

ANAIS



Organização

Érika Mayumi Kato-Cruz

Fabiana Aline Alves

Gustavo Yuho Endo

Lechan Colares-Santos

Luiz Roberto Darben

Lucas da Silva Pereira

Matheus Monteiro de Lima

Nancy Okada

Thais Rubia Ferreira Lepre

Valdecir Cahoni Rodrigues

PRESIDENTE PRUDENTE / SP

2021



658
E56c

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD)
[recurso eletrônico].

Anais do 8º Encontro Científico de Ciências
Administrativas da Business School Unoeste –
ECCAD / organização Érika Mayumi Kato Cruz ... [et
al.] -- Presidente Prudente: Unoeste – Universidade
do Oeste Paulista, 2021.

E-book : il. color.

E-book no formato PDF.

ISSN 2674-8304

Bibliografia.

1 Comportamento organizacional. 2. Administração 3.
Desenvolvimento organizacional. I. Cruz, Érika Mayumi
Kato. II. Alves, Fabiana Aline. III. Endo, Gustavo Yuho.
IV. Santos, Lechan Colares. V. Pereira, Lucas da Silva.
VI. Lima, Matheus Monteiro de. VII. Lepre, Thais Rubia
Ferreira. VIII. Rodrigues, Valdecir Cahoni. I. Título.

CDD/23ª ed.

Catálogo na fonte – Bibliotecária Renata Maria Morais de Sá – CRB 8/10234

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



8º ENCONTRO CIENTÍFICO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS DA BUSINESS SCHOOL UNOESTE – ECCAD

O Encontro Científico de Ciências Administrativo (ECCAD) tem como propósito a criação de um espaço de intercâmbio científico e cultural entre pesquisadores (docentes e discentes) e profissionais ligados a Gestão, Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional. De abrangência nacional e periodicidade semestral, o evento é promovido pela *Business School* Unoeste – BSU e pelo Grupo de Pesquisa em Estudos Organizacionais – GPEOS. O público-alvo do evento são discentes, docentes, pesquisadores, profissionais de instituições e organizações públicas e privadas.

AValiação DOS ARTIGOS

Os artigos são avaliados por dois pareceristas, com formação mínima de mestrado, no sistema *Double-blind-peer review*. A comissão científica (avaliadores) é formada por mestres e doutores de diversas instituições de ensino superior do Brasil, Moçambique e Portugal.

FAST-TRACK

Os melhores trabalhos serão convidados para submissão em *Fast-Track* para dez revistas parceiras:

- ✓ *Brazilian Journal of Policy and Development*
- ✓ *Colloquium Socialis*
- ✓ Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle
- ✓ Revista Administração Ensino e Pesquisa - RAEP
- ✓ Revista Capital Científico
- ✓ Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR
- ✓ Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis – REVISE
- ✓ Revista Inteligência Competitiva
- ✓ Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo – RELISE
- ✓ *South American Development Society Journal*

PRÊMIO CIENTÍFICO DO ECCAD

O Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) premiará os melhores artigos científicos, conforme parâmetros estabelecidos pela comissão organizadora e como forma de reconhecimento terá a “Menção Honrosa – Pareceristas Destaque”.

COMISSÃO ORGANIZADORA DO 8º ECCAD

Dra. Érika Mayumi Kato-Cruz – *Business School* Unoeste
Dra. Fabiana Aline Alves – Universidade do Oeste Paulista
Me. Gustavo Yuho Endo – *Business School* Unoeste
Dr. Lechan Colares-Santos – *Business School* Unoeste
Me. Lucas da Silva Pereira – *Business School* Unoeste
Me. Matheus Monteiro de Lima – Universidade do Oeste Paulista
Dra. Thais Rubia Ferreira Lepre – *Business School* Unoeste
Me. Valdecir Cahoni Rodrigues – *Business School* Unoeste

Revisão dos Artigos: Respetivos autores dos artigos.

Os **conteúdos e a formatação** dos artigos científicos incluídos nesta publicação são de **responsabilidade** exclusiva dos seus respectivos **autores**.

Importante:

“A Comissão Organizadora do evento não se responsabiliza por casos onde se configure plágio. Os autores são os únicos a serem responsabilizados pela infração, podendo ser enquadrados no Código Penal 184 em vigor, Título que trata dos Crimes Contra a Propriedade Intelectual, dispõe sobre o crime de violação de direito autoral”.

