimento científico), da formação profissional (conhecimento técnico) e da experiência de trabalho e social (qualificações tácitas).

Assim, a formação humana voltada para a concepção de competência passa pela integração da preparação tanto acadêmica quanto técnica, posto que ambas são complementares e necessárias à apropriação dos saberes essenciais a formação dos indivíduos. Estes conhecimentos possibilitam ao ser, a percepção, interferência e transformação da realidade social e econômica na qual está inserido.

Diante do arcabouço teórico exposto, nota-se que o enfrentamento da realidade dada pelo novo ordenamento socioeconômico requer uma preparação do ser cujos saberes são adquiridos a partir da intersecção dos conhecimentos científicos, técnicos e tácitos além das habilidades adquiridas ao longo da vida, a exemplo da arte de boas relações interpessoais.

O olhar panorâmico sobre o quadro social brasileiro mostra que existe descompassos entre as demandas do setor técnico – econômico e a realidade exposta pelo sistema educacional, pois enquanto o mundo do trabalho exige profissionais

altamente qualificados, o sistema educacional apresenta problemas seculares fruto das ineficientes políticas voltadas à área educacional.

4 FRAGILIDADES E DESAFIOS DO QUADRO EDUCACIONAL BRASILEIRO

A educação é fator crucial à formação humana visto que propicia o desenvolvimento das capacidades essenciais à vida, o exercício da cidadania e a qualificação requerida pelo mundo do trabalho. A educação conduz à criação do conhecimento indispensável ao progresso cultural, social, político e, é insumo essencial ao desenvolvimento econômico impulsionando às inovações, à criação de padrões sofisticados de produção, a elevação da renda e a qualidade de vida dos que são contemplados com este processo.

De acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação - (LDB), publicada em 1996, a escola deve ser um locus de participação social, no qual seja valorizado a democracia, o respeito, a pluralidade cultural e a formação do cidadão. Destarte, a creche, a escola, a universidade, os espaços destinados à aprendizagem individual e coletiva devem contar com especial atenção por parte das políticas públicas, visto que estes estabelecimentos, tendo como missão precípua a formação humana, são fontes imprescindíveis à ascensão social e ao desenvolvimento do país.

Nessa direção a análise do quadro educacional brasileiro, balizada no Censo 2010 (IBGE), mostra que nos últimos dez anos, considerando o período de 2000 a 2010, foram obtidos avanços refletidos na redução do nível de analfabetismo e no crescimento do nível de escolaridade dos brasileiros. Entretanto, apesar do esforço empreendido por parte das políticas governamentais, nesta última década, ainda há muito a ser feito, visto que o país apresentou em 2010 uma estatística de 9,6 milhões de brasileiros analfabetos.

A herança das desigualdades sociais e regionais se retrata nos dados educacionais demográficos, posto que no Sudeste, a taxa de analfabetos com mais de 15 anos é de 5,4%, no Sul corresponde a 5,1%. Na Região Centro-Oeste, há um acréscimo para 7,2%. No Norte, equivale a 11,2% e no Nordeste verifica-se a maior taxa regional equivalendo a 19,1%. O Estado de Alagoas tem o maior índice de crianças analfabetas do país, ou seja, 22,5% e, sua capital, Maceió, apresenta um índice de 11,6%.

O Censo Demográfico de 2010 mostra que a parcela de crianças analfabetas com 10 anos, reduziu de 11,4% para 6,5%, na década de 2000 a 2010. O percentual de analfabetismo dos indivíduos com mais de 15 anos passou de 20,1% em 1991 para 9,6%

em 2010. Este decréscimo é significativo, entretanto muitos passos precisam ser dados para superar este grave problema. Existem, ainda, cerca de 13,9 milhões de brasileiros com idade igual ou superior a 15 anos que não sabem ler, escrever nem fazer as básicas operações matemáticas.

O Censo Demográfico (2010), fundamentado nos registros feitos pelo Banco Mundial e pela OCDE, afirmou que a taxa de analfabetismo do Brasil, para aqueles que têm 15 anos ou mais, está além das apresentadas por países africanos pobres, a exemplo do Zimbábue que apresentou 8% e da Guiné Equatorial, com 7%.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2009, o hiato educacional é outro índice que mede o quantitativo de anos de estudo que, em média, faltam aos discentes para atingir a meta obrigatória, ou seja, ter cursado no mínimo 8 anos de estudos. Nesse caso, a situação brasileira revela altíssimo hiato, porém com avanços em todas as faixas etárias, pois quanto mais velha a população menor a queda do hiato. No contingente de 15 a 17 anos, o hiato apresentou queda de 4 para 2,8 anos de estudo. Este fato revela as dificuldades dos alunos em concluir os ensinamentos no tempo adequado dado a repetência e evasão escolar.

Outro problema a ser focado reporta-se a infraestrutura da escola, sobretudo, no ensino fundamental. Faltam bibliotecas, quadras de esporte, laboratórios de ciência e dependências e vias adequadas em um quantitativo expressivo de estabelecimentos. Os indicadores mostram que o acesso a internet e aos laboratórios de informática está quase universalizado, entretanto nem todas as escolas contam com este recurso. O tempo de acesso à internet é limitado de acordo com o cronograma e disponibilidade da escola.

Diante do exposto, a reestruturação da escola apresenta-se como um desafio essencial à aplicabilidade das práticas pedagógicas e a disseminação de informações e conhecimentos essenciais à formação socialmente referendada.

A Síntese dos Indicadores Sociais, IBGE, 2010, alicerçada nos dados da PNAD 2009, afirma que a taxa de jovens que estavam na faixa de 18 a 24 anos, com 11 anos de escolaridade, é extremamente baixa, equivalendo a apenas 37,9%. Estas desigualdades agravam-se, ainda mais, quando comparadas regionalmente, posto que enquanto a Região Sudeste apresentou índice de 44,0%, a Região Nordeste obteve 31,8%.

Em 2009, a maioria dos estudantes de 18 a 24 anos estava em nível de ensino abaixo do esperado. A melhora constatada no período de 1999 a 2009 ocorreu devido ao decréscimo na frequência dos ensinamentos fundamental e médio com concomitante crescimento na frequência do nível superior

Os dados sobre a educação de terceiro grau mostraram os grandes investimentos governamentais para viabilizar a inserção dos brasileiros no ensino superior. Políticas públicas de expansão e reestruturação das Instituições Federais de Ensino possibilitaram o crescimento de quantitativo expressivo de cursos e vagas que beneficiam parte da população adulta do Brasil. Parcerias e acordos foram feitas com instituições privadas para garantir vagas e acessibilidade ao terceiro grau.

A Educação a Distância foi outra importante medida que levou o ensino de terceiro grau a população rural. Apesar das dificuldades apresentadas ao longo da instauração, do processo e dos resultados, as medidas viabilizaram o acesso da população brasileira à escolarização. No Brasil, o ensino público de terceiro grau ainda não é universalizado. As vagas ofertadas pelos estabelecimentos públicos são bem menores que a demanda e, grande parte da população não tem renda suficiente para financiar cursos nas instituições privadas.

Segundo a Síntese dos Indicadores Sociais, IBGE, 2010, maiores níveis de estudo garantem melhores chances de inserção qualificada no mercado. Hoje, o mundo do trabalho, em maioria, demanda profissionais que possuam no mínimo 11 anos de escolaridade. No período de 1999 a 2009, a proporção dos indivíduos economicamente ativos que tinham 11 anos de estudo e idade entre 18 a 24 anos passou de 21,7 % para 40,7%. Este acréscimo correspondeu a quase 100%.

Considerando a faixa etária de 25 a 34 anos, observou-se acréscimo da população economicamente ativa, porém a proporção é bem maior para os que têm 11 anos ou mais de estudo.

As frágeis políticas públicas trazem mazelas ao sistema educacionais gerando, dentre outros problemas analfabetismo funcional e literal, evasão escolar, insuficiência de vagas no ensino de terceiro grau, índices que comprovam baixa qualidade do ensino e quantitativo expressivo de jovens fora da escola.

A ineficiente formação dos recursos humanos apresenta seqüelas como: desigualdade social; dificuldade de inserção no mercado de trabalho; baixa remuneração salarial; desempenho de atividades informais, sem a garantia dos benefícios socialmente referendados ao trabalhador. De fato, a frágil qualificação limita os homens do pleno exercício da cidadania e da capacidade de ascensão socioeconômica, dentre outras possibilidades.

Assim, o enfrentamento desse problema requer ações governamentais que resultem em profunda transformação da estrutura, do gerenciamento e da percepção do

papel social, política, e econômico da escola. A ágil e contínua aplicação de medida restauradora do sistema propiciará que o marco educacional se torne um ambiente de qualificação. Preparando a população para que esta tenha posicionamentos crítico e seja capaz de transformar a realidade na qual esta inserida.

Que essa qualificação garanta aos cidadãos liberdade, igualdade, desenvolvimento pessoal, ascensão social e econômica, enfim, melhores condições para todos. Cabe ressaltar que essa formação deve estar além das exigências estabelecidas pelo sistema técnico-econômico, porém sem desconsiderar as novas demandas dadas pela contemporânea realidade.

5 CONCLUSÃO

A contemporânea dinâmica social acelerada pelas constantes inovações e pela massificação de informação e conhecimento gera um processo global de competitividade que estimula o recrutamento de pessoas com habilidades específicas para o exercício de atividades nos modernos setores, caracterizados pelas constantes e criativas inovações, pela inserção e apropriação das novas tecnológicas e pela tempestiva receptividade e transmissão de informação que move o desenvolvimento socioeconômico.

Assim, os novos padrões de organização priorizam a flexibilidade funcional e a contratação de trabalhadores para o desempenho de atividades genéricas. Destarte, o recrutamento por parte do mundo do trabalho requer do cidadão a apropriação dos saberes que se traduzem: 1) no conhecimento cristalizado; 2) saber fazer equivalente a habilidades e; 3) o saber agir equivalente as atitudes.

O segmento econômico, para atender as demandas dadas pela nova realidade, exige continuamente um novo tipo de profissional, cujas características principais, são: ser flexível, ser multifuncional e, sobretudo, ter a capacidade de adaptar-se às constantes mudanças.

Concomitante a essa realidade verifica-se que o sistema educacional apresenta, dentre outros problemas, analfabetismo funcional e literal, evasão escolar, insuficiência de vagas no ensino de terceiro grau, índices que comprovam baixa qualidade do ensino e quantitativo expressivo de jovens fora da escola.

O olhar panorâmico sobre o quadro social brasileiro mostra que existe descompassos entre as demandas do setor técnico – econômico ou setor ocupacional e a realidade exposta pelo sistema educacional, pois enquanto o mercado exige profissionais

altamente qualificados, o campo educacional apresenta problemas seculares fruto da falta de prioridade ao setor e das ineficientes políticas voltadas à área educacional.

A ineficiente formação dos recursos humanos resulta para o país, efeitos negativos como: desigualdade social; dificuldade de inserção no mercado de trabalho; baixa remuneração salarial; desempenho de atividades informais, sem a garantia dos benefícios socialmente referendados ao trabalhador. A frágil qualificação limita os homens do pleno exercício da cidadania e da capacidade de ascensão socioeconômica, dentre outras possibilidades.

O enfrentamento desse problema pressupõe políticas governamentais que visem uma transformação profunda na estrutura, no gerenciamento, na inserção de inovações tecnológicas e na forma de pensar o papel social, político e econômico da escola.

A instauração de positivas ações voltadas para a solução dos problemas possibilitará que o marco educacional se torne um ambiente de qualificação, com a formação de cidadãos que tenham posturas críticas e sejam capazes de transformar a realidade cultural, política e socioeconômica na qual estão inseridos.

A formação humana deve garantir liberdade, igualdade, desenvolvimento pessoal, ascensão social e econômica, enfim, condições favoráveis a todos. Cabe ressaltar que essa formação deve estar além das exigências estabelecidas pelo sistema técnico-econômico, porém sem desconsiderar as novas demandas dadas pela contemporânea realidade.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, M.C.C; MARTELETO, R. M.;SOUZA, D. B. **Educação, Trabalho e o Delineamento de Novos Perfis Profissionais**: O Bibliotecário em Questão. Ci. Inf., Brasília, v. 29, n. 3, p. 14-24, set./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a02v29n3.pdf>> Acesso em: 10 dez. 2011.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Síntese de Indicadores Sociais: Uma análise das Condições de Vida da População Brasileira**. Revista Estudos e Pesquisa Informação Demográfica e Socioeconômica, n. 27, Rio de Janeiro, 2010

CARBONE, P. P. **Gestão por Competencia: Uma Nova Metodologia de Gerenciamento do Capital Humano**. 2005. Disponível em: <<http://www.mundopm.com.br/download/gestao.pdf>>. Acesso em: 03 jan. 2012.

CASTRO, J.B. Evolução e Desigualdade na Educação Brasileira. **Revista Educação Sociedade**, Campinas, vol. 30, n. 108, p. 673-697, out. 2009. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

DUARTE, B. R. G. V.; HYPOLITO. A. M. Transformações no Mercado de Trabalho e Educação. **Revista Sociedade & Educação**, vol. 17, n. 2, 2008 MARKET. Disponível em: < <http://www.portal.fae.ufmg.br/seer/index.php/trabedu/article/viewFile/331/503>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

FERREIRA, D. T. **Profissional da informação: perfil de habilidades demandadas pelo mercado de trabalho**. Ci. Inf., Brasília, v. 32, n. 1, p. 42-49, jan./abr. 2003.

FILATRO, A. **O Cenário Educacional Atual**. Design institucional contextualizado. 2. ed. São Paulo: Senac. Disponível em:<<http://welere.blogspot.com/2009/08/o-cenario-educacional-atual.html>>. Acesso em: 05. fev. 2012.

FOGAÇA, A; SALM, L. C. **Educação, Trabalho e Mercado de Trabalho no Brasil**. 2003. Disponível em: < <http://cienciaecultura.bvs.br/pdf/cic/v58n4/a21v58n4.pdf>>. Acesso em: 25 dez. 2011.

GADOTTI, M. **Perspectivas atuais da educação**. São Paulo Perspec., Apr./June 2000, vol.14, no.2, p.03-11. ISSN 0102-8839.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Políticas Sociais: Acompanhamento e Análise**. Boletim de Políticas Sociais, Brasília, DF, n. 19, 2011. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/politicas_sociais/bps_19_cap04.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2012.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD 2009**, DF, n. 32, 2009. Disponível em:< <http://www.sepm.gov.br/nucleo/dados/09-10-07-comunicapresi-32-pnad2008-educacao.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Síntese de Indicadores Sociais: Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira**. Estudos e Pesquisas Informação Demográfica e Socioeconômica, n. 27. 2010, RJ

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Resumo Técnico: Censo Escolar 2010**. Brasília, DF. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_basica/censo_escolar/resumos_tecnicos/divulgacao_censo2010_revisao_04022011.pdf> Censo Escolar 2010>. Acesso em: 03 fev. 2011.

MELO, E.C.; MACKENZIE, L.M.M. **Influência das Competências na Educação Corporativa**. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3216.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2012.

MOURA, M. C. C. de; BITENCOURT, C. C. **A Articulação entre Estratégia e o Desenvolvimento de Competências Gerenciais**. RAE electron, São Paulo, v. 5, n. 1, 2006.

PINTO, S.R.R. **Capacitação Profissional do Administrador: Uma Investigação sobre as Habilidades Requeridas e a Formação Universitária Adquirida**. Disponível em: <<http://www.serprofessoruniversitario.pro.br/m%C3%B3dulos/planejamento-cad%C3%AAmico/capacita%C3%A7%C3%A3o-profissional-do-administrador-uma-investiga%C3%A7%C3%A3o-sobre-hab>> . Acesso em: 11 jan. 2012.

QUADROS, Teresinha. **Globalização, Novas Tecnologias, Educação e Trabalho: uma reflexão sobre a possibilidade de superação da exclusão** /In: Documento Debate: Estado, Administración Pública y Sociedad. Caracas, n.4, setembro 1997.

SCHWARTZMAN, Jacques. **O Financiamento das Instituições de Ensino Superior no Brasil**. IEA – Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo- USP. 2005. Disponível em:
<www.iea.usp.br/iea/tematicas/educacao/superior/autonomiafinanciamento/schwartzmanfinanciamento.pdf> Acesso em: 08 jan 2012.

SILVA, R. B. **Formação Humana e ou Formação Profissional: uma contribuição da Psicologia do Trabalho**. **Revista Administração em Diálogo - RAD**, Vol.12, n.2, p.102-120, mai/jun/Jul/ago 2010 - ISSN 2178-0080.

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS

Anais

ISSN 2318-4477

III *Seminário de Pesquisa
da Faculdade Amadeus*



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

A INTERAÇÃO PROFESSOR-ALUNO NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS EM SALA DE AULA¹

Heráclito Gomes de Oliveira²

Maria Aparecida Ferraz de Oliveira³

RESUMO

Este trabalho diz respeito à importância da interação professor-aluno para levar para a construção do conhecimento. Procura apresentar as atividades como uma estratégia eficaz no desenvolvimento da capacidade do aluno, permitindo que o mesmo supere dificuldades e alcance autonomia para desenvolvimento da aprendizagem. Teve por objetivo explorar a interação professor-aluno na construção do conhecimento. Partiu da questão: como o professor cria um ambiente propício ao desenvolvimento cognitivo e afetivo de seus alunos? As atividades foram realizadas em uma escola de rede pública de Nossa Senhora do Socorro SE, onde desenvolvemos um projeto didático sobre ciências por investigação, com o tema: "Observando o solo". Após a execução do projeto podemos afirmar que a importância do papel do professor no processo de ensino-aprendizagem é indiscutível. Concluímos que a participação do professor é decisiva, mas não impede as formulações dos alunos.

Palavras-chave: Interação professor-aluno. Construção de conhecimento. Ensino de ciências por investigação.

ABSTRACT

This work concerns the importance of teacher-student interaction, which aims to bring students to build their knowledge. Seeks to present the activities as an effective strategy in developing the student's ability, allowing it to overcome difficulties and achieve autonomy in building their learning. We aimed to explore the teacher-student interaction in the construction of knowledge. He started from the question: how the teacher creates an environment conducive to the cognitive and emotional development of their students. The activities were held in a school of public of Our Lady of Socorro SE where we develop an educational project on teaching and learning of sciences for research, with theme: "Looking at the ground." After the execution of the project, we can say that the importance of the teacher's role in the teaching-learning process is indisputable. We conclude that it is

¹ Artigo desenvolvido como atividade da Disciplina Fundamentos e Metodologia do Ensino de Ciências da Faculdade Amadeus

² Alunos do Curso de Licenciatura em Pedagogia da Faculdade Amadeus

³ Alunos do Curso de Licenciatura em Pedagogia da Faculdade Amadeus

up to the teacher, in the process the construction of knowledge with his students, some responsibilities and competence.

Keywords: Teacher-student interaction. Construction of knowledge. The teaching of Science.