COMISSÃO CIENTÍFICA DO 8º ECCAD

Altair Camargo - Universidade de São Paulo (USP)
 Ana Rita Canelas Luz - ISCTE *Business School*
 Andrielle Pinto de Amorim - Universidade Estadual do Ceará
 Bárbara Zanini - Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE)
 Christiane Rocha e Silva - Centro Universitário Newton
 Cinthia Santos Silva - Universidade Federal de Minas Gerais - CEDEPLAR
 Cristian Luis Schaeffer - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
 Cristiane Silva do Nascimento Pereira - FRASCE, UCB
 Diziane Inês de Lima Petry - UNIJUÍ
 Elisângela Domingues Vaz - Universidade Estadual Paulista (UNESP)
 Ertz Clarck Melindre Dos Santos - Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
 Fernanda Marcia Kumm - UNIOESTE
 Gabriela Nobre Dias - Universidade de São Paulo- FEA/USP
 Geraldo Tessarini Junior - Universidade de São Paulo (USP)
 Gilson Rodrigo Silvério Polidório - Toledo Prudente Centro Universitário
 Giovanna Miranda Mendes - Universidade Positivo (UP)
 Guilherme Cuchierato - FEA-USP
 Henrique Luiz Caproni Neto - UFJF e UFMG
 Jacqueline Pereira dos Santos - FATEC/SP
 Laleska Lebioda - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
 Luana Possari Maziero Costa - Unesp
 Luiz gustavo mauro cardoso - Insper
 Marco Antonio Catussi Paschoalotto - NOVA *School of Business and Economics*
 Matheus Prudente Cançado - Universidade Federal de Uberlândia (UFU)
 Mônica Aparecida Bortolotti - Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná (Unicentro)
 Péricles de Souza Macedo - PUC-SP
 Ronaldo de Oliveira Santos Jhunior - Universidade de São Paulo (FEA-USP)
 Rosana Pereira Corrêa - Centro Paula Souza
 Samantha Frohlich - UFPR e UNIOESTE
 Silas Dias Mendes Costa - Universidade Federal de Minas Gerais
 Simone Kunde - Universidade Federal do Paraná
 Simone Sehnem - Unoesc e Unisul
 Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes - UNIGRANRIO
 Victor Fraile Sordi - UFMS
 Victor Vieira Silva - Universidade Federal de Uberlândia (UFU)
 Yasmin Gomes Casagrande - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
 Yves Gimenes Pacanaro - Faculdade Reges de Osvaldo Cruz

SUMÁRIO

A INCLUSÃO SOCIAL NO MERCADO DE TRABALHO E SEUS DESAFIOS: REVISÃO SISTEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DO EVENTO SEMEAD NOS ANOS DE 2009 A 2020	10
LUANA VITORIA CARDOSO DOS SANTOS.....	10
HENRIQUE JUNIOR VIERA	10
VALDECIR CAHONI RODRIGUES.....	10
ERIKA MAYUMI KATO CRUZ	10
ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO EMPREGO FORMAL NOS MUNICÍPIOS QUE COMPÕE A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE SÃO MATHEUS (PARANÁ)	28
GABRIELA CRISTINA COVALCHUK.....	28
MIRNA DE LIMA MEDEIROS	28
BARBARA BETINI PEREIRA	51
MARÍLIA GONÇALVES DE SOUZA	51
GUSTAVO YUHO ENDO.....	51
ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR NA SCIENTIFIC PERIODICALS ELETRONIC LIBRARY – SPELL	73
ÉRICA SILONI MARIA DA SILVA	73
MARIA GABRIELA DUTRA VIEIRA LIMA.....	73
GUSTAVO YUHO ENDO.....	73
BENEFÍCIOS DO INVESTIMENTO EM ENERGIA SOLAR FOTOVOLTAICA PARA EMPRESAS DE PEQUENO PORTE	93
AMANDA EVELYN DE SOUZA NASCIMENTO	93
BEATRIZ CORREA VENTURA DE JESUS	93
LAURA BEATRIZ BACHEGA OLIVEIRA	93
JACQUELINE PEREIRA DOS SANTOS	93
COMBATE A FOME DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19: UM ESTUDO DAS AÇÕES E INSTITUIÇÕES EM PONTA-GROSSA (PR).....	107
MIRNA DE LIMA MEDEIROS	107
AUGUSTA PELINSKI RAIHER.....	107
ELIANA QUEIROZ BORTOLOZO	107
EDINA SCHIMANSKI	107