1 INTRODUÇÃO

O conhecimento é o foco do processo educacional. É estratégia fundamental e privilegiada de vida, de uma ação prática que se constrói, histórica e socialmente, no cotidiano, que emoldura e catalisa nossas experiências. Para Zabala (1998) o conhecimento é mediação central do processo educacional. Dessa forma, o educador atua como mediador do conhecimento, de forma que os alunos aprendam os saberes escolares e construam uma aprendizagem significativa.

Com base nesse princípio, podemos fazer uma reflexão: Como a interação professor-aluno contribui para a construção do conhecimento?

Segundo Coll (1994 p. 102), deve-se precisar as funções do professor, concedendo-se a ele importância decisiva como orientador, guia ou facilitador da aprendizagem, já que lhe compete criar as condições ótimas para que se produza uma interação construtiva entre o aluno e o objeto do conhecimento. Nesse contexto, entende-se que a atuação do professor como mediador do ensino-aprendizagem, permite que o aluno evolua no processo de aquisição do conhecimento.

É importante considerar que para construir uma aprendizagem significativa, o educador deve ter objetivos bem definidos. Sendo assim, o professor pode criar em sala de aula uma atmosfera de interesse e motivação, permitindo ao aluno uma total e autônoma participação no processo de construção do conhecimento. Os Parâmetros Curriculares Nacionais de Ciências Naturais nos esclarece essa participação do educando. “É importante que tais representações encontrem na sala de aula um lugar para manifestações, pois além de constituírem importante fator no processo de aprendizagem, poderão ser ampliados, transformadas e sistematizadas” (BRASIL, 1997, p. 45).

Logo, o professor perde a imagem de ser o único que sabe, e passará a ser um facilitador, alguém que orienta e participa do processo das novas aprendizagens do educando. Segundo Coll (1994 p. 102), deve-se precisar as funções do professor, concedendo-se a ele importância decisiva como orientador, guia ou facilitador da aprendizagem, já que lhe compete criar as condições ótimas para que se produza uma

interação construtiva entre o aluno e o objeto do conhecimento. Nesse contexto, entende-se que a atuação do professor como mediador do ensino-aprendizagem, permite que o aluno evolua no processo de aquisição do conhecimento.

Podemos dizer que a relação professor-aluno produz força incentivadora, mostrando para o educando que ele é capaz de aprender e saber se apropriar do conhecimento do mundo que está em seu entorno. De acordo com (ZABALA, 1998, p.102).

O crescimento pessoal dos alunos implica como objetivo último serem autônomos para atuar de maneira competente nos diversos contextos em que haverão de se desenvolver. Impulsionar esta autonomia significativa tê-la presente em todas e cada uma das propostas educativas, para serem capazes de utilizar sem ajuda os conhecimentos adquiridos em situações diferentes da que foram aprendidas;

Corroborando com o pensamento do autor acima citado, Espinoza (2010, p. 80) contribui declarando que: “Para aprender é necessário viver situações em que se possa refletir, perguntar, discordar, aceitar, reformar, em que seja possível se posicionar de maneira intelectualmente ativa”. É neste sentido que consiste a intervenção e o papel do professor na prática educativa. Dessa forma, compreendemos que o professor oferece ao aluno informações e propõe investigação, através de orientações e tal ação levará o aluno a buscar conhecimento. Atentamos então o que Tereza Mauri (2003 p.119) diz em relação à função do professor: “É função dos professores ajudar os alunos a relacionarem significativamente as normas a determinadas atitudes que se pretende que desenvolvam em situações concretas...”

Os Parâmetros Curriculares Nacionais de Ciências Naturais, (BRASIL, 1997), também mostram que é importante o professor incentivar o aluno a formular suposições e perguntas. Esse procedimento faz com que o professor conheça as representações e conceitos intuitivos que os alunos desenvolvem no processo de construção de conhecimento. No ensino construtivista, existem alguns aspectos relacionados ao papel do professor em sala de aula bastante diferentes ou até mesmo opostos aos do ensino tradicional. A diferença corresponde a uma ampliação da interpretação do que sejam conteúdos escolares. Dentro disso, discutimos alguns pontos que dizem respeito ao modo como o professor cria um ambiente propício ao desenvolvimento cognitivo e afetivo de seus alunos.

Portanto, faz-se cada vez mais evidente pensarmos sobre as necessidades de construir uma prática educativa, pautada na construção e reflexão do conhecimento, com uma relação professor-aluno, que possibilite agir, transformar e refletir a prática educativa. (ZABALA, 1998).

O objetivo desse trabalho foi observar a interação professor-aluno na construção do conhecimento sobre o solo, para que o aluno assimile e acomode novos conteúdos no seu processo de ensino-aprendizagem. Partindo dessa premissa, escrevemos o presente artigo com base em uma sequência didática sobre o tema *observando o solo*, desenvolvida em uma escola pública Estadual do Município de Nossa Senhora do Socorro SE.

Apresentamos textos e vídeos, fizemos arte com barro, com areia e realizamos debates sobre o tema. Com relação à execução em sala de aula, ao promover atividades de interação muitos se mostravam tímidos no início, mas depois de certo tempo todos se envolveram.

2 AS INTERAÇÕES NA SALA DE AULA

O trabalho foi realizado com trinta crianças estudantes do Ensino Fundamental, pertencentes ao 5º ano, turno da tarde, de uma escola da rede Estadual de Ensino, situada no Município de Nossa Senhora do Socorro SE. Em sala de aula, no primeiro contato com os alunos, foi realizada uma conversação para verificar os conhecimentos prévios dos alunos acerca do tema solo, com questões: Você observa o chão onde pisa? Por quê? Você sabe o que é Solo? Como é formado?

No decorrer da conversa, percebemos que as crianças possuíam certo domínio do tema apresentado, porém o que chamou atenção dos mesmos foi a dinâmica da aula, subordinada numa sequência didática diferenciada. Isso foi possível porque o professor pode criar condições para que o aluno se desenvolva progressivamente e de maneira autônoma na sala de aula, no envolvimento das atividades realizadas. Corroborando com essa ideia, segundo Nogueira (2010) “o aluno entra em cena totalmente dedicado à pôr em pratica o que foi planejado. A possibilidade de pesquisa, escolha do material, formato do produto e outros itens devem ser oferecidos pelo professor”. Essa afirmação reforça a ideia da interação do aluno na construção do seu conhecimento, atrelado a sua relação com o professor.

No segundo momento, desenvolvemos a experiência de como o solo armazena água, que teve como objetivo demonstrar a capacidade de infiltração e retenção da água em diferentes solos. A turma foi dividida em dois grupos de quinze alunos e foram entregues a eles garrafas pets cortadas ao meio, três tipos de amostras de solos (arenoso, argiloso e húmífero), papel filtro e água. Estipulou-se um tempo para que

observassem e manuseassem os materiais. Após o tempo decorrido da experiência e filtrado a água das três garrafas questionamos por que a água se infiltrou nas três amostras de solo e não ficou parada?

P. - *“por causa dos espaços dos grãos da areia”.*

V. - *“Porque o solo está seco, ai ele chupa a água”.*

Professor - *Qual das três amostras armazena mais água? Por quê?*

J.P. - *“O barro, porque ele é muito grudento e não deixa a água passar direito”.*

M. - *“o barro, porque na casa da minha avó quando chove fica cheio de poça de lama e demora pra secar”.*

Após finalizar a experiência, pedimos que eles registrassem, em forma de desenho ou descrevessem o que viram.

Figura 1 - Amostras de solo



Fonte: Produção dos próprios autores

Figura 2 - Experimento



Fonte: Produção dos próprios autores

No segundo dia da execução do projeto a nossa aula foi iniciada com uma explanação sobre utilidade do solo, que além da sua importância para a agricultura, tem seus componentes utilizados como matéria-prima na manufatura de vários produtos. Foram exibidos dois vídeos, o primeiro foi *“panela de barro-como se faz”* e o segundo *“de onde vem o vidro?”* Após a exibição, os alunos utilizaram argila para confeccionar objetos que levaram para casa. (Figura 3)

No terceiro dia, nossa aula foi no pátio da escola e teve por objetivo que os alunos comparassem as características dos solos como: cor, densidade, consistência, textura. As

crianças trouxeram amostras de solos de casa e depois de observarem descobriram que no mesmo bairro existe uma variedade de solos.

Depois de analisar o solo, começamos a preparação das tintas com o solo, cola e água. Após a mistura ficar pronta, eles trocaram as cores das tintas obtidas para que a pintura ficasse mais colorida. Muitos se mostraram encantados com o resultado e com o aprendizado, como pode ser percebido através dessas falas:

Figura 3 - Modelando com argila



Fonte: Produção dos próprios autores

M.V. - *“nossa parece mágica! Eu pensei que só dava pra fazer pintura com tinta”.*

R. - *“Ah! Agora já sei, quando não tiver tinta de verdade eu posso fazer uma”.*

Em seguida confeccionamos um mural para expor as atividades feitas pelas crianças. (Figuras 4 e 5).

Figura 4 - Pintando com o solo



Fonte: Produção dos próprios autores

Figura 5 - Mural com as pinturas



Fonte: Produção dos próprios autores

3 CONCLUSÃO

A participação do professor é relevante, porém não deve impedir as formulações dos alunos. Para que ocorra aprendizagem significativa faz-se necessário conhecer bem o aluno com quem se trabalha, pois assim, a implementação de metodologias educacionais mais adequadas tornam-se um recurso que facilita a interação professor-aluno. O professor precisa estar sempre preocupado com sua formação profissional para isso, é necessário estar sempre lendo, pesquisando, analisando e refletindo criticamente sobre suas aulas. Este artigo representou, para equipe, uma prática de formação contextualizada e significativa de acordo com os pressupostos construtivistas de aprendizagem, por comprovar que a interação professor-aluno é uma ferramenta para a construção do conhecimento.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: Secretaria de Educação Fundamental Ciências Naturais/Secretaria de Educação Média e Tecnológica. Brasília: MEC/ SEF, 1997. 45 p.
- COLL, César Os professores e a concepção construtivista. In: COLL, César, MARTIN, Elena; MAURI, Teresa; MIRAS, Mariana; ONRUBIA, Javier; SOLÉ, Isabel; ZABALA, Antoni. **O Construtivismo na sala de aula**. São Paulo: Editora Ática. 2003.119 p.
- ESPINOZA, Ana Maria. **Ciências na escola**: Novas perspectivas para a formação dos alunos. São Paulo: Ática: 2010. 102 p.
- MAURI, Teresa. O que faz com que o aluno e a aluna aprendam os conteúdos escolares? In: COLL, César, MARTIN, Elena; MAURI, Teresa; MIRAS, Mariana; ONRUBIA, Javier; SOLÉ, Isabel; ZABALA, Antoni. COLL, César. **O Construtivismo na sala de aula**. São Paulo: Editora Ática. 2003. 102
- NOGUEIRA, Nilbo. **Pedagogia dos projetos**. 2010. Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=eguk20OL76c> > Acesso em: 10 abr. 2015.
- ZABALA, Antoni. **A prática educativa**: como ensinar. Porto Alegre: Artmed, 1998. 102 p.

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

BRINCANDO COM A EXPERIÊNCIA DE GERMINAÇÃO DO FEIJÃO NA EDUCAÇÃO INFANTIL

Fabiana Aparecida Angelo¹

Gleiceane Souza de Jesus²

RESUMO

O presente artigo foi elaborado com o intuito de expor uma sequência didática do ensino de ciências na Educação Infantil em que é abordado o tema Germinação do Feijão. Foi objetivo geral discutir com as crianças a germinação do feijão por meio de experiência. Os objetivos específicos foram: incentivar o interesse pela matéria de ciências; entender o que é germinação e como o feijão se desenvolve; aprender pela investigação científica desde a educação infantil; despertar o interesse pela ciência; entender a necessidade de cuidar do meio ambiente. Teve como questão de pesquisa: como trabalhar investigação científica na educação infantil? A metodologia utilizada segue as concepções da pesquisa-ação de cunho qualitativo. Na ação pedagógica utilizamos o projeto didático com leitura de autores como Nilbo Nogueira (2001), Celso Antunes (2010) e Ana Espinoza (2014). Concluiu-se que o uso da investigação prática na educação infantil disponibiliza ao aluno aprendizado de importância individual e científica por tomar conhecimento de algo.

Palavras-chave: Germinação. Educação Infantil. Ensino de ciências.

ABSTRACT

This article was prepared in order to expose a didactic sequence of science education in kindergarten when it is addressed the subject Germination bean. General objective was to discuss with children the bean germination through experience. The specific objectives were: to encourage interest in the field of science; understand what is germinating and how the beans develops; learn by scientific research from early childhood education; generate interest in science; understand the need to care for the environment. We had the research question: how to work scientific research in early childhood education? The methodology follows the concepts of qualitative research-action. The pedagogical action we use the educational project with reading authors like Nilbo Nogueira (2001), Celso Antunes (2010) and Ana Espinoza (2014). It was concluded that the use of operational research in early childhood education available to students learning individually and scientific importance by becoming aware of something.

¹ Graduando em Pedagogia pela Faculdade Amadeus – FAMA.

² Graduando em Pedagogia pela Faculdade Amadeus – FAMA. E-mail: gleice_way@hotmail.com

Keywords: Germination. Childhood Education. Science education.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo demonstra uma sequência didática sobre como lecionar por meio da investigação científica utilizando experiências sobre germinação do feijão, com alunos da educação infantil. A pesquisa foi elaborada para comprovar que na educação infantil é possível trabalhar as ciências com seus recursos comprobatórios.

Segundo Howe (2002) a investigação em grupo precisa de metas, que podem ser discutidas com as crianças durante o planejamento e o conhecimento a cerca do tema plantas, motiva as crianças a se interessarem pelas atividades. Conceitos não são muito importantes nessa faixa etária, sendo o mais importante despertar a confiança, o interesse e as habilidades da criança em procurar respostas.

Tivemos como questão de pesquisa: Como trabalhar a investigação científica na educação infantil? O objetivo geral foi: discutir com as crianças a germinação do feijão por meio de experiências e os específicos: incentivar o interesse pela matéria de ciências; entender o que é germinação e como o feijão se desenvolve; aprender pela prática científica desde a educação infantil; despertar o interesse pela ciência e entender a necessidade de cuidar do meio ambiente.

Executamos uma intervenção pedagógica e expusemos materiais aos alunos, salientando a importância do conhecimento científico desde a infância com a compreensão do crescimento do feijão. Utilizamos a ludicidade para melhor ensino-aprendizagem e as crianças foram questionadas de forma que elas mesmas solucionassem os problemas. Como nasce o feijão? E as folhas como crescem?

Fizemos observações com a participação das crianças, utilizando materiais para que auxiliem no andamento das tarefas na experiência. Explicamos sobre a importância da experiência, o porquê está sendo realizada por eles, de que forma seria feita, além de incentivar a curiosidade em entender o desenvolvimento de uma planta, especificamente o pé de feijão.

2 CARACTERIZANDO O ENSINO DE CIÊNCIAS SOBRE GERMINAÇÃO

O trabalho para execução de uma aula prática não depende apenas do professor, mas de um conjunto trabalhando com a escola, família e alunos, em que todos

terão papéis de desenvolver o interesse na criança e estimulá-la à medida que seja necessário para o conhecimento cotidiano e científico.

Aulas que ocorram durante a estação de plantio podem manter conceitos de vida das plantas, sempre vivos, se ocorrer a criação e manutenção de um jardim: plantas cultivadas na primavera, levadas para a cada dos alunos ou do professor, durante as férias, e devolvidas à escola para a colheita do outono. (HARLAN, 2002, p.90)

Para Espinoza (2013), o trabalho situa-se por ações no ensino das ciências. A prática realmente é um fator de diferença no aprender, quando o aluno tem contato com os objetos de estudo, este adquire um conhecimento ainda maior por seu próprio estímulo ou até mesmo seu ego. Terá a concepção no momento do aprender, se ao pegar o material surgem questionamentos que possam ter ou não respostas isso é ciências, e após isso ir buscar as respostas e procurar entender o que aconteceu de fato e como.

De acordo com Nogueira (2012), a palavra projeto deriva do latim “projectum” que significa jogar adiante, o projeto é o planejamento de um ponto ao outro. Segundo Antunes (2010), a pedagogia de projetos é bem simples, e justamente por essa simplicidade a compreensão torna-se difícil.

Ainda conforme o raciocínio de Antunes (2010), o projeto procura demonstrar que o aluno não é uma *tabula rasa* e que os conteúdos não devem ser “jogados” para que simplesmente o aluno decore, pois o aluno possui conhecimentos prévios que são adquiridos antes do momento escolar, ou seja, em família, por meio da sociedade e a aprendizagem por projetos facilita a compreensão. É importante que o aluno perceba a solidariedade e a magia do que está participando no momento da aula. Mostra aos alunos os diferentes saberes e pode ser trabalhado com alunos de diferentes idades.

[...] parte de um ponto A para o ponto B, você parte para essa projeção, fazendo um paralelo, seria muito parecido como sonhar. Eu tenho um sonho de ter um carro novo, quando eu tiver esse carro novo eu não tenho mais esse sonho. O mesmo acontece com projeto, eu faço uma projeção e ao terminar essa projeção eu não tenho mais esse projeto, o projeto terminou, como vou trabalhar com projetos essa é uma questão que deve ser trabalhada desde o início. (NOGUEIRA, 2012)

Segundo Mergendoller (2008), numa sequência didática o professor deve fazer questionamentos para que os alunos despertem o interesse em encontrar respostas. Deve projetar e planejar o tempo, o público alvo e objetivos a serem alcançados. O professor, sozinho, não é o responsável. Mas, um conjunto trabalhando com a escola, o coletivo que compõe a equipe pedagógica. Propor atividades que integrem os alunos junto ao projeto e o professor como orientador deve saber alguns pontos de elaboração, direcionados ao pensamento de que a aprendizagem baseada em projetos deve ter alguns passos: Começar com o fim em mente; formular questões que vão servir de

orientação; mapear o projeto; dialogar os objetivos com os interessados do projeto e averiguar as composições das informações com a participação primordial dos alunos.

O experimento é um instrumento de conhecimento à cerca de um tema a ser abordado, o professor é um incentivador do conhecer, mostrando ao aluno ferramentas iniciais de pesquisa e auxiliando quando dúvidas surgirem. Proporciona a pesquisa de interesse pessoal. A pesquisa por consequência induz a leitura que é essencial para aprender. Para entender melhor sobre germinação, pesquisamos sobre as plantas e o desenvolvimento destas e a metodologia utilizada seguiu as concepções da pesquisa-ação de cunho qualitativo, com o desenvolvimento de uma intervenção pedagógica.

Segundo Espinoza (2010), seja qual for a experiência, no momento da sequência a ser apresentada temos de encontrar condições adequadas para que os alunos: observem, atribuam valor às informações, registrem, desconfiem, discutam, proponham caminhos alternativos, discordem, adquiram autonomia, para que se configure um cenário em que seja possível estabelecer relações com a teoria.