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



DESAFIOS DA INCLUSÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (PCDS) NAS ORGANIZAÇÕES: REVISÃO SISTEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DO EVENTO SEMEAD NOS ANOS DE 2009 A 2020.....	130
BIANCA BEZERRA DA SILVA	130
THAYLA BIANCA BUENO MARTINS	130
VALDECIR CAHONI RODRIGUES.....	130
GUSTAVO YUHO ENDO.....	130
EMPRESA FAMILIAR E AS DIFICULDADES ENFRENTADAS DURANTE A PANDEMIA	150
JOÃO PEDRO CAMPIONI BALOTARI	150
RENATO CARLOS CAMACHO NEVES	150
IMPACTOS DA COVID-19 NOS NEGÓCIOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS	171
HELLEN VITÓRIA SILVA.....	171
MIRNA DE LIMA MEDEIROS	171
INCLUSÃO DIGITAL NA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO: REVISÃO SISTEMÁTICA E INTEGRATIVA SOBRE O TEMA.....	190
GABRIEL VICENTINI DE MELO	190
VITOR HUGO EDERLI DE AZEVEDO	190
ERIKA MAYUMI KATO-CRUZ.....	190
MARKETING DIGITAL E COMPORTAMENTO DOS JOVENS INVESTIDORES NA BOLSA DE VALORES	206
JULIANO MADIA SALAMÃO	206
THAIS RUBIA FERREIRA LEPRE	206
MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO - CARREIRAS E DESAFIOS NO AGRONEGÓCIO: REVISÃO SISTEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DO EVENTO SEMEAD NOS ANOS DE 2009 A 2020.....	223
BÁRBARA GABRIELA FERNANDES DE OLIVEIRA.....	223
VALDECIR CAHONI RODRIGUES.....	223
LECHAN COLARES SANTOS	223
O PAPEL DO SETOR DO COMPRAS: ESTUDO SOBRE GESTÃO DE COMPRAS.....	245
VITOR HUGO JACINTO COUTO	245
LECHAN COLARES SANTOS	245
PERCEPÇÃO E PERFIL DOS USUÁRIOS DO COWORKING EM PRESIDENTE PRUDENTE	260
DANIELA SANTOS MORAES	260

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



IRIS DELLI COLLI RINALDI	260
LECHAN COLARES SANTOS	260
SOCIALIZAÇÃO ORGANIZACIONAL: ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NA BASE DE DADOS DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ANPAD).....	274
ANGELIZ NOVAES DOS SANTOS	274
CARLA CANDUCCI TEIXEIRA.....	274
ÉRIKA MAYUMI KATO CRUZ	274
VALDECIR CAHONI RODRIGUES.....	274
TORNANDO-SE MESTRE: EXPERIÊNCIAS NO ESTÁGIO DOCÊNCIA E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA A ATUAÇÃO DOCENTE EM CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO	291
KARINE DE JESUS RODRIGUES SANTANA	291
VICTOR VIEIRA SILVA	291
ANÁLISE DA SUSTENTABILIDADE SOB A ÓTICA DOS DISCENTES.....	310
DE ADMINISTRAÇÃO	310
ROGÉRIO APARECIDO DE JESUS	310
PERITOROGERIO@GMAIL.COM	310
BUSINESS SCHOOL UNOESTE	310
VINÍCIO BARBOSA PIRES	310
A CONTRIBUIÇÃO DO FORMATO DE MÍDIA VÍDEO PARA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NA WEB....	330
FERNANDO MIGUEL DOS SANTOS.....	330
GABRIEL NOZABIELLI BONFIM	330
GRAZIELA FERNANDA RAMOS MOITINHO	330
FABIANA ALINE ALVES.....	330
COMO O JORNALISMO INFORMATIVO ABORDA SITUAÇÕES DO COTIDIANO	340
ISABELA CARVALHAES GOMES.....	340
NATHÁLIA DOS SANTOS PRADO	340
RAYANE LEMOS PEDROSO	340
VINÍCIUS ANTUNES GOMES.....	340
FABIANA ALINE ALVES.....	340
GISELLE TOMÉ DA SILVA	340
MARCELO JOSÉ DA MOTA.....	340
FOTORREPORTAGEM E A IMPORTÂNCIA DO RELATO FOTOGRÁFICO NA	