3 O PROJETO

Desenvolvemos o projeto em quatro etapas:

Etapa 1:

Contamos uma história sobre o crescimento do feijão, João e o Pé de Feijão-Turma da Mônica (“João escalou o pé de feijão e lá no alto, acima das nuvens, avisou um castelo.”) - com a visualização do livro pelos alunos. Questionamos ludicamente os alunos sobre como o feijão desenvolveu. Com as respostas trabalhamos o tema:

Professora: - *O que são plantas?*

Criança J. - *Folhinhas... Onde nasce a comida.*

Professora: - *As sementes das plantas vêm de onde?*

Crianças J. - *Não sei... O homem grande colocou lá na terra... Mamãe que coloca.*

Professora: - *Como se alimentam e crescem?*

Crianças A.: *Alguém dá comida. Elas comem bichinhos.*

Professora: - *O que é germinação e para que serve?*

Crianças K. - *Não sei o que é isso.*

Através de recursos visuais (imagens ilustrativas) e explicações sobre o assunto, introduzimos a palavra germinação. Dialogamos a cerca do tema, utilizando explicação científica de acordo com a linguagem ao nível das crianças para que compreendessem o

sentindo do que é germinar. Para facilitar as ideias sobre germinar, apresentamos imagens de plantas germinadas e o texto de Ana Espinoza (2010, p. 49).

As Plantas

Elas nos dão os alimentos, abrigam-nos, purificam o ar que respiramos e enchem nosso mundo visual de beleza: os seres vivos a que chamamos plantas...

- Existem várias espécies de plantas; cada uma possui forma própria.
- A maioria das plantas produz sementes para novas plantas.
- As sementes transformam-se em plantas com raízes, galhos, folhas e flores.
- A maior parte das plantas necessita de água, luz, minerais, calor e ar.
- Algumas plantas desenvolvem-se a partir de raízes...

Colocamos várias sementes e frutas num local com espaço suficiente para que os alunos pudessem, por meio de contatos visuais e táteis, observar, manipular e entender as diferenças. Os alunos conversaram entre si e perceberam as diferenças de tamanhos, aspectos, cores. Abaixo trecho de diálogo das crianças.

Crianças J. - Olha essa semente é verde ou azul?

Crianças A.: Ela é pequena e bem molinha, parece minha irmãzinha.

Crianças G.: Ela não tem cheiro de nada, oxe!

As crianças pegaram as sementes de feijão, abacate, sementes de outras plantas, com cores e tamanhos diferentes e continuaram a analisar as diferenças.

Crianças G.: Tia olha essa aqui (semente de abacate)! Parece uma pedra.

Explicamos que a semente mudou de coloração depois que foi retirada do fruto e exposta ao sol, durante alguns dias. E o mesmo acontece com outras sementes e frutos quando expostos ao sol.

Etapa 2:

Retomamos alguns pontos da explicação anterior sobre germinação para relembrar sobre o conteúdo necessário para entender o cultivo da “roça do feijão.” Com materiais já expostos, orientamos os alunos de como utilizá-los durante o plantio. No momento do cultivo, os alunos foram levados até o local de plantio e entregamos a cada grupo: 03 caroços de feijão, balde com água e terra e uma garrafa de refrigerante de dois litros. A garrafa estava cortada horizontalmente e apresentava uma abertura com 15 cm. Cada grupo colocou cerca de um centímetro de terra na garrafa e plantou sua horta de feijão (Figuras 1 e 2). Por serem crianças de três anos foi necessária a intervenção da professora com o manuseio dos materiais.

Cada aluno colocou no pote quantidade igual de feijão e regou com um pouco de água. Questionamos sobre qual o melhor local para esse plantio ficar exposto. Para auxiliar na escolha do local adequado, perguntamos se: as plantas podem ficar expostas ao sol o dia todo? As sementes podem ficar num local “apertado”? Por que estão

escolhendo aquele determinado local? Informamos sobre as etapas seguintes, inclusive de regar a “roça de feijão” todos os dias até o fim do prazo estimado.

Criança A: A planta tem de ficar escondida do sol...

Criança E: Não, a plantinha fica no sol sim, minha mãe deixa no sol.

Crianças G.: Elas têm de ficar na terra bem juntinha. (Figura 01)

Crianças G.: Porque as plantinhas têm que ficar perto das outras. (Figura 02)

Figura 1 - Cultivando



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 2 - Cultivo



Fonte: Produção das próprias autoras

Etapa 3:

Por cerca de 15 (quinze) dias consequentes ao plantio da roça, num determinado horário, as crianças foram visitar o plantio para regá-lo e observar o que acontecia em cada dia e comparavam com os desenhos da germinação. As figuras 3 e 4 mostram as plantas germinadas.

Figura 3 - Dia 4



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 4 - Dia 10



Fonte: Produção das próprias autoras

Etapa 4:

Ao final do tempo determinado para observação da germinação do feijão, explicamos as diferentes etapas por meio de slides com fotografias tiradas do 1º dia ao

19º dia, comentando como todos executaram tarefas e cuidaram da “Roça do Feijão” e continuando o diálogo explanamos sobre a importância de cuidar do ambiente e que este ambiente lhe oferecerá o alimento, que no caso era o feijão.

Os registros foram feitos por meio de diálogos diários, que as crianças sempre comentavam, mesmo nos momentos de recreação, a atividade que estavam fazendo na escola e comparavam com as árvores que viam no caminho de casa, além de desenhos que as crianças fizeram ao final da sequência didática, em que demonstraram como foi o desenvolvimento dos feijões.

O experimento teve uma duração de 20 aulas e utilizamos de 25 até 45 minutos em cada aula. Foi interessante acompanhar a interação das crianças com o experimento. Mesmo depois do tempo de execução e observação do experimento os alunos continuaram a acompanhar o desenvolvimento das plantas e demonstrar por meio de brincadeiras e conversas, entre eles, sobre os procedimentos e as atitudes que conheceram, assim como, levaram tais informações para familiares, ou seja, para além dos muros da escola e de alguma forma introduziram este conhecimento no seu convívio social. Em diálogo com os alunos questionamos sobre o que acharam do plantio da “roça”? O que entendem por plantar feijão? E como ele cresce até dar feijões?

4 DISCUSSÃO

As crianças são curiosas e gostam de aprender, mas muitas vezes, os adultos as subestimam. Na realização deste projeto e analisando as discussões, entre as crianças e com familiares, evidenciamos que as aprendizagens lhes trouxeram conceitos de vida. Os novos conhecimentos estavam fazendo parte de seus esquemas mentais, o que nos leva a crer que houve construção do saber.

As metas de uma investigação em grupo envolvem aspectos cognitivos, afetivos, psicomotores e sociais. Em discussão com as crianças foi perceptível que elas realizaram as tarefas com a preocupação de que o outro colega ao lado também pudesse participar das atividades, algumas crianças interessaram-se pelos conteúdos e em momentos de brincadeiras, pudemos perceber que nas interações em grupo imitavam as atividades feitas em sala.

Com base nas respostas dos alunos foi percebido por meio de análise dos diálogos entre os alunos, que os objetivos pedagógicos do projeto foram alcançados. A proposta inicial de integrar os alunos levou ao enriquecimento cognitivo e atitudinal dos mesmos,

não somente na escola, mas também em casa. Houve casos de familiares relatarem que as crianças queriam cultivar em casa a “Roça do Feijão” e explicavam todos os passos que haviam aprendido. Percebemos desenvolvimento da autonomia dos alunos ao não requisitarem auxílio de adultos para cultivar a semente. Elas faziam questão de aguar, mexer na terra e até mesmo questionar.

A criatividade e espontaneidade foram livres num espaço em que estas crianças sentiram-se importantes e autônomas. Enfim, os alunos conscientizaram-se sobre a importância do cultivo e cuidado com uma planta que nos beneficia e o experimento contribuiu para a reflexão individual de cada um para entender o tema.

5 CONCLUSÃO

O trabalho apresentou elaboração e execução de um Projeto Didático na educação infantil realizado numa escola pública no bairro Santa Maria em Aracaju SE. As crianças foram expostas ao contato com o conhecimento científico adaptado para as necessidades deste público. Os questionamentos foram eloquentes com a aprendizagem dos alunos e as crianças participaram das discussões a cerca do tema.

Concluimos que as crianças aprenderam por meio da prática, conciliaram os materiais com os questionamentos e demonstraram a construção do conhecimento, através da exposição das respostas e das discussões no grupo. O conhecimento por meio da germinação despertou nas crianças o interesse em construir uma “roça do feijão” em sua casa, através de diálogos, desenhos e brincadeiras. As crianças conheceram uma forma diferente de aprender sobre ciências por meio da prática e, após o término da sequência, os “pequenos” continuaram perguntando entre si sobre a experiência e, assim, por meio de seus diálogos confirmávamos o aprendizado.

As investigações em grupo foram realizadas de acordo com ensinamentos pedagógicos e científicos que propuseram as crianças em pensar a respeito de questionamentos e respostas e estas foram capazes de testar hipóteses e encontrar soluções. O planejamento realizado em conjunto com os participantes e utilizando seus conhecimentos prévios, mostrou que professores e crianças puderam compreender a importância das habilidades individuais que ao serem trabalhadas em grupo facilitam a busca de soluções.

Portanto, as observações perante os alunos durante a experiência nos levaram a crer que as crianças conseguiram desenvolver a autonomia, principalmente em levantar

hipóteses e encontrar respostas, quando debatiam em grupo e comparavam as informações adquiridas com as que tinham como representações prévias. O local de cultivo não foi o melhor, contudo, realizamos a prática. Quanto mais propício for o local de prática, melhor o ensino-aprendizagem.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Celso. **Trabalhando com Projetos**. Vídeo do You Tube 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eguk20OL76c>> Acesso em: 14 de abr. 2015
ESPINOZA, Ana. **Ciências na Escola: novas perspectivas para a formação dos alunos**. São Paulo. Editora Ática, 2014.

HARLAN, Jean D. **Ciências em educação infantil: uma abordagem integrada**. 7. ed. Porto Alegre: Artmed, 2002, p.68 a 93.

HOWE. Ann C. **Engaging Children in Science**. 3° ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education. 2000. p. 145-159

MERGENDOLLER, John R. **Aprendizagem Baseada em Projetos**. São Paulo. Editora Artmed, 2008.

NOGUEIRA, Nilbo. **Pedagogia de Projetos**. 2001. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eguk20OL76c>>. Acesso em: 14 de abr.2015.

SOUSA, Maurício. **Turma da Mônica em João e o Pé de Feijão**. Editora Girassol. 2009.



**O PAPEL DOS OBJETOS OSTENSIVOS NO ESTUDO DA OPERAÇÃO DE ADIÇÃO
DOS NÚMEROS NATURAIS NAS SÉRIES INICIAS: Considerações a partir de uma
Análise do Livro Didático¹**

Josefa Sandra da Silva²

Tayse Dantas dos Santos³

RESUMO

Esse artigo propõe uma discussão acerca do papel dos objetos ostensivos como instrumento na alfabetização matemática, em especial aqueles utilizados no estudo da operação de adição dos números naturais. Desta forma, nossa análise está voltada ao livro didático “Pode contar comigo–Alfabetização Matemática” da editora FTD do terceiro ano com o intuito de investigar os objetos ostensivos presentes e a maneira como são utilizados nessa proposta de ensino, tendo como aporte teórico a Teoria Antropológica do Didático (TAD), desenvolvida por Chevallard e Bosch (1999) que propiciou, através de uma abordagem qualitativa, a análise dos fenômenos didáticos que surgiram no processo de estudo direcionado aos objetos ostensivos. Nesse cenário buscamos levantar e analisar informações que possam contribuir na formação inicial de docentes que atuam nessa fase de escolaridade obrigatória, ao ressaltar a importância destes instrumentos e influências do ensino da matemática. Sendo assim, são sugeridos procedimentos, valores e noções didáticas a serem valorizadas pelo professor. Porém, não temos a pretensão de determinar o caminho, apenas sugerimos uma direção.

Palavras-chave: Objetos ostensivos e não ostensivos. Teoria antropológica do didático. Alfabetização Matemática

ABSTRACT

This article proposes a discussion about the role of overt objects as a tool in mathematical literacy, especially those used in the study of the operation of addition of natural numbers. Thus, our analysis is aimed at the textbook "you can count on me – Math Literacy" of editorial FTD the third year with the aim of investigating the overt objects present and the way they are used in this proposal, with theoretical contribution to anthropological theory of Didactic (TAD), developed by Chevallard and Bosch (1999) that provided, through a qualitative approach the analysis of didactic phenomena that have emerged in the process

¹ Artigo desenvolvido na disciplina Fundamentos e Metodologia do Ensino de Matemática do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus no ano 2014, sob orientação do Prof. Rone Peterson

² Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus. E mail: josefa_sandracat@gmail.com

³ Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus.

of study targeted at overt objects. In this scenario we seek up and analyze information that may contribute to the initial training of teachers who work at that stage of compulsory education, to highlight the importance of these instruments and influences of the teaching of mathematics. So, are suggested procedures, values and notions didactics to be valued by the teacher. However, we have no claim to determine the path, only suggest a direction.

Keywords: Overt and overt not objects. Anthropological theory of Mathematics Teaching. Literacy

1 INTRODUÇÃO

Ao utilizar os livros didáticos como recurso didático em sala de aula é necessário conhecer previamente a abordagem e o método utilizados para trabalhar determinados conceitos. Por este motivo, é preciso analisar as características dos livros buscando conhecer sua estrutura e possibilidades de trabalho.

Este artigo apresenta uma análise direcionada ao livro didático “Pode contar comigo–Alfabetização Matemática” da editora FTD destinado ao terceiro ano, que teve como objeto de estudo discutir o papel dos objetos ostensivos como instrumento na alfabetização matemática, em especial aqueles utilizados no estudo da operação de adição dos números naturais. Deste modo buscamos responder a seguinte questão de pesquisa: Como os objetivos ostensivos são apresentados no livro didático “Pode contar comigo” na operação de adição? Tal questão norteou a análise das orientações de ordem metodológicas presentes no livro didático.

Para a realização desta pesquisa, tomou-se como referencial teórico a Teoria Antropológica do Didático (TAD), desenvolvida por Chevallard e Bosch (1999) que propiciou, através de uma abordagem qualitativa, a análise dos fenômenos didáticos que surgiram no processo de estudo direcionado aos objetos ostensivos. A priori são apresentados alguns conceitos teóricos que fundamentam a nossa discussão, no segundo momento, convergimos nas discussões analíticas do livro didático que norteiam os objetivos propostos nesse artigo embasado na teoria citada do (TDA) e terminamos com as considerações finais do estudo realizado.

2 OS OBJETOS OSTENSIVOS: Uma análise do Livro Didático

Nesta pesquisa nossas discussões e análises são pautadas à luz da Teoria Antropológica do Didático (TAD), em particular centralizamos nossa atenção nas noções

de objetos ostensivos e não ostensivos. Dentro dessas práticas situamos o fazer matemático que segundo Bosh (2000), durante a realização de uma tarefa matemática, trabalhamos com dois tipos de objetos: os objetos ostensivos e os não ostensivos.

Os ostensivos são objetos materiais quaisquer que podem ser manipuláveis tais como sons, grafismos e os gestos; os não ostensivos são todos os objetos não materiais como as ideias, as intuições ou conceitos que vivem institucionalmente, no sentido onde lhes são atribuídas existências, sem poder ser vistos, ditos, mostrados, percebidos por si mesmo, mas, podem ser evocados ou invocados pela manipulação adequada de certos ostensivos associados (BOSCH & CHEVALLARD, 1999).

Os autores Bosch e Chevallard (1999) salientam que “os dois tipos de objetos (ostensivos e não ostensivos) são unidos por uma dialética que considera os “não ostensivos” como emergentes da manipulação dos “ostensivos” e, ao mesmo tempo, como meios de controle dessa manipulação”.

Delimitamos esse estudo a utilização dos objetos ostensivos durante o processo de ensino de adição nos anos iniciais, focando nas tarefas e técnicas que consistem em como fazer; responder e executar as atividades relacionadas a esse conteúdo e direcionadas ao livro didático (Figura 1).

Figura 1 - Capa do Livro didático de matemática



Fonte: Bonjorno; Azenha; Gusmão, 2011.

A utilização dos objetos ostensivos durante o processo de ensino de adição e nos anos iniciais se faz necessário, pois proporcionam às crianças a visualização e o manuseio de materiais durante a situação problema que é demonstrada, que pode vir a

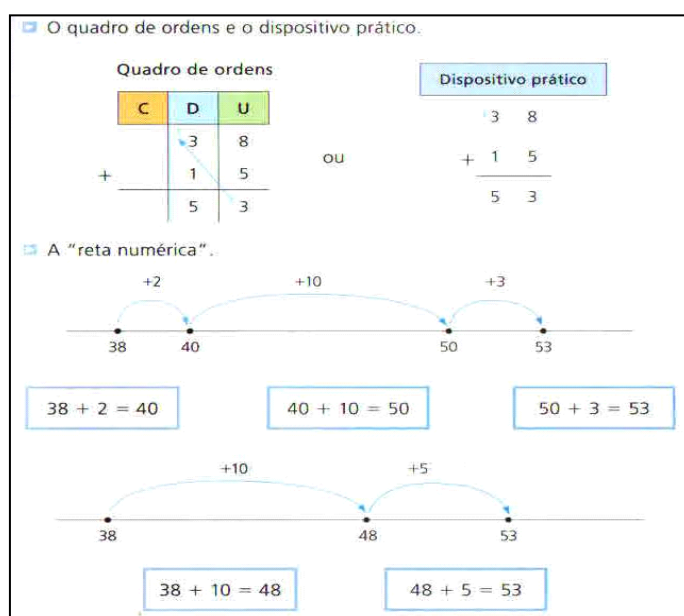
possibilitar dessa maneira uma aprendizagem mais eficaz desse conteúdo. É o que podemos analisar na afirmação de Piaget apud Barros (2002, p. 61):

[...] Piaget diz que antes da idade de 11 ou 12 anos, as operações de inteligência infantil são unicamente concretas, isto é, só se referem a objetos tangíveis, suscetíveis de serem manipulados. Pede-se que as crianças raciocinem sobre hipóteses simples ou enunciados puramente verbais dos problemas, elas logo fracassam.

Nessa teoria, Piaget afirma que o conhecimento acontece “de dentro para fora”, ou se preferir, a criança estaria construindo um conhecimento inicial sobre um objeto pela sua manipulação, que quando estimulada por elementos externos, teria condições de buscar “lá dentro” conhecimento para relacionar com a realidade externa. Partimos dessas noções na busca de construir respostas aos questionamentos propostos sobre o papel dos ostensivos envolvidos no estudo da operação de adição dos números naturais.

No Livro didático investigado podemos observar a presença de diversos ostensivos que são trabalhados como instrumentos que podem ser manipulados em sala de aula para a realização de cálculos, como por exemplo, a utilização dos dedos, reta numérica, quadro de ordens. Enfim, entre outras formas de organizações criativas que envolvam as crianças de forma ativa e prazerosa nesse processo de aprendizagem (Figura 2).

Figura 2 - Exemplo de ostensivos.



Fonte: Bonjorno; Azenha; Gusmão, 2011.

Durante as atividades com esses objetos ostensivos o professor pode criar novas situações que possibilitem o confronto de ideias para que dessa maneira as crianças tenham a percepção da existência de novas estratégias para a resolução dos problemas

matemáticos. O foco é de fazê-las avançar tanto no desenvolvimento cognitivo quanto na evolução de seus registros. Conforme pontua os RCNEI.

O professor propõe o confronto dos registros para que o grupo conheça diferentes estratégias, experimente novas formas e possa avançar em seus procedimentos de registro. Essas atividades, que se desenvolverão ao longo de vários dias, semanas ou meses, permitem as crianças executar operações de adição, de subtração, assim como produzir e interpretar notação numérica em situações nas quais isso se torna funcional. (BRASIL, 1998, p. 236).

O papel do professor diante do método de ensino na resolução dos problemas matemáticos de adição é também analisar o uso desses ostensivos procurando dessa maneira adequá-los durante o processo de evolução escolar da criança. Pois a utilização de alguns objetos citados tem suas limitações. Assim cabe discutir sobre ostensivos e sua valência instrumental, conceitos esses abordados também pela TAD, citado por Kaspary e Bittar (s.d, p 05) “o conceito de valência instrumental nasce do papel de ferramenta que o objeto ostensivo tem na atividade matemática. Um dado ostensivo pode ser, ou não, considerado um bom instrumento dependendo das atividades nas quais ele é aplicado”.

A valência instrumental viabiliza o debate da potencialidade/rendimento de um determinado ostensivo como ferramenta de trabalho em uma dada atividade matemática (BOSCH & CHEVALLARD, 1999), desse modo à atividade matemática tende a afastar os objetos ostensivos no decorrer do estudo e centrar a atenção no que eles representam, destacando desta forma sua verdadeira função que é favorecer a produção de conceitos. Sendo assim, a discussão sobre os objetos ostensivos e não ostensivos não pode ser considerada secundária na construção do saber matemático é preciso que os estudantes tenham, com os números uma vivência que lhe der familiaridade e facilidade na realização desse saber.

Ao analisar o livro investigado é possível perceber a preocupação do autor em explorar os conhecimentos prévios nas situações propostas em que o estudante é deixado livre para utilizar conhecimentos já construídos na busca de suas próprias soluções. (Figura 3).

Os conteúdos novos são introduzidos de forma apropriada a partir dos conhecimentos prévios dos alunos e aprofundados gradualmente. O que mostra, portanto, a valorização desse tipo particular de articulação didática.

Figura 3 - Situação Problema.


A ideia de juntar

Antônio é cobrador de ônibus. Na primeira viagem do dia, recebeu 143 reais. Na segunda, recebeu 58 reais. Quantos reais ele recebeu nas duas viagens?
Registre seu cálculo no quadro abaixo e depois compare com seus colegas.

Resposta de acordo com a vivência do aluno e o domínio das linguagens para registro de uma estratégia e sua resolução.

Para saber quantos reais Antônio recebeu fazemos uma adição.
Veja, a seguir, como resolvemos esta outra situação.

Na segunda viagem de Antônio havia 38 passageiros sentados e 15 em pé. Quantos passageiros havia no ônibus?



Fonte: Bonjorno; Azenha; Gusmão, 2011

No encadeamento do estudo o livro propõe a manipulação de outros ostensivos como a utilização do material dourado e cédulas monetária. Percebe-se, nesse contexto, a ênfase dada às trocas de unidades por dezenas envolvendo a cédula e a moeda, respectivamente, de 10 e de 1 real. (Figura 4).

Figura 4 - Representação com cédulas monetária.

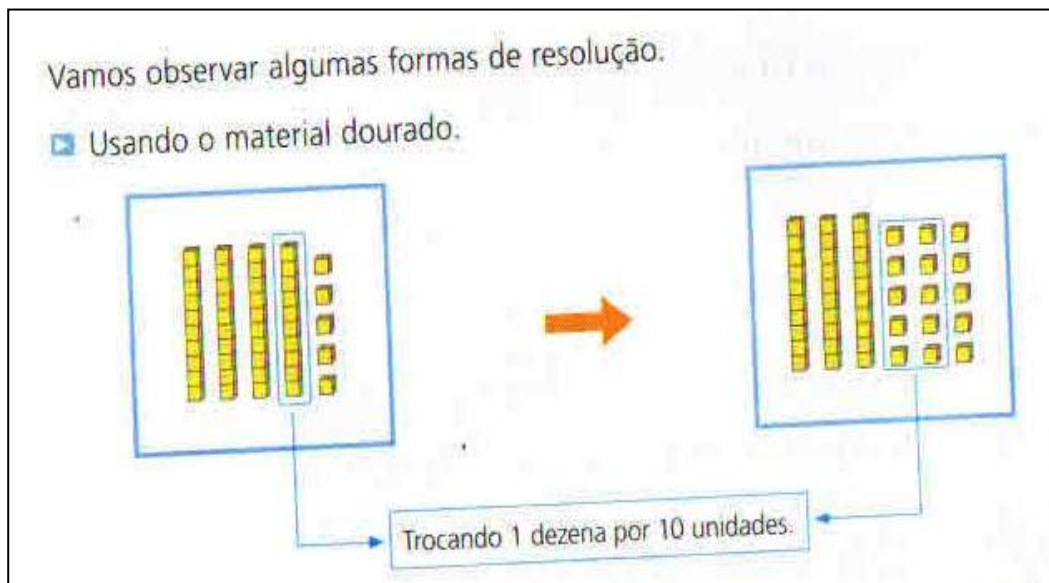
7 Alessandra vai comprar um brinquedo para sua filha. Ela tem as notas e moedas abaixo.



Fonte: Bonjorno; Azenha; Gusmão, 2011

Os algoritmos usuais mostra o trabalho de assimilação do “vai um” “empresta um” que é algoritmizado por meio das ideias mobilizadas no emprego desses ostensivos.

Figura 5 - Material dourado



Fonte: Bonjorno; Azenha; Gusmão, 2011

Cabe destacar que, durante esse estudo, a ideia do reagrupamento é reforçada constantemente. Desse modo, o algoritmo usual é então formalizado no ensino proposto onde a construção da tarefa dessa técnica mostra-se eficaz. Fato que pode ser analisado na afirmação de Kaspary e Bittar (s/d, p.15).

[...] Manipular o material dourado para compreender as ideias de reagrupamento – por exemplo, a troca de 12 cubinhos por 1 barrinha e 2 cubinhos – é válido, interessante e fundamental em momentos introdutórios do estudo desse conceito, porém, a ideia contida na ação de reagrupar deve ser interiorizada para que possa ser mobilizada em outros momentos, como ao se utilizar o algoritmo usual no momento do famoso “vai a um”.

Chevallard (2001) considera que todo aquele que desenvolve a ação de estudar é direcionado pela resolução de um tipo de problema. E conforme o pensamento de Casabó (2001), as tarefas, as técnicas, os elementos descritivos, justificativos e as teorias são construídos para esse processo com base nos objetos não ostensivos, que permitem a existência dos ostensivos institucionalmente apropriados numa percepção visual e ainda os tornam compreensíveis para aqueles que os manipulam. Por essa razão, a autora ressalta que os ostensivos e os não ostensivos afetam todos os componentes que formam uma praxeologia matemática.

Diante do processo de ensino aprendizagem é salutar que o professor observe o material e as metodologias que são proporcionadas nos livros didáticos para que dessa maneira exista um bom desenvolvimento durante o processo de ensino. Conseqüentemente acontecerá um melhor direcionamento na aprendizagem dos

conteúdos e atividades. Podemos observar esses fatores na afirmação Farias (2010, p.2.):

Finalmente, a opção em pesquisar livros didáticos justifica-se com base no pressuposto de que esse material tem um papel importante na atuação do professor e também na orientação das atividades dos alunos. O papel a ser atribuído ao livro está em estrita relação com a questão da formação docente. Não se trata de admitir um recurso que possa determinar a ação docente, pelo contrário, defendemos que o professor deve conduzir a utilização do livro e não deixar ser conduzido por ele. Dessa forma, o professor tem o importante papel de observar a adequação desse recurso à sua prática pedagógica.

Portanto, o livro didático deve ser muito bem organizado tanto para o professor, que o tem como apoio pedagógico, quanto para os alunos, que poderão utilizá-lo para estudar sozinhos. O livro adquire, assim, a função de contribuir para o ensino-aprendizagem. Por isso, ele é considerado um interlocutor, isto é, um componente que “dialoga” tanto com o professor quanto com os alunos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas no livro didático “Pode contar comigo—Alfabetização Matemática” apresentar ao leitor as principais ideias teóricas que norteiam as discussões acerca da utilização e o papel dos ostensivos como instrumento de ensino na alfabetização matemática, propondo diferentes registros no estudo da operação de adição que podem ser trabalhados nos anos iniciais do ensino fundamental.

Nas discussões analíticas realizadas buscamos levantar e analisar informações que possam contribuir na formação inicial de docentes que atuam nessa fase de escolaridade obrigatória, por entendermos a importância da influência destes objetos no contato e construção dos objetos matemáticos. Destacamos assim alguns tipos de tarefas e técnicas propostas, que com frequência aparecem, para o ensino de adição dos números naturais no livro em pauta que quando explorados adequadamente auxiliam no processo de ensino aprendizagem.

Como, por exemplo, o ato de desenhar símbolos “risquinhos” e/ou “bolinhas” para representar quantidades e contá-los, técnica comum utilizada no estudo inicial da operação em questão, e isso não é diferente no livro didático analisado. São apresentados também os ostensivos como dedos, reta numérica, material dourado o uso do ábaco entre outros.

O uso dos algoritmos usuais, que consistem em armar a operação na vertical respeitando o quadro de ordens e efetuar as adições da direita para a esquerda em que se realizam os reagrupamentos de cada casa decimal, são explorados em todo o

conteúdo como instrumento na atividade matemática em conjunto com a proposta de manipulação dos ostensivos.

Por fim, pode ser ressaltado que a responsabilidade de tornar o processo de aprendizagem significativa e prazerosa é do professor, do direcionamento que este profissional realiza em suas práticas pedagógicas. Um aspecto que se revelou importante durante a pesquisa foi a envolvimento dos educadores no sentido de aprender, de pesquisar e refletir sobre como se trabalhar os objetos ostensivos com seus alunos pautados na escolha dos livros didáticos. Além de aprimorar nossos conhecimentos sobre os diferentes conteúdo a serem trabalhados em sala de aula, essa atividade constituiu-se para uma oportunidade de aprender outros conteúdos matemáticos, enquanto realizamos a análise.

O livro didático apresenta-se assim com destaque no cenário educacional, ou seja, desempenha um papel relevante no desenvolvimento das atividades de sala de aula, realizadas pelos professores com seus alunos. Trata-se, portanto, de importante instrumento utilizado pelos professores para o desenvolvimento de suas atividades como docente.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Célia Silva Guimarães. **Psicologia e Construtivismo**. São Paulo: Ática, 2002.
- BONJORNO, Jose Roberto; AZENHA Regina; GUSMÃO Tânia. **Matemática pode contar comigo: Alfabetização Matemática nova edição 3º ano**. São Paulo: FTD, 2011.
- BRASIL. **Referencial Curricular nacional para Educação Infantil**. Ministério da Educação e do Desporto, Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998. Ministério da Educação. Brasília.
- BOSCH, M. Un punto de vista Antropológico: La evolución de los “instrumentos de representación” en la actividad Matemática. **IV Simpósio SEIEMIV** (Huelva 2000). Ponencia invitada al Seminario de Investigación I, “Representación y comprensión” (Versión preliminar, 30-6-2000).
- CASABÓ, Mariana Bosch. Un punto de vista antropológico: la evolución de los “instrumentos de representación” en la actividad matemática. In: **QUARTO SIMPÓSIO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN MATEMÁTICA**. Huelva: Universidade de Huelva, 2001.
- CHEVALLARD, Y; BOSCH, M. Ostensivos e sensibilidade aos ostensivos na atividade matemática. **Recherches en Didatique des Mathématiques**, Grenoble Cedex. France, v.19, n.1, p.77-124, 1999.

CHEVALLARD, Yves; BOSCH, Mariana; GASCÓN, Josep. **Estudar Matemáticas: o elo perdido entre o ensino e a aprendizagem**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.

FARIAS Kátia. O ensino da geometria nos anos iniciais do ensino fundamental: Um problema na formação do professor? X ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO MATEMÁTICA, 2010. **Anais...SBEM**. Salvador: BA, 2010. Disponível em: <http://www.lematec.net/CDS/ENEM10/artigos/CC/T12_CC1259.pdf>. Acesso em: 10 out. 2014.

KASPARY, Danielly; BITTAR, Marilena. **A redução ostensiva no ensino das operações de adição e de subtração em uma coleção de livros didáticos dos anos iniciais**. Caminhos da Educação Matemática em Revista (on line). V. 2n. 1. 2014. Disponível em: <http://aplicacoes.ifs.edu.br/periodicos/index.php/caminhos_da_educacao_matematica/article/view/18/12>. Acesso em: 10 nov. 2014

SOUZA, Denize da Silva. Alfabetização Matemática: Problemáticas e a emergência de novas tendências no processo de formação do educador do ensino fundamental. **III SENAL (Seminário Nacional de Alfabetização e Letramento) & I SEMINÁRIO PNAIC-UFS**. Universidade federal de Sergipe. 2014. Disponível em: <<https://www.sigaa.ufs.br/sigaa/link/public/extensao/viewCursoEvento;jsessionid=E257C9FD16A22E2FB9F33C740AFA9A4A.ema2?id=12292071>>. Acesso em: 10 dez. 2014.



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

RECICLAR E BRINCAR NA EDUCAÇÃO INFANTIL: Criando Cidadãos conscientes e responsáveis com o Meio Ambiente

Aline Amaral Lima Oliveira¹

Cristiane de Paula²

Jeferson Costa Santos³

Josefa Sandra da Silva⁴

Vilma Menezes⁵

RESUMO

As questões ambientais estão cada vez mais presentes no cotidiano do meio escolar, sendo necessária a abordagem da prática pedagógica dentro da realidade local. Neste sentido, seguiu-se o questionamento: Qual a importância da ludicidade no processo de ensino aprendizagem do tema Reciclagem na educação infantil? Para responder esse questionamento o objetivo desta pesquisa foi estimular a criatividade, o raciocínio lógico, a imaginação e a conscientização da necessidade da preservação ambiental e reaproveitamento de materiais recicláveis de forma interdisciplinar nos alunos do quinto período do Externato São Francisco de Assis. O Externato fica em Aracaju/SE e é uma instituição religiosa filantrópica. Através dos conhecimentos prévios dos alunos, da abordagem do tema reciclagem, de atividades lúdicas e da construção de brinquedos a partir de materiais reciclados, aprofundou-se e construiu novos conhecimentos nos educando sobre o meio ambiente e a importância de sua preservação. Este artigo além de caráter educativo pode ser visto também como uma mola propulsora para o desenvolvimento cognitivo e a socialização da criança, ensinando que tudo se transforma e tudo pode ser reaproveitado. Acredita-se que a semente da sensibilização foi plantada com o desenvolvimento deste projeto e os resultados futuros serão observados através de cidadãos conscientes e responsáveis com o meio ambiente, visto que é um tema transversal abordado durante a trajetória escolar e de grande valor social.

Palavras-chave: Educação Infantil. Ludicidade. Reciclagem. Sensibilização.

¹ Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus

² Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus

³ Graduando do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus

⁴ Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus. E mail: josefa_sandracat@gmail.com

⁵ Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus

ABSTRACT

Environmental issues are increasingly present in the daily life of the school, being necessary the pedagogical practice approach within the local reality. In this sense, this was followed by the question: what is the importance of playfulness in the teaching learning process of the Recycling theme in early childhood education? To answer this question the purpose of this research was to stimulate creativity, logical thinking, imagination and awareness of the need for environmental preservation and reuse of recyclable materials of interdisciplinary way in students of the fifth period of the Externato São Francisco de Assis. The non-resident is in Aracaju/SE and is a charitable religious institution. Through the students' previous knowledge, the approach to the theme of recycling activities and building toys from recycled materials, deepened and built new knowledge in educating about the environment and the importance of its preservation. This article Besides educational character can be seen also as a spring propulsion for cognitive development and socialization of the child, teaching that all turns and everything can be reused. It is believed that the seed was planted sensitivity with the development of this project and the future results will be observed through conscious and responsible citizens for the environment, since it is a cross-cutting issue addressed during the school career and of great social value.

Keywords: Early Childhood Education, Playfulness, Recycling, Awareness

1 INTRODUÇÃO

A questão ambiental, no Brasil e no mundo, tornou-se um tema preocupante e amplamente debatido por uma razão simples: necessidade de sobrevivência. As questões lixo, reciclagem e reutilização vêm sendo consideradas cada vez mais urgentes e importantes na sociedade, pois a sobrevivência da humanidade depende da relação estabelecida entre o homem e a natureza na exploração dos seus recursos naturais disponíveis.

O lixo produzido pela sociedade é um dos maiores problemas ambientais da atualidade, pois os hábitos consumistas adotados pela maioria das pessoas e as novas formas de produção da indústria provocam o aumento contínuo e exagerado na quantidade de lixo. O que resulta num enorme desperdício inclusive da inventividade e criatividade além de sérios problemas ambientais, pois o volume de lixo produzido ultrapassa a capacidade de absorção da natureza.

Nesse contexto nosso desejo foi de fazer algo que pudesse provocar o aprendizado significativo, além estimular o pensamento crítico das crianças frente à problemática do planeta Terra, assim propomos um projeto direcionado à reutilização de materiais recicláveis na construção de brinquedos. Considerando que o brincar faz parte do mundo da criança; sendo esta uma atividade natural, espontânea e de auto expressão

da criança se estrutura a proposta do brincar com materiais reciclados, com o intuito de trazer a criança para perto da transformação e da criação, propor-lhe a participação ativa, o fazer e a vontade de lidar com materiais aos quais ela própria dará a forma, inserindo-a na produtividade de cultura e afirmando ainda mais seu direito de brincar, livre e com espontaneidade.

Assim neste artigo buscamos responder o seguinte questionamento: Qual a importância da ludicidade no processo de ensino aprendizagem do tema Reciclagem na educação infantil?

Para responder esse questionamento, o objetivo geral do nosso trabalho foi estimular a criatividade, o raciocínio lógico, a imaginação e a conscientização da necessidade da preservação ambiental e reaproveitamento de materiais recicláveis de forma interdisciplinar nos alunos do quinto período do Externato São Francisco de Assis. Os objetivos específicos foram: (a) Compreender a evolução e a história das intervenções humanas, motivadas pela curiosidade, pela necessidade ou por um desejo de maior conforto; (b) Estimular a capacidade criativa e enriquecer a imaginação, através de Histórias em Quadrinhos e confecções de brinquedos; (c) Criar situações lúdicas de aprendizagem significativa em relação aos brinquedos confeccionados; (d) Estimular a oralidade para conversar, brincar e participar nos diálogos; (d) Conscientizar para a preservação do meio ambiente.