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL	357
CAIO VITOR DE OLIVEIRA GERVAZONI.....	357
CLAUDIA RAMOS BORGES	357
RAMON ALVES DINIZ.....	357
FABIANA ALINE ALVES.....	357
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL: COMO O VÍDEO SE DESTACA EM UMA LONGFORM.....	369
ALESSANDRA AKEMI AOQUI	369
LETICIA CRISTINA FERDINANDO DA SILVA	369
THAMIRES FERNANDES BATISTA	369
FABIANA ALINE ALVES.....	369
MIGRAÇÃO PARA REGIME DE TELETRABALHO: UMA ANÁLISE DOS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID-19 EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR	376
OTÁVIO BARBOSA FARIAS BISPO	376
DANIEL FERREIRA MARINI.....	376
LECHAN COLARES-SANTOS	376

**A INCLUSÃO SOCIAL NO MERCADO DE TRABALHO E SEUS DESAFIOS:
REVISÃO SISTEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DO EVENTO SEMEAD NOS
ANOS DE 2009 A 2020**

**SOCIAL INCLUSION THE LABOR MARKET AND ITS CHALLENGES:
SYSTEMATIC REVIEW OF SEMEAD PUBLICATIONS FROM 2009 TO 2020**

Luana Vitoria Cardoso Dos Santos
luana.adm20@hotmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Henrique Junior Viera
rickj@outlook.fr
Universidade do Oeste Paulista

Valdecir Cahoni Rodrigues
cahoni@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

Erika Mayumi Kato Cruz
erikakato@unoeste.br

RESUMO

A inclusão social é um conceito dado ao ato do conjunto de normas que luta contra a desigualdade e o direito de um indivíduo ou grupos sociais aos benefícios da vida em sociedade. A exclusão pode acontecer por conta da etnia, idade, religião, deficiência, classe social e nível de educação formal. A presente pesquisa buscou refletir sobre essa inclusão social no mercado de trabalho e analisar os desafios e as formas que grupos sociais têm buscado para superar o preconceito e discriminação para conseguir seu lugar no mercado. Os métodos utilizados para a realização do estudo foram pesquisa descritiva exploratória, abordagem qualitativa e revisão sistemática do evento Semead, referente às publicações dos anos 2009 a 2020. Por fim, conclui-se que pessoas com etnia diferentes, com deficiências e mulheres no cargo de líder passam por vários desafios para conquistarem melhores cargos. Quanto às organizações, ainda enfrentam dificuldades também para conseguir agregar essas pessoas de forma igualitária.

Palavras-chave: inclusão social; desafios; deficiência; desigualdade.

ABSTRACT

Social inclusion is a concept given to the act of the set of norms that fight against inequality and the right of an individual or social groups to the benefits of life in society. Exclusion can happen because of ethnicity, age, religion, disability, social class and level of formal education. This research sought to reflect on this social inclusion in the labor market and analyze the challenges and ways that social groups have sought to overcome prejudice and discrimination to achieve their place in the market. The

10

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



methods used to carry out the study were exploratory descriptive research, qualitative approach and systematic review of the Semead event, referring to publications from the years 2009 to 2020. Finally, it is concluded that people with different ethnicities, with disabilities and women in charge of leader go through several challenges to conquer better positions. As for the organizations, they still face difficulties to be able to gather these people equally.

Keywords: social inclusion; challenges; deficiency; inequality.