De acordo com Souza (2002, p. 04):

O brinquedo é peça fundamental no quebra-cabeça do desenvolvimento infantil, sendo muito difícil excluí-lo deste processo. Em situações de brincadeira, a criança constrói a consciência de realidade, possibilitando um maior entendimento das relações e fatos sociais reais.

Considerando ainda as ideias de Vygotsky (2003) de que, quanto mais rica a experiência mais abundante deverá ser a fantasia, torna-se bastante importante o incentivo a experiências como o manuseio com diversos materiais e a possibilidade de (re)criação e (re)significação sobre eles, pois, além de ampliar as possibilidades de se dar sentido à vida de um modo geral, gera possibilidades de identificação do sujeito com o mundo em que se insere.

Esse artigo trata de um relato de experiência da prática no Externato São Francisco de Assis, em Aracaju/SE, e se torna uma fonte importante para a reflexão de como se trabalhar um tema de forma interdisciplinar na educação infantil e como despertar as crianças para um tema tão urgente e necessário nos dias atuais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Meio Ambientes e Lixo

A questão ambiental tornou-se um tema preocupante e amplamente debatido em todas as esferas da sociedade frente a crescente degradação ambiental existente. Atualmente um dos grandes problemas ambientais é o volume lixo produzido pela sociedade, que ultrapassa a capacidade de absorção da natureza. O homem, por não saber o que fazer com tanto lixo, acaba dando a ele um destino inadequado, causando degradação da água, do solo, do subsolo e até do ar. Sendo assim é evidente a importância de sensibilizar os humanos para que ajam de modo responsável e com consciência, conservando o ambiente em equilíbrio, pois reflete na qualidade de vida da população global.

Em nossa sociedade, dita moderna e progressista, deveríamos acrescentar mais um adjetivo: “consumista”. Isso decorre do fato que, (é óbvio) consumimos muito. Compramos mais coisas do que realmente necessitamos e consumimos de forma desenfreada. Assim sendo, surgem os seguintes questionamentos: “O que fazer com tanto lixo produzido?”, “como eliminar esses resíduos sem que haja sobrecarga e prejuízos ao meio ambiente?”. É esse pensamento consumista que vem destruindo a própria qualidade de vida do ser humano na Terra.

Na busca cada vez mais de seu desenvolvimento econômico o homem o pensou somente em seu conforto, vendo a natureza apenas como matéria prima para seus caprichos, porém esse desenvolvimento precisava está interligado com o ciclo biológico da natureza, pois se sabe que tudo no qual a natureza produz ela recicla, transforma, fazendo com que ela esteja sempre se renovando. Como é mostrado por Barbieri (2007) no livro *Gestão Ambiental e Empresarial*.

[...] No ambiente natural, as sobras de um organismo são restos que, ao se decomporem, devolvem ao ambiente elementos químicos que serão absorvidos por outros seres vivos, de modo que nada se perde. O mesmo não acontece as sobras das atividades humanas, que serão denominadas aqui genericamente de poluição. A poluição é um dos aspectos mais visíveis dos problemas ambientais. [...] (p. 20-21).

O aumento acelerado da população mundial e o crescimento desordenado das cidades criaram sérios problemas ambientais, por consequência, tornou-se necessário criar políticas públicas para tentar amenizar a degradação ambiental e o lixo urbano, que é uma das maiores preocupações de ordem sanitária e ambiental do administrador de qualquer cidade brasileira. Quaisquer atividades humanas produzem resíduos sólidos, e

esses resíduos sejam doméstico, industrial, hospitalares ou escolares, precisam ter um destino. Sendo público ou privado, o material descartado deve ter um fim que não prejudique o meio ambiente.

Segundo Valle e Pacheco (1999), resíduo sólido urbano são qualquer substância indesejável que não tenha consistência suficiente para fluir por si mesma, não sendo utilizada em sua forma original ou para o processo em que foi gerado. Para a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2004), na NBR 10004, classifica os resíduos como qualquer sobra resultante de atividades de origem industrial, doméstica, hospitalar, comercial, agrícola, de serviço e de varrição.

Em qualquer lugar que direcionarmos os olhos, vemos que os latões ou sacos de lixo estão abarrotados de material reciclável, como garrafas, latas, papel, vidros, etc. Mesmo as regiões afastadas dos centros urbanos estão poluídas com lixo industrial e, se não bastasse, os rios e oceanos recebem continuamente o lixo que é produzido nas cidades. O lixo está se tornando um assunto polêmico, pois a sociedade aos poucos se conscientiza de que não basta jogá-lo fora e esquecê-lo, como se os latões de lixo fossem dar fim ao problema. Como primeira consequência desse fato, poluiu-se o meio ambiente, pela necessidade de livrar-se daquilo que para o homem, é inútil. O modo como é feito o processo de descarte, coleta, tratamento e deposição final dos lixos afeta a vida de toda coletividade.

A capacidade de produzir lixo é inerente à condição humana. De acordo com Fadini e Fadini (2001), a urbanização das cidades, o crescimento populacional e o consumo desenfreado têm contribuído para o aumento de resíduos sólidos urbanos no Brasil. O cuidado com o descarte deste lixo tem crescido com a mesma proporção que a sua produção, tornando fato preocupante as formas incorretas que acontecem na maioria das vezes.

Na busca por achar as respostas à grande parte dos questionamentos atribuídos ao destino dos resíduos sólidos produzidos pela população, poderíamos citar, dentre várias alternativas, a reciclagem que, por si só, pode ser uma das soluções mais exequíveis aos problemas ambientais relacionados com o lixo.

2.2 A Importância da Reciclagem

A reciclagem pode ser definida como uma separação metódica e sistemática de papéis, metais, plásticos, vidros, entre outros, para a sua posterior transformação e

reutilização na fabricação de outros produtos. A reciclagem trata o lixo como matéria-prima a ser aproveitada para fazer novos produtos.

Segundo Valle (1995, p. 71), “reciclar o lixo significa refazer o ciclo, permite trazer de volta, à origem, sob a forma de matéria-prima aqueles materiais que não se degradam facilmente e que podem ser reprocessados, mantendo as suas características básicas”. Assim, em uma escala menor poderíamos dizer que a reciclagem se concretiza em transformar em novo algo que até então, já não teria nenhuma utilidade.

Conseqüentemente, então, concluímos que a reciclagem é a forma mais racional de eliminarmos os resíduos produzidos pela atividade humana, pois todo o material usado retorna para o ciclo de produção, ou então, reutilização, o que ajudaria, e muito, a solucionar o problema do excesso de lixo nos aterros sanitários. A tarefa de conscientização com relação à reciclagem é uma missão de todos nós neste país, já que conseguimos viver e ter todas as nossas necessidades básicas atendidas e, justamente por isso, somos produtores de cada vez mais lixo.

Com essa atitude de reciclar e reaproveitar os resíduos, não se reduz apenas a quantidade de lixo, como também recupera os produtos já fabricados, economiza matéria-prima e energia, cria nas pessoas uma cultura conservacionista, abre novos postos de emprego, além de diminuir a degradação do meio ambiente.

É de suma importância salientar que está muito presente entre nós, a questão ambiental acerca do destino ecologicamente correto dado ao nosso lixo diário. Considera-se cada vez mais urgente e necessário, pois o futuro da humanidade está intimamente relacionado à natureza e ao uso que o homem faz dos recursos naturais faz-se necessário que o ser humano, no uso de sua plena racionalidade, procure alternativas mais lógicas e efetivas para tratar, reaproveitar, minimizar ou até eliminar a geração de resíduos.

2.3 Importância da Educação Ambiental

A Educação Ambiental é uma das ferramentas de orientação para a tomada de consciência dos indivíduos frente aos problemas ambientais, por isto sua prática faz-se importante para solucionar ou diminuir o problema do acúmulo de resíduos sólidos. É evidente a importância de sensibilizar os humanos para que ajam de modo responsável e com consciência, conservando o ambiente saudável no presente e para o futuro. Na forma proposta, estes conteúdos de Meio Ambiente segundo Czapski (1997, p. 103):

Ajudariam os alunos a construir uma consciência global das questões relativas ao meio, para que possam assumir posições afinadas com os valores referentes à sua proteção e melhoria. Eles aprenderiam a reconhecer fatores que produzem o real bem estar, desenvolvendo um espírito de crítica às induções do consumismo e um senso de responsabilidade e solidariedade no uso dos bens comuns e recursos naturais, de modo a respeitar o ambiente e as pessoas da comunidade.

A autora traz como exemplo um alerta, que está no livro dos Parâmetros Curriculares Nacionais - PCN's: não basta o que se propõe em sala de aula, o convívio social da criança é determinante para o aprendizado de valores e atitudes, como, por exemplo, o que fazer com o lixo. O trabalho pedagógico com questão ambiental para o Ensino Fundamental centra-se no desenvolvimento de atitudes e posturas éticas e no domínio de procedimentos, mais do que na aprendizagem escrita de conceitos. Cabe lembrar aqui, que todo esse processo está inserido na educação do ser humano como um todo e, nesse aspecto conforme aborda Carvalho (2001, p. 189).

Ao constituir-se como prática educativa, a Educação Ambiental - EA também se filia ao campo da educação propriamente dito e é da confluência entre o campo ambiental e algumas tradições educativas que vão surgir orientações específicas dentro da EA. Contudo, essa interseção entre o ambiental e o educativo, no caso da EA, parece se dar mais como um movimento da sociedade para a educação, repercutindo no campo educativo parte dos efeitos conquistados pela legitimidade da temática ambiental na sociedade. A educação – um campo altamente sensível às novas demandas e temáticas sociais – incorpora a preocupação ambiental em seu universo propriamente educacional, transformando-a em objeto da teoria e da prática educativa.

Dessa forma, a Educação Ambiental se configuraria, talvez, como o único destino que poderia conduzir a humanidade a adquirir a devida percepção do mundo que a cerca, a fim de examinar e julgar toda a temática que envolve o meio ambiente, resgatando então, a tão almejada qualidade de vida.

2.4 O Brincar através da Reciclagem

Assuntos voltados a educação ambiental devem ser abordados no meio escolar e na educação infantil não deve ser diferente. Atualmente, grande parte das crianças não têm contato direto com a natureza, já nascendo na era da poluição e acabam por achá-la natural, não preservando o que não conhece. Logo, há essa necessidade, de aproximá-las à natureza.

Para que a educação ambiental não se torne um aprendizado meramente informativo lógico, é importante o uso da ludicidade para que aja uma atração da criança pelo assunto a ser abordado, tornando prazerosa a sua participação. Como cita Barcelos (2008), novas alternativas metodológicas na educação em geral, como na educação ambiental em particular, precisam de um envolvimento afetivo, lúdico, amoroso.

A partir da educação infantil caracterizada pelos primeiros anos de convívio escolar, é importante a consciência da capacidade de que os alunos possam aprender diversos tipos de conhecimentos, muitos deles ligados a brincadeira, ao lúdico, pois é importante que o professor na educação infantil desenvolva diversas atividades práticas, pois é necessário que seja priorizada atividades motoras, que estimulem o desenvolvimento psicomotor, fazendo uso também da lateralidade. Segundo Carvalho (2007, p. 3)

As culturas infantis são constituídas por um conjunto de formas, significados, objetos, artefatos que conferem modos de compreensão simbólica sobre o mundo. Ou seja, brinquedos, brincadeiras, músicas e histórias que expressam o olhar infantil, olhar construído no processo histórico de diferenciação do adulto. Os brinquedos e brincadeiras elaborados e vivenciados pelas crianças ao longo da história da humanidade são, portanto, objeto de estudo que surgem à medida que entendemos a infância como categoria geracional sociologicamente instituída produtora de uma cultura própria.

Assim, ao pensar nas atividades relacionadas do projeto foi levada em consideração a importância que o brincar tem na vida da criança, o quanto pode ser imprescindível no ambiente escolar e no auxílio da compreensão da temática. Atingindo assim a proposta interdisciplinar do trabalho que era relacionar o meio ambiente, a reciclagem e o brincar.

A importância do brincar na educação infantil não está somente relacionada a brinquedos fabricados em indústrias, está relacionada a atividade bem elaborada, de forma que qualquer que seja o material usado tenha-se objetivos e contextualização com a realidade dos educando. O brinquedo-sucata permite a quem brinca desvendá-lo, (re)significá-lo, pois é um objeto que possui inúmeros sentidos que não são óbvios e nem estão evidentes. Como afirma Machado (1995, p. 27)

[...] enquanto usa, manipula, pesquisa e descobre um objeto, a criança chega às próprias conclusões sobre o mundo em que vive. Quando puxa, empilha, amassa, desamassa e dá nova forma, a criança transforma, brincando e criando ao mesmo tempo. Poder transformar, dar novas formas a materiais como quiser, propicia à criança instrumentos para o crescimento saudável, que a estimulam a explorar o mundo de dentro e o mundo de fora, dando a eles nova forma, no presente e no futuro, a partir de sua experiência.

Os brinquedos recicláveis são capazes de proporcionar diversão às crianças e contribuir com a preservação do meio ambiente, já que nos dias de hoje se fala tanto em qualidade de vida e sustentabilidade, é importante passar para os alunos a importância da utilização do material reciclável, e mostrar que nem tudo realmente é lixo. Nesse contexto Souza (2002, p. 4) afirma:

Quando partilhamos com a criança a reinvenção de um brinquedo, estamos também levando-a descobrir o encanto nas coisas simples e recicláveis. Isso é muito mais que uma nova forma de brincar: a criação de brinquedos com sucata é uma proposta de mudança na forma de ver as coisas, é um convite para uma

pequena aventura. Aventura que expõe as potencialidades da criança, afeta suas emoções, põe à prova suas aptidões e testa seus limites. O ato de criar brinquedos com materiais recicláveis de diferentes naturezas permite à criança descobrir as diferentes propriedades e características do lixo. E aqui o erro é parte importante do processo de descoberta. O brinquedo, em especial é concebido como suporte da brincadeira o objeto torna-se brinquedo quando assume uma função lúdica, ou seja, quando a criança reveste esse objeto de um significado que é sempre social, podendo agregar arte, educação, cultura e cidadania.

Nos tempos atuais é imprescindível que a educação de forma interdisciplinar aborde o meio ambiente para que as crianças conheçam e valorizem as leis da natureza, e acima de tudo, aprendam a cuidar dos nossos recursos naturais, promovendo o desenvolvimento sustentável. Dessa forma, almeja-se uma reflexão orientada sobre o lixo e o seu reaproveitamento, contribuindo para revisão de valores e a adoção de práticas mais cidadãs, através da produção de brinquedos com materiais reciclados.

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi uma pesquisa-ação de caráter qualitativo, utilizada em projetos de pesquisa educacional, onde os pesquisadores estão em condição de produzir informações e conhecimentos de uso mais efetivo, o que promoveria condições para ações e transformações de situações dentro da própria escola. De acordo com Elia e Sampaio (2001, p. 3)

Pesquisa-ação é uma forma de investigação baseada em uma autorreflexão coletiva empreendida pelos participantes de um grupo social de maneira a melhorar a racionalidade e a justiça de suas próprias práticas sociais e educacionais, como também o seu entendimento dessas práticas e de situações onde essas práticas acontecem. A abordagem é de uma pesquisa-ação apenas quando ela é colaborativa.

Com uma intervenção pedagógica do projeto interdisciplinar “Aprendendo e Brincando com o Meu Ambiente”, onde o tema escolhido foi “Meu brinquedo com material reciclado”. O trabalho foi desenvolvido no Externato São Francisco de Assis (ESFA), situado na Avenida Dr. Edésio Vieira de Melo, número 585, bairro Suissa, em Aracaju, Sergipe, no dia 28 de outubro de 2014 com os alunos da faixa etária de cinco anos.

O trabalho foi construído tendo como base a visão construtivista, levando em consideração os conhecimentos prévios. No construtivismo o aluno é considerado um ser ativo, ator principal na construção dos conhecimentos Assim as atividades foram planejadas para o desenvolvimento e aprendizagem, valorizando a brincar na educação infantil. Na pesquisa, trabalhamos com atividades que possibilitaram o desenvolvimento da sensibilidade e a criatividade dos alunos, de modo que houve uma mudança de atitude. (MIRAS, 2006).

3.1 Caracterização do local da pesquisa

O Externato é uma sociedade civil sem fins lucrativos, caracterizada como instituição educacional religiosa e foi fundado em 04 de março de 1964, com o objetivo de atender crianças em situação de vulnerabilidade social. “[...] A missão do ESFA é a formação integral de crianças, a fim de contribuir para o desenvolvimento local, através das bases do humanismo, inovação pedagógica e compromisso de toda a comunidade” (EXTERNATO, 2014).

A instituição é mantida através de contribuições por parte de amigos, colaboradores e pessoas que acreditam no trabalho do Externato. Atualmente o Externato atende 96 crianças, sendo deste montante, 48 meninas e 48 meninos. As crianças estão divididas em três períodos, de acordo com sua idade, que varia de três a cinco anos.

3.2 Desenvolvimentos das Atividades

Iniciamos o primeiro momento com uma dinâmica chamada “O Garotinho Chamado Amor” onde desenvolvemos a interação do grupo com os alunos, e após a dinâmica, iniciamos a apresentação da temática por meio de uma roda de conversa, onde se buscou sondar os conhecimentos prévios quanto à temática a ser abordada “lixo e reciclagem”, verificando o que os educando entendiam por reciclagem e o que significava o meio ambiente no senso comum de cada um. Através de perguntas norteadoras para ação pedagógica como: Para onde vai o brinquedo velho ou quebrado e os demais objetos produzidos pelo homem? O que é lixo? O que tem no lixo? É possível reutilizar o lixo? Você imagina um brinquedo com “lixo”? Quantas sacolas de lixo papai e mamãe jogam fora? Foram feitas algumas considerações e reflexões sobre a questão ambiental.

No terceiro momento o conteúdo foi ministrado através de um vídeo educativo intitulado “É preciso Reciclar” da turma da Mônica, que aborda o reaproveitamento do lixo. Em seguida fizemos algumas considerações sobre o assunto tratado. Depois com base no vídeo e nas informações fornecidas, as crianças produziram desenhos de conscientização para os pais e colegas que foram pendurados na sala de aula.

No quarto momento realizamos a exibição do vídeo “História dos materiais recicláveis” também da turma da Mônica. Após a exibição fizemos algumas considerações sobre o tema tratado com perguntas tipo: Vocês sabem do que estes brinquedos são

feitos? Vocês imaginam um carrinho de brinquedo com outro material? Será que sempre foram assim de plástico?

Na sequência iniciamos a confecções de brinquedos com material reciclado, auxiliando cada criança na construção do seu próprio brinquedo (pipa, sopra bolhas e bilboquê). Finalizamos o projeto com as atividades proposta na prática, ou seja, a utilização dos materiais reciclados que se tornaram brinquedos, onde alunos tiveram oportunidade de brincar com o material confeccionado e depois seguimos para o momento do lanche e recreação com o material produzido, resgatando a ludicidade e valores culturais compostos nas brincadeiras.

Sabemos que nos Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1997) é sugerida a necessidade de ser trabalhada na educação do país temas transversais, e dentre estes está o tema meio ambiente, sendo assim, foram planejadas atividades construtivas dentro da realidade da escola e dos educando.

Durante o projeto foi abordado às consequências das atitudes irresponsáveis das pessoas ao meio ambiente por meio do lixo jogado em locais inadequados, e como podemos reverter essa realidade através de novas atitudes. Dentro dessa perceptiva colocamos as crianças em posição de responsabilidade pelo ambiente em que vivem através de atividades, em que individualmente produziram matérias de conscientização sobre os destinos de cada tipo de lixo existentes e como reutilizá-los, com a finalidade de não agredir o meio em que vivemos. Segundo Currie (2000, p. 98) “o ser humano gosta de desafios, e precisamos utilizar toda a criatividade à nossa disposição para tentar amenizar os problemas que estão ameaçando o Meio Ambiente”.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A prática foi desenvolvida na visão construtivista, ou seja, foram considerados os conhecimentos prévios dos alunos do Externato São Francisco de Assis, pois a partir destes conhecimentos é que se constroem novos conhecimentos significativos. No construtivismo o aluno é considerado um ser ativo, ator principal na construção dos conhecimentos. Assim Piaget (1999) nos mostra que cada um de nós tem os próprios esquemas de assimilação, mecanismos interiores para a apreensão do que os sentidos e a mente alcançam. Cada indivíduo lê o mundo a seu modo, e o ajusta aos próprios esquemas de assimilação. Diante das relações estabelecidas a apropriação do saber e do conhecimento se dá na interação do sujeito consigo, com os outros sujeitos e com o

objeto do conhecimento. Essa construção e a reconstrução do conhecimento é o princípio básico do construtivismo.

No presente trabalho, a roda de conversa foi utilizada como um recurso para conhecer os argumentos dos alunos sobre as questões propostas para discussão a roda de conversa é uma metodologia bastante utilizada nos processos de leitura e consiste em um método de participação coletiva de debates acerca de uma temática, através da criação de espaços de diálogo, nos quais as crianças podem se expressar e, sobretudo, escutar os outros e a si mesmos. Tem como principal objetivo motivar a construção da autonomia das crianças por meio da problematização, da socialização de saberes e da reflexão voltada para a ação. Envolve, portanto, um conjunto de trocas de experiências, conversas, discussões e divulgação de conhecimentos entre os envolvidos nesta metodologia (FREINET, 1991).

A dinâmica “Garotinho Chamado Amor” (figura 1) foi aplicada como forma de melhorar o entrosamento, onde conseguimos atrair a atenção das crianças, gerando interação entre elas e os autores. A dinâmica consistiu na leitura de texto pelos professores, onde havia palavras destacadas que ao serem lidas representava uma ação a ser cumprida pelos alunos. Com isso, tivemos um melhor diálogo e aproximação no decorrer das outras atividades.

Figura 1 - Dinâmica de descontração “Garotinho Chamado Amor” em roda de conversa.



Fonte: Produção das próprias autoras

Com a introdução do tema e explanação dos conhecimentos prévios tivemos ótimos resultados sobre a temática e constatamos que as crianças já possuíam um pré-conhecimento sobre o tema, como podemos ver na fala de um dos alunos ao ser questionado sobre o que era reciclagem: “Reciclagem é fazer a arte com o lixo”. Desta forma, tivemos apenas de aprofundar os conceitos pré-existentes e construir novos

esquemas, mediante ao novo conhecimento. Assim, conclui Miras (2006), é graças aos conhecimentos prévios do aluno que este pode fazer uma leitura inicial do novo conteúdo, atribuindo-lhe um primeiro nível de significado para então iniciar seu processo de aprendizagem.

Percebeu-se o interesse das crianças pelo assunto e foram considerados alguns conhecimentos do senso comum. Deste modo direcionamos o projeto a fim de conduzir o aluno a compreender, a dar significado e a fazer a conexão da disciplina com todas as áreas do conhecimento, levando o conhecimento não sistematizado ao encontro do conhecimento acadêmico, isto é, o que o aluno já conhece se une às investigações para novos conhecimentos (QUERINO, 2003).

De acordo com Freinet (1991), a livre expressão traz como fundamento o respeito e a valorização da maneira como cada criança pronuncia o mundo, seja por meio da fala ou de outras linguagens que compõem suas relações sociais e culturais (desenho, pintura, escrita, música). Enfatiza o diálogo, considerando a fala dos alunos, como “indicadores” para as práticas educativas, pois possibilita condições necessárias para que os alunos sejam sujeitos ativos de suas aprendizagens. Após o desenvolvimento do tema foi passado dois vídeos sobre o tema reciclagem, onde foi reforçado tudo o que havia sido apresentado aos alunos.

Em seguida, partimos ao momento dos alunos colocarem em prática tudo o que assimilaram durante a aplicação da parte teórica do projeto através de desenhos (figura 2).

A arte de construir brinquedos usando sucata poderá vir a ser a atividade lúdica que mais resultados poderão fornecer a formação de indivíduos únicos e autênticos, seres preparados para as incertezas de um futuro que logo se aproxima na construção das noções de responsabilidades com o meio ambiente. Conforme afirma Sole (1992, p. 37) “A concepção de um brinquedo implica reflexão, percepção e observação do objeto com o qual seja possível brincar ou jogar”.

Figura 2 - atividade de fixação (desenho)



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 3 - Confeção dos brinquedos.



Fonte: Produção das próprias autoras

O brinquedo é entendido como o objeto de construção de conhecimentos significativos na educação infantil o qual o professor é o mediador entre o aluno e o objeto de aprendizagem, de uma maneira simples barata e divertida de educar e ajudar na formação, facilitando na internalização das regras e valores. Somente na prática o aluno poderá perceber que é parte integrante e agente, transformador do meio humano, contribuindo para melhorá-lo, além de sentir a importância individual e coletiva na preservação do meio ambiente, como meio de vida e saúde.

Após os brinquedos prontos os alunos tiveram um momento de interação onde puderam socializar com as outras crianças os materiais produzidos por eles e também puderam brincar com os brinquedos fabricados, fazendo com que eles percebessem através da construção desse material que nem tudo que as pessoas jogam fora é realmente lixo.

Após os brinquedos prontos os alunos tiveram um momento de interação onde puderam socializar com as outras crianças os materiais produzidos por eles e também puderam brincar com os brinquedos fabricados, fazendo com que eles percebessem através da construção desse material que nem tudo que as pessoas jogam fora é realmente lixo.

Diversos autores salientam a importância da ludicidade e do afeto no processo de construção do conhecimento. Queiroz (2004, p. 9) coloca que “o amor não é o contrário do conhecimento e pode tornar-se alegria, prazer de compreender”. Sendo assim, os educando tiveram a oportunidade de adquirir experiências práticas e significativas no contexto escolar, tendo como base a realidade em que estão inseridos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O lixo é um elemento presente na vida de qualquer pessoa, sendo um ótimo tema a ser trabalhado com os alunos, de forma interdisciplinar, objetivando conscientização e a mudança de atitudes dentro e fora da sala de aula. Nesta perspectiva, buscou-se abordar conhecimentos que promovessem mudanças de hábitos sobre o lixo, seu descarte correto e os cuidados do mesmo em relação ao meio ambiente, como também desenvolver habilidade cognitiva com atividades, enfatizando a relação entre o lixo e reciclagem.

Entendemos que o projeto proporcionou a todos os envolvidos, reflexões importantes sobre a relação do ser humano e o meio ambiente, de forma crítica e contextualizada. A atuação foi o de sensibilizar sobre a importância da preservação do meio ambiente e principalmente do espaço em que estamos inseridos, além do desenvolvimento das crianças e do processo ensino aprendizagem de uma forma consciente e divertida. Na educação, desenvolvendo ações pedagógicas simples com utilização do lixo reciclável, que é um material de baixo custo e de grande utilidade na construção significativa destes brinquedos. Diante disso, brinquedos de sucata e a construção destes pelas crianças têm sido valorizados, pois articulam o lúdico e os materiais recicláveis com o ambiente de forma satisfatória, contribuindo para o desenvolvimento da consciência ambiental.

Desde muito cedo a criança tem a oportunidade de estar inserida em ambiente alfabetizador, seja através de letras e números, ou também por meio de brincadeiras que estimulem aprendizagem que tornarão essas crianças agentes transformadores da realidade, adultos críticos em relação ao meio que fazem parte. Observou-se a importância do brincar para a aprendizagem da criança na educação infantil, a relação que a mesma faz com o concreto, pois o projeto foi desenvolvido com intenções lúdicas e práticas para melhor desempenho e interesse dos alunos na proposta. Acredita-se que os objetivos foram alcançados e a semente foi plantada com o projeto desenvolvido.

REFERÊNCIAS

ABNT. **NBR 10004**: classificação de resíduos sólidos, Rio Janeiro, 2004.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial**: Conceitos, Metodologias e Instrumentos. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

BARCELOS, Valdo. **Educação Ambiental**: sobre princípios, metodologias e atitudes.

Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: meio ambiente e saúde.** Brasília, DF: MEC/SEF, 1997.

CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Educação Ambiental: A formação do sujeito ecológico.** São Paulo: Cortez, 2001.

CARVALHO, Levindo Diniz. **Educação de crianças de 0 a 6 anos.** Belo Horizonte: UFMG, 2007.

CZAPSKI, Sílvia. **A implantação da educação ambiental no Brasil.** Brasília: MEC/UNESCO, 1997.

CURRIE, K. **Meio Ambiente: Interdisciplinaridade na prática.** Campinas, SP: Papirus, 2000.

ELIA, M.F., SAMPAIO, F.F. Plataforma Interativa para internet (PII): Uma proposta de Pesquisa-Ação a Distância para professores. XII SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO. 2001. **Anais...SBIE**, Vitória:ES. 102-109, 2001. Disponível em: < <http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/index>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

EXTERNATO SÃO Francisco de Assis. **História e Missão.** Disponível em: <<http://www.esfaaracaju.com>>. Acesso em: 23 jul. 2014.

FREINET, Célestin. **Educação pelo trabalho.** São Paulo: Martins Fontes, 1998.

FADINI, Pedro Sergio. FADINI, Almerinda A.B. Lixo: desafios e compromissos. **Cadernos Temáticos de Química Nova na Escola.** São Paulo, USP, n. 01, p. 9-18, maio 2001.

MACHADO, Marina M. **O brinquedo-sucata e a criança: a importância do brincar, atividades e materiais.** 2. ed. São Paulo: Loyola, 1995.

MIRAS, M. O ponto de partida para a aprendizagem de novos conteúdos: os conhecimentos prévios. In: COLL, C. **O construtivismo em sala de aula.** São Paulo: Editora Ática, 2006.

PIAGET, JEAN. **Seis Estudos de Psicologia** RJ, Forense-Universitária, 1999.

QUEIROZ, Tânia Dias. **Atividades práticas de dinâmicas de grupo e sensibilizações: educação infantil e ensino fundamental.** 1 ed. São Paulo: Rideel, 2004. (Coleção pedagogia lúdica)

QUERINO, Magda Maria de Freitas. **Currículo da educação básica das escolas públicas do Distrito Federal.** 2003. Disponível em: <<http://www.se.df.gov.br/subsecretarias/subep/EducacaoInfantil/curriculo.infantil.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2014.

SOLÉ, M. de Borja. **O jogo infantil: organização das ludotecas.** Lisboa: Instituto de

Apoio à Criança, 1992.

SOUZA, Ingobert Vargas de. **Programa Sócio Educativo**: Oficina de Contação de História e Construção de brinquedos de Brinquedos Usando Sucata. 2002. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/congrext/Educa/Educa143.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2014.

VALLE, Cyro Eyer. **Qualidade ambiental**: como ser competitivo protegendo o meio ambiente. São Paulo: Pioneira, 1995.

VALLE, M. A.; PACHECO, A. Resíduos sólidos de Santo André. **Associação Brasileira de Limpeza Pública**, São Paulo, p. 27-34, 10 abr. 1999.

VYGOTSKY, Lev. **A formação social da mente**. 1. Ed. São Paulo: Martins Fontes. 1991



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

SUSTENTABILIDADE NA ESCOLA¹

Claudia da Silva²

Sandra Maria dos Santos Bezerra³

RESUMO

Este artigo consiste em conscientizar os alunos do Terceiro Ano do Ensino Fundamental da rede privada de ensino do Município de Aracaju/SE sobre desenvolvimento de atitudes em relação ao descarte do lixo. Teve como objetivo geral promover o envolvimento dos alunos, professores, pais e da comunidade em defesa da sustentabilidade do nosso planeta. A questão de pesquisa foi: As aulas ficam mais dinâmicas e os alunos integrados, refletem, questionam e constroem com o saber do outro? O trabalho de conscientização da destruição do meio ambiente na escola é resgatar a necessidade de conciliar a teoria com a prática na sala de aula, garantindo, assim, o futuro do planeta e da humanidade. Desta forma, desenvolveremos a percepção de que tudo está interligado. Ao final do estudo percebemos que foi única cada experiência vivida. As aulas ficaram mais dinâmicas, os alunos integrados, refletiam, questionavam e construíam conhecimento com o saber do outro, descobrindo que ser um cidadão é tornar-se mais consciente de seu papel na sociedade, com o conhecimento de seus deveres em relação ao planeta.

Palavras-Chave: Lixo. Meio ambiente. Reciclagem. Reutilização.

ABSTRACT

This article was to educate the students of the third year of elementary school to a private school on developing attitudes toward garbage disposal. Aimed to promote the involvement of students, teachers, parents and the community to defend the sustainability of our planet. The research question was: classes are more dynamic and integrated students, reflect, question and build with the knowledge of the other? The awareness of the destruction of the environment in school is to rescue the need to reconcile theory with practice in the classroom, thus ensuring the future of the planet. In this way, we will have a sense that everything is interconnected. At the end of the study, we realized that it was only every experience. The classes became more dynamic, integrated, students reflect, question and built the knowledge of the other, discovering that being a citizen is becoming

¹ Artigo elaborado como atividade da disciplina Fundamentos e Metodologia do Ensino de Ciências da Faculdade Amadeus.

² Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus

³ Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Amadeus

more aware of their role in society, having the knowledge of their duties in relation to the planet.

Keywords: Trash. Environment. Recycling. Reuse.

1 INTRODUÇÃO

A educação está altamente atrelada às atitudes sociais e a escola é tida como base para formação de indivíduos conscientes e responsáveis. Portanto, um aprendizado focado na sustentabilidade ambiental pode gerar cidadãos preocupados com os problemas ambientais e com suas devidas soluções. Mas para isso, é preciso difundir a importância da sustentabilidade na escola e como ela interfere na formação dos alunos, desde a Educação Infantil até o Ensino Superior.

Algumas instituições trabalham em seu currículo o tema ecologia e educação ambiental, mas a didática difere de uma para outra, sendo que certas escolas viram modelos ao darem exemplos de cidadania e sustentabilidade, dentro e fora do circuito escolar. Mas, infelizmente a sustentabilidade na escola ainda é pouco difundida, a maioria não se dá ao luxo de desenrolar o assunto diariamente, às vezes abordam a questão apenas uma vez por ano, quando promovem a Semana da Ecologia e do Meio Ambiente. Durante esse período têm-se palestras, debates e gincanas. Passada a euforia, volta tudo ao normal, que é preocupação mínima com a natureza. No entanto, a escola é apenas uma parte desse processo. O governo também tem que cumprir seu papel e aplicar essas práticas educativas nas escolas públicas, seja através da implementação de matérias voltadas para o cuidado ambiental ou de projetos focados em sustentabilidade.

Na teoria, a educação ambiental ensina como deve ser feita a coleta seletiva, a importância de se preservar a natureza e como utilizar os recursos naturais de forma responsável. Porém, a teoria não basta, é preciso que os estudantes vejam na prática o que aprendem no dia a dia. Atividades extracurriculares como visita a depósitos de reciclagem, plantio de árvores e ações comunitárias, ajudam a desenvolver a cidadania das crianças. E sempre que for introduzido um novo assunto na educação escolar é preciso que se faça uma pesquisa sobre os recursos, a qualidade e a metodologia que serão utilizados na abordagem do tema, pois, desse modo, o aluno aprende de forma clara e precisa.

A sustentabilidade na escola, então, pode formar cidadãos conscientes sobre os problemas do meio ambiente. Mas para que haja essa formação e ocorra uma mudança

real da situação é imprescindível a união do governo, da sociedade e da escola. Afinal “uma andorinha só não faz verão”.

A Educação Ambiental é muito mais do que conscientizar sobre o lixo, a reciclagem e a poluição. É trabalhar situações que possibilitem à comunidade escolar pensar propostas de intervenção na realidade que os cerca. Ela será o elo entre todas as disciplinas, que favorecerá a valorização da vida e, conseqüentemente, do meio ambiente. Entendemos que na criança é mais fácil desenvolver a sensibilidade, o gosto e o amor pela natureza, já no adulto, é preciso desenvolver o respeito.

Esse artigo teve como objetivo promover o envolvimento dos alunos, professores, pais e da comunidade em defesa à sustentabilidade do nosso planeta. Portanto questionamos: As aulas ficam mais dinâmicas e os alunos integrados, refletem, questionam e constroem com o saber do outro? Com esta finalidade, desenvolvemos um projeto didático, no Terceiro Ano do Ensino Fundamental de uma escola da rede particular de ensino do Município de Aracaju SE, para conscientizar os alunos sobre desenvolvimento de atitudes em relação ao descarte do lixo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O termo meio ambiente pode ser conceituado como o local onde se vive, e apresenta características e condicionamentos geofísicos. É essencial que cuidemos do ambiente em que vivemos para garantir a nossa sobrevivência. O meio ambiente é transformado conforme a evolução dos seres que nele vivem e da forma como é tratado. Segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL,1997), a perspectiva ambiental consiste num modo de ver o mundo, no qual se evidenciam as inter-relações e a interdependência dos diversos elementos na constituição e manutenção da vida. À medida que a humanidade aumenta sua capacidade de intervir para satisfação de necessidades e desejos crescentes, surgem tensões e conflitos quanto ao uso do espaço e dos recursos.

Lixo, na linguagem técnica, é sinônimo de resíduos sólidos e é representado por materiais descartados pelas atividades humanas. Consideramos lixo todo e qualquer material descartado, proveniente das atividades humanas, domésticas, sociais e industriais. Normalmente, definimos como aquilo que não se quer mais. Atualmente, tem-se utilizado o termo resíduo sólido no lugar da palavra lixo, visto que tal termo tem uma conotação pejorativa, de sujo, de sujeira. Na natureza, praticamente não há lixo, pois

todas as substâncias são reaproveitadas, e o que pode ser considerado lixo por uma espécie, é uma riqueza para outras. (COSTA, 2010).