1 INTRODUÇÃO

Um dos temas que mais tem ganhado publicidade na última década, sendo de grande prioridade, é sobre a diversidade nas relações sociais, principalmente com tantas gerações que se diferem pelo momento histórico vivido. Abordar esse assunto junto à sociedade permite aumentar o respeito das diferenças existentes e a tolerância entre o convívio dos indivíduos em seus mais diversos momentos de sua vida (CAMPBELL, 2009). A definição de inclusão, segundo dicionário Luft (2002, p. 148), é “abranger, compreender, inserir, introduzir ou fazer parte”. Ainda, Campbell (2009, p. 75) conceitua inclusão social como o “conjunto de medidas direcionadas a indivíduos excluídos do meio social, seja por alguma deficiência física ou mental, cor da pele, orientação sexual, gênero ou poder aquisitivo dentro da comunidade”. Dessa forma, o intuito dessas medidas é proporcionar que todos os cidadãos tenham oportunidades de acesso à bens e serviços, como empregos e rendas.

Não há como falar de inclusão social sem falar do importante papel que as organizações têm junto a este público que por diversos motivos são excluídos de seus direitos. Sendo assim, a inclusão social no mercado de trabalho é essencial para reverter a realidade dos indivíduos menos favorecidos por uma sociedade capitalista e preconceituosa. Essas exclusões geralmente acontecem com mais frequência por idades diferentes, etnias, religiões, deficiências (PCD), classes sociais, nível de educação formal e na sociedade LGBTQ+.

O serviço é considerado por muitos como uma atividade cansativo do seu dia, e esse fato tem origem na etnologia da palavra, uma vez que essa palavra advém do latim “*campsat+ivo*, no qual significa cansaço e exausto. Contudo, por muito tempo esse significado prolongou na sociedade, até o momento em que o trabalho passou a ser uma atividade principal, o qual ocupa boa parte do tempo na

vida dos indivíduos, já que o mesmo é uma atividade necessária para saúde mental e financeira de toda a sociedade, sendo assim a inserção no mercado de trabalho cria uma grande expectativa (RIBERIO; LÉDA, 2005).

Na visão de Antunes (1999) o mercado de trabalho pode ser compreendido como o agrupamento de oportunidades de cunho empregatício ofertados por diferentes instituições, o qual possui regras informais e formais. Desenvolver um trabalho além de garantir uma qualidade de vida faz com que o indivíduo se torne útil para si mesmo e para a sociedade. Passar em um processo de seleção e ocupar um cargo em uma organização deveria ser uma questão de possuir competências necessárias e não por outros fatores.

O documento oficial da ONU chamado Declaração Universal dos Direitos Humanos assevera em seus artigos a liberdade e a igualdade, que devem estender-se a todos os seres humanos e estabelece que nenhuma discriminação, de qualquer origem, pode ser feita. A Lei Nº 13.146, de 6 de julho de 2015 (BRASIL, 2015), assegura as pessoas portadoras de deficiência condições de igualdade, nos direitos à vida, à habilitação e reabilitação, à saúde, à educação, à moradia e ao trabalho. Já a Lei Nº 12.288, de 20 de julho de 2010, assegura à população negra a efetivação da igualdade de oportunidades, a defesa dos direitos étnicos individuais, coletivos e difusos e o combate à discriminação e as demais formas de intolerância étnica. Mesmo tendo todos esses dispositivos legais vigentes, a descriminalização e a exclusão ainda é muito presente na vida desses grupos sociais.

Sobre a inclusão de LGBT no mercado de trabalho, foram realizados estudos em 2015, mostrando que muitas pessoas têm a tendência de guardar pra si sua opção sexual por medo de perder o emprego. A constituição brasileira garante a todas as pessoas o direito fundamental à vida e a participação em sociedade com o título cidadão. E quando há falta de oportunidades, nem sempre é pelo fato da pessoa não ter capacidade técnica para o cargo, mas por ser gay bissexual ou transgênero, seus direitos fundamentais são tolhidos. Por isso, as 65 inclusões LGBTQ+ no mercado de trabalho e em tantas outras frentes devem ser discutidas

com base nos pilares da justiça e da cidadania, assim como a inclusão de pessoas negras no mercado de trabalho.

Outro grupo de pessoas que sofrem para ter sua vaga no mercado de trabalho são as pessoas negras. Uma pesquisa realizada pelo IBGE em 2020 mostrou que 13,9 milhões de pessoas estão desempregadas e 28,7% subutilizados. Essa população recebe menos que as pessoas brancas independentemente do nível de instrução, profissionais negros possuem menos presença em cargos de suporte, média e alta gestão. São mais de 200 mil pessoas nessa base e mais da metade declarou ser parda ou preta. Ao responder sobre o cargo que ocupavam 47,6% dos negros trabalham no nível operacional ou auxiliar, e os diretores são apenas 0,7% (IBGE, 2020).