Entretanto, enquanto a natureza é eficiente em reaproveitamento e reciclagem, os homens são eficientes em produzir lixo. Devido ao aumento populacional, houve uma mudança na quantidade e no tipo de lixo que geramos, exigindo-se um aumento na produção de alimentos e bens de consumo direto, o que provocou maior incremento no número de indústrias. O homem, na tentativa de atender a essa demanda, transforma mais matérias-primas em produtos acabados, produzindo, assim, mais lixo, que é descartado inadequadamente. Geram-se, assim, consequências graves para o meio ambiente.

James (1996, p. 8) afirma o seguinte:

Os ciclos naturais de decomposição e reciclagem podem aproveitar o lixo humano. Contudo, uma grande quantidade desta sobrecarrega o sistema. O problema se agrava porque muitas das substâncias manufaturadas pelo homem não são biodegradáveis, isto é, não se decompõem facilmente. Vidros, latas e alguns plásticos levam muitos anos para se decompor.

É necessário revermos os nossos valores, é preciso reciclar nosso modo de viver, produzir, consumir e descartar; para isso devemos reduzir o consumo de materiais que têm um tempo de decomposição longo, reutilizando-os e reciclando-os. Vivemos numa sociedade acostumada ao consumismo, a comprar e descartar sem limite; por isso devemos reduzir ao máximo os nossos hábitos de consumo. Por exemplo, é possível comprar alimento numa embalagem maior e única, em lugar de embalagens pequenas. (ABRELPE, 2008,)

Podemos conceituar reciclagem como o termo genericamente utilizado para designar o reaproveitamento de materiais beneficiados como matéria-prima para um novo produto. O material reciclado pode ser usado na função original ou na criação de novos materiais. Este termo geralmente é utilizado para indicar quando o material poderá ser utilizado novamente sem perder suas características. Existem muitos materiais que podem ser reciclados ou reutilizados. Através da reciclagem podemos minimizar a utilização das fontes naturais, que geralmente não são renováveis, além de diminuir a quantidade de resíduos gerados e da energia gasta para produzir o mesmo produto através dos recursos naturais. (ABRELPE, 2008,)

Segundo Espinoza (2010), ao ensinar conteúdos de ecologia, é importante comunicar uma ideia central: a complexidade do sistema em estudo. Entretanto, na escola, costuma-se apresentar cadeias alimentares como relações lineares entre populações de diferentes espécies, sem incluí-las na complexa rede de relações que a

busca de alimento envolve. Também não se costuma dizer que as cadeias não existem na natureza do modo que são apresentadas em sala de aula, e que – na verdade – constituem uma construção humana elaborada com o objetivo de permitir determinada análise.

Portanto, não se menciona o fato que flutuações no número de indivíduos de uma população possam afetar outra com a qual ela não está diretamente relacionada por meio dessa cadeia estabelecida. Também se esquece de que um ecossistema é a modelagem de um sistema complexo que recortamos da realidade para uma melhor compreensão de seu funcionamento. A delimitação do sistema não é feita a priori nem acompanhada, necessariamente, os limites geográficos do lugar; é, na verdade, uma decisão que se toma em função do problema que se investiga. (ESPINOZA, 2010).

Para interpretar esse funcionamento é preciso considerar e selecionar um número significativo de variáveis, assim como analisar as inter-relações que se produzem entre elas para o estudo de um problema que a realidade propõe. Essa consideração supõe que também será necessário conceber situações que permitam isolar componentes desses sistemas complexos para aprofundar a análise e interpretar seu funcionamento. É importante ter em mente que uma excessiva simplificação dos temas ensinados exclui, muitas vezes, a possibilidade de entender de que maneira o conhecimento pode ser um recurso de interpretação. Assim, a degradação do planeta normalmente é atribuída apenas à ignorância ou à mesquinhez humana e não explica a dificuldade de se encontrar uma saída para os problemas ambientais. Omite-se, não intencionalmente, que mais de 90% das espécies que existiriam na Terra desapareceram antes mesmo da existência do homem em sua superfície. (Espinoza, 2010).

O nosso projeto complementou a necessidade de pequenos atos, que foram responsáveis por grandes transformações que devem ser assumidos por todos nós. Criamos situações em que os alunos fossem em busca de pesquisas, trazendo para a escola informações sobre cada tipo de material do vidro, plástico, metal e papel. Com essas pesquisas em mãos construímos um belíssimo papel informativo.

3 SEQUÊNCIA DIDÁTICA

Iniciamos com todos sentados em uma grande roda em volta de um TNT. Então, separamos os resíduos, que tinham sido coletados, em grupos de metais, vidro, plástico e

papel e, em seguida, organizamos um painel com textos e imagens das pesquisas que tinham sido feitas na internet.

Professora – *Nosso painel está pronto. Agora quero que vocês anotem no caderno um pequeno texto sobre a reciclagem de materiais.*

Alunos – *Posso escrever o que foi que eu aprendi professora?*

Aluna T.H. – *Eu aprendi que reciclar materiais é muito divertido, por exemplo, com garrafa pet e latinha de refrigerante, podemos fazer brinquedos, além de contribuir com a diminuição do lixo.*

Em outro momento foi pedido para eles confeccionarem com seus pais um brinquedo utilizando o material de sua preferência, o plástico, papel ou latinha. (Figuras 1 a 8). O vidro não foi sugerido devido ao risco de quebrar e eles se machucarem.

Professora – *A tarefa de hoje será para vocês juntamente com seus pais confeccionarem um brinquedo?*

Alunos - *Obá! Posso fazer o que eu quiser professora?*

Figura 1 - Carro



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 2 - Avião



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 3 - Garrafas pet



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 4 - Papelão e rolo de papel higiênico.



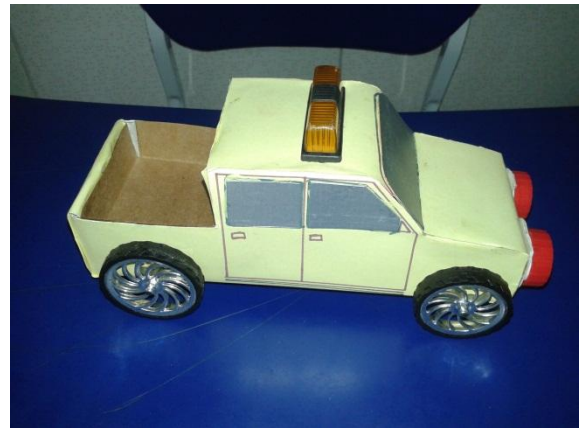
Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 5 - Folhas de revistas.



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 6 - Caixas de leite.



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 7 - Garrafas pets.



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 8 - Latas de leite e refrigerante



Fonte: Produção das próprias autoras

Percebemos que eles ficaram empolgados com a tarefa do brinquedo.

Professora – Com os *brinquedos que vocês confeccionaram faremos uma exposição no pátio, para que todos do colégio venham nos visitar e conhecer o nosso projeto.*

Nossa exposição foi um sucesso. Tivemos vários visitantes, cada brinquedo com suas características e materiais. E não paramos por ai. Resolvemos que precisávamos de mais tempo para divulgar a separação do lixo na escola. Fizemos alguns plantões na hora de lanche, incentivando todos os alunos da escola a utilizarem a coleta seletiva.

Professora – *Hoje trouxe uns coletes representando a coleta seletiva do lixo. Vocês irão vestir esses coletes e vão incentivar todos os alunos a utilizarem a coleta seletiva da escola. Quem vai querer?*

Alunos – *Todos nós!*

Como nos referimos anteriormente, existem várias formas de reutilizar, resolvemos aguçar a criatividade dos alunos na montagem de uma maquete coletiva.

Professora – *Na próxima aula gostaria que cada um de vocês fizesse algo para construirmos uma maquete.*

Aluno M. F– *Professora, vamos montar uma maquete representando o nosso bairro?*

Professora – *Ótima ideia! E ai quem vai querer participar?*

No dia seguinte trouxeram vários objetos reciclados para representar as construções do bairro. Construíram prédios, casas, praças, supermercados, padarias até ônibus e semáforos. (Figuras 9 e 10)

Figura 9 - Maquete do bairro



Fonte: Produção das próprias autoras

Figura 10 - Maquete do bairro



Fonte: Produção das próprias autoras

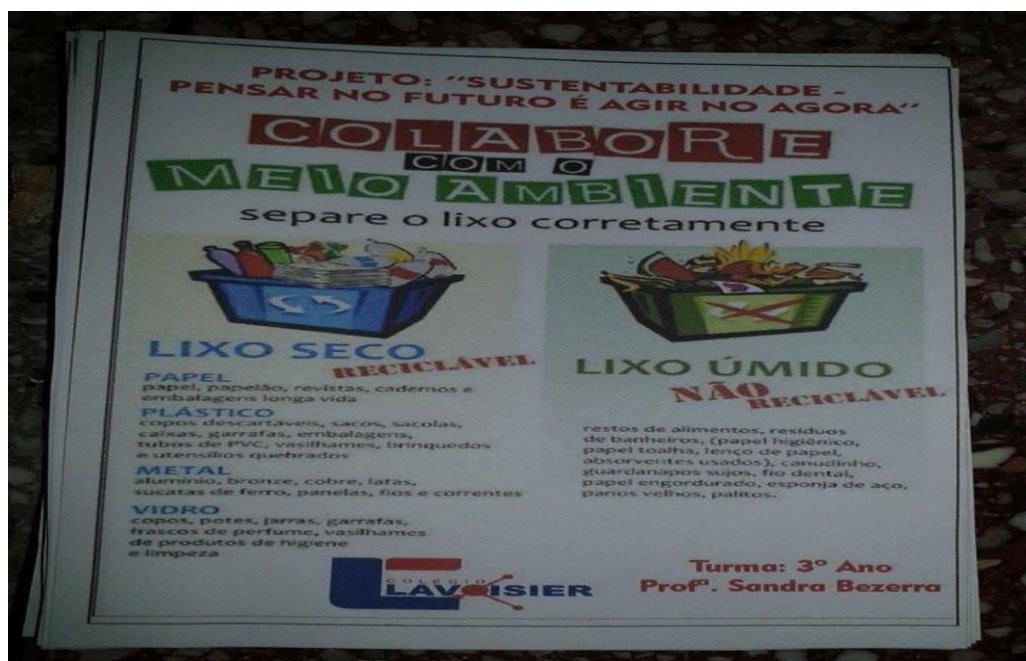
Ficamos surpresas com os materiais que eles utilizaram para representar cada item do bairro. Caixas de leite, de sapato, fósforos, achocolatados, de creme dental, de celular,

de sucos, tampinhas etc. Após a montagem da maquete, surgiram alguns questionamentos em relação ao descarte do lixo.

Aluna M.E. - *Eu aprendi que a coleta seletiva é muito importante para o nosso planeta e que não devemos jogar lixo nas ruas.*

Para finalizarmos, organizamos uma campanha na escola. Os alunos vestiram coletes e visitaram as salas de aula, distribuindo panfletos (Figura 11) e divulgando a separação e a reutilização do lixo.

Figura 11 - Panfleto.



Fonte: Produção das próprias autoras

Sabemos que o meio ambiente não é destruído não só por falta de conhecimento, mas também devido ao estágio de desenvolvimento da humanidade. Foi um momento emocionante ver nossos alunos empenhados quanto à preservação do meio ambiente, desde que, cuidar do destino do meio ambiente é responsabilidade de todos.

Segundo R. Gagliardi (1986)

[...] o aluno atribui um significado àquilo que percebe em função do que já conhece (seu sistema de significação). O mesmo fenômeno será interpretado de maneira totalmente diferente se o sistema de significação não for igual. Quando se constrói um conceito estruturante o sistema de significação muda e permite a incorporação de elementos antes não considerados ou aos quais se atribuía outro significado.

Nós somos parte da natureza e não devemos esquecer isto. O estudo de conscientização da destruição do meio ambiente na escola foi para resgatar a necessidade de conciliar a teoria com a prática no dia a dia, garantindo, o desenvolvimento cognitivo e afetivo das crianças e contribuindo, assim, para a

preservação do planeta. Percebemos que os alunos ficaram envolvidos e despertaram o senso crítico, quanto à reutilização e separação de resíduos sólidos e dos benefícios que essa ação pode trazer em relação à preservação do meio ambiente.

4 CONCLUSÃO

O estudo mostrou o quanto devemos ter consciência e criatividade para o destino correto do lixo e quanto nós professores podemos contribuir para ampliar o conhecimento de todos a respeito desta temática. O estudo analisou que as atividades proporcionaram reflexões individuais e coletivas, um novo olhar sobre o consumismo, os valores da separação e reciclagem do lixo, seu custo para o meio ambiente e os benefícios quando o lixo é reutilizado. Durante o desenvolvimento das atividades, observou-se em cada aluno o prazer do conhecimento sobre a separação correta do lixo e a reutilização de alguns materiais. Entenderam que é extremamente benéfico que o lixo tenha um destino correto, pois muito do que é jogado fora pode ser aproveitado.

Ao final do estudo pode-se perceber que foi única cada experiência vivida. As aulas ficaram mais dinâmicas, os alunos integrados, refletiam, questionaram e construíram com o saber do outro, descobrindo que ser um cidadão é torna-se mais consciente de seu papel na sociedade, tendo o conhecimento de seus deveres em relação ao planeta.

Observou-se a importância do aluno conhecer melhor o contexto onde vive, refletindo seu papel como sujeito no mundo e que tem o dever de preservá-lo. Um passo foi dado e os alunos fizeram e continuam fazendo a sua parte na busca por um meio ambiente mais limpo, mais saudável, onde o lixo tem destino correto e onde a participação de todos na construção de um mundo melhor é fundamental.

REFERÊNCIAS

ABRELPE. **Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil**. São Paulo: Abrelpe. 2011.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais** meio ambiente, saúde / Secretaria de Educação Fundamental. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental Brasília. 1997

COSTA, Mônica Polito. Reciclando o lixo, reciclamos a vida: uma experiência exitosa através da produção de vídeos. **V EPEAL PESQUISA EM EDUCAÇÃO:**

DESENVOLVIMENTO, ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Universidade Federal de Alagoas. Maceió no período de 31/08 a 03/09 de 2010

Espinoza, Ana. **Ciências na escola:** novas perspectivas para formação dos alunos. São Paulo: Editora Ática 168. 2010

GAGLIARDI, R. Como utilizar la historia de las ciencias en la enseñanza de las ciencias
História de las ciências e enseñanza. **ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS**, 1988, 6 (3), 291-296.

JAMES, Bárbara. **Lixo e reciclagem:** Preserve o Meio Ambiente. Col. Preserve o mundo. 2 ed. São Paulo: Editora Scipione. 1996.

RESUMOS

Anais

ISSN 2318-4477

III *Seminário de Pesquisa
da Faculdade Amadeus*



III *Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus*

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

A CONTABILIZAÇÃO DOS CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS

Gildasio Silva Santos¹

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de demonstrar os efeitos do planejamento tributário na apuração do ICMS, PIS e COFINS de uma empresa que atua no segmento Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano, tributada com base no lucro presumido, através do levantamento e avaliação dos seus dados. O estudo em foco é classificado como uma pesquisa exploratória e explicativa, abordando suas informações de forma quantitativa-qualitativa. As características adotadas em seus procedimentos o definem como estudo de caso. Nele é ressaltada importância do planejamento tributário perante a gestão empresarial e fiscal. Como resultado é apurado o valor do ônus financeiro para a entidade, durante o período avaliado, e evidenciado as proporções dos resultados negativos que afetaram a saúde financeira da organização, ou seja, a falta de planejamento tributário não realizado pelos contabilistas.

Palavras-chaves: Planejamento Tributário. Gestão. Legislação Tributária.

¹ gildasio.ssantos@hotmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

A DEPRECIAÇÃO DA NOVA CONTABILIDADE PÚBLICA: A contabilização da Depreciação dos Bens Públicos no Município de São Cristóvão, SE ¹

Jadilea Barros Santos²

RESUMO

A contabilidade pública brasileira está aperfeiçoando as mudanças reconhecidas nos últimos anos no cenário mundial. Tal aperfeiçoamento visa estabelecer os padrões adotados internacionalmente, a fim de que a contabilidade aplicada ao setor público no Brasil convirja para as mesmas práticas. Com a publicação das normas, o maior desafio da contabilidade pública é a mensuração dos valores dos bens de uso comum, onde a NBC T 16.10 item 30 descreve que esses bens devem ser mensurados ao valor de aquisição ou construção. Diante do exposto, essa pesquisa procurará verificar como a Prefeitura Municipal de São Cristóvão - SE registra e calcula a depreciação de seus bens públicos em atendimento as NBCASP's. No que se refere à metodologia, este trabalho classifica-se quanto aos objetivos como uma pesquisa descritiva, e em relação aos procedimentos esse estudo adota a pesquisa bibliográfica e documental a partir de obras de referência e dados da contabilidade do município. É através da análise destes dados, referente aos procedimentos adotados e com base em respostas de questionário a ser aplicado com o responsável das contas, se tentará estabelecer os impactos que o ativo permanente irá sofrer com a obrigatoriedade do cálculo da depreciação.

Palavras-chave: Contabilidade Pública. Depreciação. NBCASP.

¹ Trabalho originalmente apresentado como Monografia para Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus

² Graduanda do Curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: jadilea_barros@hotmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

A APLICABILIDADE DO ANEXO V DA LEI COMPLEMENTAR 123/2006 PARA ELISÃO FISCAL¹

Davi Conceição Ferreira²

RESUMO

Antes da Lei complementar 123/2006 os microempresários passavam por dificuldades para se registrarem nos órgãos competentes, iniciavam suas atividades pagando tributos exorbitantes, contribuindo para uma provável insolvência. Com o vigor desta norma, estas empresas passaram a se registrar mais facilmente e pagando menos tributos. Ao longo dos anos as empresas perceberam as vantagens deste método de tributação, graças a isso, houve um aumento significativo de egressos no Simples. Porém, há casos em que ele não é tão vantajoso, isso acarreta um ônus maior para os empresários. Diante disso nossa questão de pesquisa é: Quais os reflexos do uso da LC nº 123/2006 em uma empresa de prestação de serviços enquadrada no Art. 18, § 5-D, frente aos outros métodos de tributação? Temos como objetivo geral correlacionar os reflexos do uso da LC 123/2006 em uma empresa de prestação de serviços enquadrada no Art. 18, § 5-D, frente aos outros métodos de tributação. Isso nos leva a três objetivos específicos, sendo eles: Apresentar os tributos pagos pela empresa, enquanto optante pelo simples, demonstrar quais seriam os tributos pagos caso a empresa fosse optante por outros tipos de tributação e por fim analisar qual seria a alternativa tributária mais viável para a empresa. O aprofundamento teórico e prático sobre os regimes de tributação brasileiros, em especial o instituído na LC nº 123/2006 é basilar para os usuários do sistema tributário nacional. Porém é necessário verificar se ele é realmente o regime mais vantajoso para as empresas. Utilizaremos como classificação metodológica estudos descritivos e explicativos, no qual serão analisados documentos fiscais de uma entidade no exercício 2012 e 2013. A partir de então serão realizados cálculos e projeções das despesas tributárias seguindo os regimes de tributações enquadráveis, depois será realizado uma análise quali-quantitativa dos resultados com fim de responder o problema da pesquisa.