Quando o assunto é sobre pessoas com deficiência, temos no Brasil cerca de 46 milhões de brasileiros com algum tipo de deficiência, o que perfaz 25% da população. Em uma pesquisa realizada pelo IBGE, em 2016, o Brasil já conta com cerca de 400 mil PcDs empregados. Desse quantitativo, mais de 270 mil são formadas no ensino médio, com ensino superior incompleto ou estudos superiores concluídos. No mercado formal, as pessoas com deficiência representam apenas 0,9% do total de carteiras assinadas (IBGE, 2020).

Assim, nota-se que algumas empresas acreditam que ter uma vaga reservada para pessoas com deficiência (PCD) já é o suficiente para auxiliar na inclusão social no mercado de trabalho, no entanto, estão erradas. Primeiramente, tem que haver inclusão de todo o grupo que sofre com discriminação, grupo de pessoas com etnias diferentes, classes sociais, nível de escolaridade e a sexualidade. A pesquisa mostrou como é importante a inclusão social no mercado de trabalho para essas pessoas que precisam de um emprego para sobreviver.

Levando em consideração todos os dados fornecidos, a presente pesquisa foi norteadas pelas seguintes inquietações: As academias brasileiras têm abordado em suas pesquisas a inclusão social dos minoritários, assim como também os desafios encontrados por eles?

Essa pesquisa teve como objetivo geral verificar e analisar através das pesquisas no evento SEMEAD nas edições 2009 a 2020, se as empresas têm adotado a inclusão social em seus ambientes e quais os desafios encontrados por esses grupos sociais no mercado de trabalho.

Como objetivo específico propôs-se: Observar conceituadamente as afirmações a respeito da inclusão social no ambiente de trabalho; Coletar dados do evento SEMEAD entre os anos de 2009 a 2020; Identificar as dificuldades e os desafios que os grupos sociais estereotipados enfrentam quando o assunto é ingressar no mercado de trabalho; Observar quais formas esses grupos sociais têm buscado para superar esses preconceitos e discriminações no ambiente de trabalho e pesquisar a respeito das melhores medidas que podem ser tomadas para que mude esse cenário, e o que as empresas podem fazer para que esses grupos de pessoas não sofram tanta discriminação e consiga ter o seu lugar no mercado de trabalho.

Os resultados obtidos através de pesquisas e análises contatados neste artigo foram importantes para a academia e para os gestores empresariais, pois poderá proporcionar aprendizagem sobre o respeito e a tolerância, além de auxiliar os gestores nos processos de inclusão e adaptação no ambiente de trabalho, para que ao contratarem pessoas destes grupos sociais, elas se sintam mais seguras e confortáveis no ambiente profissional.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para responder ao problema de pesquisa e atingir o objetivo geral, os pesquisadores utilizaram como material e métodos, a pesquisa descritiva e exploratória, qualitativa e a revisão sistemática com análise de conteúdo. Essa pesquisa terá como objetivo principal analisar a inclusão social no mercado de trabalho e seus desafios para diferentes grupos de pessoas. A pesquisa foi realizada através do método quantitativo para que os dados fossem concretos. As pesquisas

quantitativas normalmente medem comportamentos, conhecimento, opiniões e atitudes.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para realizar o levantamento teórico sobre os principais conceitos abordados que colaborou para alcançar os objetivos que foram traçados. Conforme Barros e Lehfeld (2007, p.101), a pesquisa bibliográfica é utilizada para “resolver um problema ou adquirir conhecimento a partir do emprego predominante de informações advindas de material gráfico, sonoro e informatizado”. Por intermédio desta pesquisa os pesquisadores conseguiram ampliar o seu conhecimento sobre o assunto proposto e assim trazer sugestões de inclusão ao fazer a discussão dos resultados encontrados.