Palavras-chave: Elisão Fiscal. Simples Nacional. Planejamento Tributário.

¹ Trabalho de pesquisa em andamento para conclusão de curso e obtenção do título de bacharel em ciências contábeis pela Faculdade Amadeus.

² Graduando do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: davif.contabilista@gmail.com

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

APLICAÇÃO DA AUDITORIA INTERNA PARA CONTAS MÉDICAS¹

Flávio Roberto Souza de Matos²

RESUMO

A atividade médica tem permitido desde os primeiros momentos da história da civilização a preservação da saúde, no entanto com o avanço da abordagem Médica científica foi fundido a Medicina Pública e Privada. Esta vem instituindo diversas organizações, dentre elas muitas com fins lucrativos. Tais entidades movimentam grande volume de recursos econômicos, tais demandam registros e certo controle e acompanhamento. Estas ações vem sendo realizadas pelas auditorias das contas médicas. A partir da crescente preocupação de organizações pagadoras de serviços de saúde, com a otimização dos recursos financeiros aplicados nas ações em saúde estabeleceu-se uma nova demanda de serviço para os profissionais contábeis nas entidades de saúde: a Auditoria de Contas Médicas Hospitalares. A auditoria Médica no Brasil vem sofrendo um processo de profissionalização, uma estrutura para uma nova especialização, dentre tantas outras para área Médica, como por exemplo, a Administração Hospitalar. Estas bem como a cura de várias doenças. Um dos temas mais relevantes são tarefas que exigem permanentemente atualização quanto à interpretação das normas expostas. Além disso, os gestores precisam estar antenados quanto à evolução tecnológica, a qual a administração pública e o mercado vêm imprimindo aos profissionais nas empresas, e isso requer investimento e adaptação às novas ferramentas que servirão no cumprimento dos serviços prestados pelos contabilistas. Os pontos mais críticos dentro de uma entidade hospitalar, voltada para contas médicas são a satisfação e a manutenção do profissional, visto que o médico é um cliente e é a razão da existência da empresa. A auditoria interna tem a capacidade de realizar um maior controle e fiscalização evitando erros e procedimentos ilegais que poderiam ocorrer na entidade. Diante do exposto surge a seguinte questão: como se dá a aplicabilidade da auditoria interna para contas Médicas? Esse estudo tem como objetivo geral, explicar como se faz a auditoria interna na área de contas médicas, e para atingir este fim, são propostos os seguintes objetivos específicos: Identificar os elementos a serem auditados; Elaborar o planejamento de Auditoria Interna para o setor de Contas Médicas e Apresentar as técnicas de Auditoria Interna. Apresentar as técnicas de Auditoria Interna de Contas Médicas em uma unidade Hospitalar Particular é relevante, para garantir a correção de valores a serem pagos e recebidos. A pesquisa é de caráter Bibliográfico, onde destaco o conhecimento técnico-científico, exploratória na qual realizamos entrevistas com profissionais desse segmento de caráter explicativo, onde será explicado como se realiza a auditoria Interna neste tipo de seguimento.

Palavras-chave: Atividade Médica. Auditoria Interna e Planejamento de Auditoria.

¹ Trabalho originalmente apresentado como monografia, ao curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus.

² Graduando do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: flavioroberto25@hotmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

ELABORAÇÃO DA FOLHA DE PAGAMENTO: PARTICULARIDADE DOS REGIMES DE TRIBUTAÇÃO¹

Rosa Maria Aragão Pinto²

RESUMO

No Brasil, o processo de tributação é bastante complexo em decorrência de uma série obrigações principais e acessórias onerando as empresas e dificultando o seu desenvolvimento. As empresas optantes pelos regimes de Lucro Real e Presumido sofrem com o alto custo na folha de pagamento devido a elevada tributação que é cobrada sobre a remuneração dos empregados e dos sócios. As empresas optantes pelo Simples Nacional amparada pela Lei Complementar Nº 123 de 14/12/2006 pagam um imposto único. Nesse sentido conhecer os processos tributários que envolvem estes regimes de tributação é fundamental aos contabilistas, até porque, após ultrapassar o limite do Simples Nacional, é o regime do lucro presumido o mais adotado pelas empresas, também com possíveis reflexos na folha de pagamentos. Diante do exposto, nosso problema de pesquisa será quais as diferenças da elaboração da folha de pagamento em função dos regimes de tributação Simples Nacional e Lucro Presumido? Esse trabalho tem como Objetivo Geral, expor as diferenças da elaboração da folha de pagamento em função dos regimes de tributação Simples Nacional e Lucro Presumido. Para tanto, foram apresentados os seguintes objetivos específicos: apresentar os cálculos da folha de pagamento para cada regime de tributação analisado; identificar as diferenças de formalidades da folha de pagamento para cada regime de tributação; identificar os pontos de vigência e convergência da elaboração da folha de pagamento para cada regime de tributação. Entender as peculiaridades tributárias de cada regime é relevante para continuidade e resultado das empresas. A metodologia de pesquisa quanto aos fins será descritiva e explicativa e terá como meio o estudo de caso da folha de pagamento de uma empresa de Aracaju, a partir dos documentos da contabilidade relativos a tributação e folha de pagamento. Para então responder a questão de estudo.

Palavras-chave: Folha de Pagamento. Encargos Sócios. Regime de Tributação.

¹ Trabalho de pesquisa em andamento como monografia de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus

² Graduanda do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: rrcontabilidade.2@gmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL NA AVALIAÇÃO DE PARTICIPAÇÕES SOCIETÁRIAS¹

Mayck Souza Ribeiro²

RESUMO

A contabilidade é uma ferramenta essencial para auxiliar as empresas que estão habituadas a fazer investimentos. O grupo Investimentos esta composto por Participações Societárias que tem por objetivo a produção de benefícios á investidora mediante participação nos resultados das empresas Investidas. Participações Societárias é um tipo de investimento que se dar pela compra de ações ou quotas negociadas na bolsa de valores. As Participações Societárias exigem que as empresas busquem diversas ferramentas contábeis para a devida avaliação e mensuração dos seus investimentos, essas ferramentas estão formadas por diversos métodos de avaliação, tais como o método de custo, método de valor justo e, um menos usual, a Equivalência Patrimonial (MEP). O método de Equivalência Patrimonial é responsável por elaborar ajustes com a finalidade de refletir a alteração pós-aquisição da participação em sociedades pelo investidor sobre os ativos líquidos das investidas. Todavia, nem todos os profissionais contábeis estão familiarizados com ele. Diante do exposto, cresce o interesse em como o método de Equivalência Patrimonial é empregado para a avaliação de Participações em Sociedade? Assim, o objetivo geral é analisar o emprego do método de equivalência patrimonial e os específicos serão: Elaborar os cálculos da avaliação de Participações Societárias de uma empresa pelo método de equivalência patrimonial; Demonstrar a escrituração contábil das avaliações de Participações Societárias pelo método de equivalência patrimonial em uma empresa; Apresentar os reflexos nas demonstrações contábeis e nos resultados de uma empresa avaliada pelo método de equivalência patrimonial. Nisso espera-se do profissional da contabilidade que tenha capacidade de utilizar este método sempre que requerido. Quanto à metodologia do trabalho será de caráter exploratório e documental, pois se trata de uma pesquisa embasada em levantamentos bibliográficos e dados documentais como relatórios contábeis.

Palavras-Chaves: Investimentos. Participações Societárias. Equivalência Patrimonial.

¹ Trabalho de pesquisa em andamento como monografia de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus

² Graduando do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: Mayck.ribeiro21@outlook.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

MICROEMPRESAS: Procedimentos necessários para Abertura e Escrituração Contábil¹

André Luis Oliveira Feitosa²

Jancleverton dos Santos Andrade³

RESUMO

Abrir uma empresa no Brasil nunca foi uma tarefa fácil. Estima-se que o tempo gasto para abrir um negócio no país leve, aproximadamente, uma média de 53 dias. Só a burocracia fiscal consome do tempo dos empreendedores cerca de 2,6 mil horas por ano, e em média é preciso cumprir 14 procedimentos para que em fim a empresa esteja de fato formalizada. Entender essa sistemática a fim de otimizá-la, é um elemento essencial e diferencial para os profissionais que atuam neste contexto. Diante do exposto surge a seguinte questão: Quais são os procedimentos necessários para a constituição e escrituração contábil de uma microempresa optante pelo simples nacional? Para que esse problema seja solucionado, o presente trabalho traz como objetivo geral: Entender quais são os procedimentos necessários para a constituição e escrituração contábil de uma microempresa optante pelo simples nacional. Tendo como objetivos específicos: a) Apresentar os requisitos formais para criação de uma microempresa; b) Demonstrar o processo de escrituração para abertura de uma microempresa; c) Apresentar os custos relativos ao processo de abertura de uma empresa no segmento varejista optante pelo simples nacional. Entender o processo de abertura de uma microempresa torna-se relevante, pelo fato de que são elas que constituem a maioria quantitativa de empresas que são criadas e formadas no Brasil. Sendo responsáveis por empregar a maior quota de mão de obra no país. É substancial para o profissional contábil compreender todo o processo de constituição dessas empresas, tanto para sua formalização e criação, quanto para sua escrituração contábil, haja vista que elas constituem a principal fonte de clientes do profissional da contabilidade e nesse sentido, o contador, poderá atender melhor a esse segmento empresarial. Esta pesquisa científica tem como foco um estudo com fins de caráter exploratório, descritivos e explicativos, sobre o processo de constituição dessas entidades. Em relação aos meios utilizados, serão coletados dados a partir de pesquisa bibliográfica e de expedientes documentais relativos a instituição das entidades foco do estudo. Neste quesito nos basearemos em estudo de caso específico para a regularização de empreendimento comercial de pequeno porte, o que conferirá aplicabilidade futura ao estudo.

Palavras-chave: Microempresa. Formalização de empresas. Simples Nacional.

¹ Trabalho originalmente apresentado como monografia para conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus

² Professor da Faculdade Amadeus e Orientador

³ Graduando do curso de Ciências Contábeis - 8º Período



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES DE FLUXO DE CAIXA NUMA EMPRESA DE GRANDE PORTE EM ARACAJU SE¹

Miriam Viana Bispo²

RESUMO

Como se sabe, a contemporaneidade tem estimulado a existência de um mercado altamente competitivo, fazendo com que as organizações busquem ferramentas que garantam a sobrevivência das mesmas e denotem o crescimento econômico. Com o advento da Lei n.º 11.638, em 28 de Dezembro de 2007, a Contabilidade brasileira passou a ser convertida nos moldes do padrão internacional e, uma das novidades apresentada por essa lei foi a obrigatoriedade da Demonstração dos Fluxos de Caixa nas empresas. Ela tem por objetivo oferecer aos usuários informações relevante, sobre as movimentações de entradas e saídas financeiras de uma entidade num determinado período ou exercício. Diante do exposto, surgiu a seguinte pergunta: Qual o nível de utilização das demonstrações de fluxo de caixa numa empresa de grande porte em Aracaju/SE? O objetivo geral é: analisar o nível de utilização das demonstrações de fluxo de caixa numa empresa de grande porte. Os objetivos específicos da pesquisa são: elaborar as demonstrações do método de fluxo de caixa direto e indireto; demonstrar o funcionamento do planejamento de fluxo de caixa e investigar de que maneira essa ferramenta é utilizada dentro das organizações. A metodologia da pesquisa será descritiva exploratória com apresentação de dados quantitativos. Há de se considerar que no atual contexto de competitividade do mercado, exige das organizações decisões bem estruturadas, e para tanto, o uso dessa ferramenta gerencial é imprescindível.

Palavras-chave: Demonstração do Fluxo de Caixa. Planejamento Financeiro. Tomada de Decisão.

¹ Trabalho apresentado originalmente como monografia para conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus.

² Graduanda do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: miriambispo7@gmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

O USO DA CONTABILIDADE GERENCIAL EM MICROEMPRESAS¹

Márcia Maria Batista Santos²

RESUMO

A contabilidade é uma relevante ferramenta de gestão para o crescimento das instituições econômico-financeiras, assim, com a evolução destas e diante do cenário competitivo entre elas, torna-se necessária a adoção de técnicas de gestão específicas, surgindo, desta forma, a Contabilidade Gerencial. Ela auxilia através da análise dos dados contábeis, a gerir o negócio identificando fatores significativos que ameacem a saúde econômica da empresa. Neste contexto, surgiu a seguinte questão de pesquisa: como a Contabilidade Gerencial pode colaborar no processo de gestão de uma microempresa no ramo da construção civil. Para responder a esse questionamento traçamos o nosso objetivo geral: analisar como a Contabilidade Gerencial pode colaborar neste processo de gestão. Diante deste fator, delineamos os seguintes objetivos específicos: elaborar os principais indicadores da Contabilidade Gerencial em uma microempresa da construção civil; realizar a interpretação destes indicadores; verificar junto aos gestores o nível de utilidade desses indicadores para a gestão da empresa. É uma pesquisa descritiva, explicativa e aplicada, visto que usamos de diversas fontes bibliográficas e do balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício cedido pela microempresa objeto de análise para que possamos calcular e analisar os indicadores e observar a sua aplicabilidade.

Palavras-chave: Microempresa. Contabilidade Gerencial. Indicadores.

¹ Trabalho de pesquisa em andamento como monografia do curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus.

² Graduanda do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: marcia.maria.ms22@gmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS DA CONTABILIDADE¹

Nivia dos Santos Menezes²

RESUMO

Um novo cenário surgiu para os profissionais da contabilidade. Este novo mundo que a tecnologia aperfeiçoou traz consigo diversas inovações que auxiliaram o trabalho de diversos profissionais. O Brasil vive um momento de grande evolução para o contador e empresas que prestam serviços de contabilidade. Diversas ferramentas foram criadas e processos foram revistos visando obter informações com maior clareza e rapidez. Empresas investem em tecnologia para acelerar processos e reduzir custos. Com o crescimento da economia, a necessidade da fiscalização do governo nas empresas fez surgir ferramentas que obtenham dados em tempo real. Assim a Contabilidade também entra na era digital onde as informações são obtidas e repassadas ao fisco/fornecedor/clientes de forma simultânea utilizando ferramentas tecnológicas incluídas nos programas contábeis. O contador precisa estar preparado para enfrentar esta nova era em que os recursos tecnológicos são imprescindíveis. Diante do exposto, temos como tema “Os Avanços Tecnológicos da Contabilidade”, problema de pesquisa quais os impactos dos avanços tecnológicos sobre a ciência contábil e o contabilista? Com isso nosso objetivo geral é compreender os impactos ocorridos após processo de avanços tecnológicos sobre a ciência contábil e os contabilistas. Para atingir o objetivo geral delimitamos como objetivo específico: Demonstrar os processos evolutivos da tecnologia contábil; Apresentar as proposições para os futuros procedimentos de escrituração contábil, Sped NFe e eSocial. Esse estudo tem caráter descritivo, pois buscou identificar e descrever as repercussões oriundas do avanço tecnológico frente à contabilidade e os contabilistas. Imagine-se um escritório contábil que preste serviço a empresas de médio e grande porte sem a utilização de qualquer equipamento eletrônico. Será que nós dias de hoje isso ainda é possível?

Palavras Chave: Contabilidade. Tecnologia. Evolução dos Sistemas Contábeis.

¹ Trabalho de pesquisa em andamento como monografia de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus

² Graduanda do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email nivia.menezes@cencosud.com.br



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

OS EFEITOS DOS CUSTOS EMPRESARIAIS DECORRENTES DA CONTRATAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÃO DE OBRA¹

Eduardo de Araújo Guimarães²

RESUMO

O trabalho em questão visa a priori, apresentar os efeitos dos encargos trabalhistas que incidem na contratação de um colaborador e sua manutenção dentro de uma entidade empresarial, também destacando os efeitos dos encargos para o desenvolvimento do país e por fim apresentaremos um comparativo com outros países e suas consequências a longo prazo. O estudo por si é de uma importância substancial, pois evidencia os problemas críticos que o Brasil atravessa e percorre de forma criteriosa os problemas instaurados seja ordem jurídica, administrativa e social.

Frisamos que esse trabalho é de ordem bibliográfica e qualitativa, pois o recolhimento das informações e a análise atendem a afirmativa.

Palavras-chave: Encargos Trabalhistas. Efeitos dos Encargos. Custos Empregatícios.

¹ Trabalho originalmente apresentado como monografia para conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus

² Graduando do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: eduardoag06@gmail.com



III Seminário de Pesquisa da Faculdade Amadeus

PERCEPÇÃO INVESTIGATIVA NA EDUCAÇÃO

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇO DE CORRETAGEM NA COMPRA E VENDA E AVALIAÇÃO DE IMÓVEIS¹

Geovane Varjao Santana²

RESUMO

Os custos tributários no Brasil para as Empresas são um dos elementos de grande relevância ou bastante sensíveis para manutenção da competitividade das Empresas no país. A legislação permite a redução deste ônus a partir de opções de tipos de enquadramento tributário, ou seja, tipos diferentes tais como Simples Nacional, Lucro Real, Lucro Presumido e Lucro Arbitrado, isso é conseguido através de um correto planejamento e enquadramento. O planejamento tributário refere-se a análise dos efeitos fiscais de duas ou mais alternativas possíveis de sistema tributário e através desta análise defini-se qual a melhor opção. Em meio a um mundo globalizado a concorrência no mercado tem direcionado as empresas a procurar diversas estratégias, já que, carga tributaria representa em torno de 36,42% do PIB. O presente estudo tem por objetivo explicar as consequências que o planejamento tributário traria a uma empresa prestadora de serviço de corretagem na compra e venda e avaliação de Imóveis. Como objetivos específicos pretendemos: a) Apresentar a contabilização da empresa do ramo de serviços nos regimes de tributação a ela aplicáveis; b) Demonstrar quais seriam os tributos pagos caso a empresa fosse optante por outro tipo de tributação; c) Verificar o impacto dos gastos tributários em cada regime. A pesquisa trata-se de um estudo de caso, a metodologia utilizada será o estudo bibliográfico para a obtenção do referencial teórico e uma explanação descritiva e exploratória do tipo *survey*, e quanto ao processo, quantitativa, por coletar dados numéricos da escrituração fiscal de uma Entidade no exercício de 2014 a partir de então comparar os efeitos fiscais entre alternativas que sistema tributário permite. Nesse contexto, um estudo sobre Planejamento Tributário, visa promover a difusão de procedimentos amparados por lei, que venham a auxiliar os profissionais a ampliar suas possibilidades de redução no recolhimento de seus impostos.

PALAVRAS-CHAVES: Tributos. Planejamento Tributário. Corretagem.

¹ Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Amadeus.

² Graduando do curso de Ciências Contábeis - 8º Período. Email: gvarjao2013@gmail.com.