A pesquisa descritiva exploratória foi utilizada para analisar as informações obtidas. Segundo Cervo (2017, p. 37), trata-se da “discrição das características, propriedades ou relação existentes na comunidade, grupo ou realidade pesquisada”. Os estudos descritivos, assim como os exploratórios, favorecem uma pesquisa mais ampla e completa tendo uma formulação clara do problema e da hipótese como tentativa de solução.

Outro método utilizado foi à pesquisa qualitativa, pois é uma metodologia de caráter exploratório que busca compreender o comportamento das pessoas e analisar o porquê que isso acontece. Segundo Cooper, Donald e Schindler (2016, p. 92), a pesquisa qualitativa inclui um “conjunto de técnicas interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir e, de outra forma, apreender o significado, e não a frequência, de certos fenômenos que ocorrem de forma mais ou menos natural na sociedade”. Este método ajudou os pesquisadores nas discussões dos resultados assim como nas considerações finais de sua pesquisa.

Segundo Souza e Ribeiro (2009, p. 241), denomina-se revisão sistemática da literatura a revisão “planejada da literatura científica, que usa métodos sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente estudos relevantes sobre uma questão claramente formulada”. Dessa forma, foi utilizada a revisão sistemática para responder ao problema de pesquisa apresentado.

Para Bardin (2011, p. 76), o termo análise de conteúdo designa:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Dessa forma os pesquisadores utilizaram a análise de conteúdo para realizar uma análise do material coletado das publicações do evento Semead nos anos de 2009 a 2020.

Por fim, os dados foram coletados através do site <https://Semead.com.br/23/edicoes>, após ter acesso aos anais do XXI Semead2009, acessou-se a área temática com o tema gestão de pessoas, utilizando-se das palavras chaves, sendo elas: inclusão social, desafios, deficiência e desigualdade. Após, analisou-se todas as publicações para assim identificar os artigos que faziam parte do assunto proposto. Por fim, totalizou 340 artigos no tópico gestão de pessoas, sendo apenas 13 artigos aproveitados, ou seja, apenas 3,17% por conta de relevância e dos critérios estabelecido para a pesquisa.

3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Nesse tópico foram apresentados resultados obtidos por intermédio da análise sistemática aplicada por meio de uma pesquisa realizada pelo site da Semead (seminários em administração), referente aos anos 2009 a 2019, totalizando 340 artigos no tópico gestão de pessoas, sendo apenas 13 artigos aproveitados, tendo um total de apenas 3,71% por conta da relevância e dos critérios estabelecidos para a pesquisa. Abaixo temos o quadro com todos os dados coletados, número do evento, o número da área, o número dos artigos aproveitados, autores, objetivo da pesquisa, o ano da publicação, e outros dados para a melhor compreensão.

Quadro 1: Resumo da coleta dos dados

Nº evento	XII	XIII	XIV	XV	XVII	XVIII	XIX	XXII
Quant. Artigo na área	50	65	42	55	34	40	54.	88
Quant. Artigos aproveitados	3	2	1	2	1	3	1	1
Quant. Livros Ref.	1.13 2.15 3.16	1.14 2.3	1.5	1.17 2.12	1.3	1.7 2.11 3.11	1.54	0
Quant.Ref. Bibliográfica	1.7 2.11 9.9	1.40 1.13	1.32	1.28 2.42	1.18	1.24 2.51 3.43		1.3
Quant. de Inst. Pública	4	1	1	2	1	3	1	0
Quant. Artigos Ref.	1.6 2.3	1.12 2.5	1.25	1.8 2.14	1.24	1.16 2.38 3.31	1.5	1.39
Outras Ref.	0	1.14 2.0	1.2	1.3 2.2	1.3	1.1 2.2 3.3	1.40 1.9	1.39

Fonte: Os autores.

Analisando o quadro acima, observa-se que desde 2009 já existia 350 pesquisas, mas, apenas 13 artigos que falavam sobre a inclusão social no mercado

de trabalho. O artigo em questão tem como principal objetivo refletir sobre inclusão social no mercado de trabalho, considerando todo o tipo de desigualdade que acontece nos dias de hoje, muitas pessoas não conseguem uma oportunidade de trabalho, por causa de sua cor de pele ou por ter alguma deficiência física. Infelizmente, ainda há muitas empresas que não dão a real importância para esse assunto.

No ano de 2012 foram localizados 50 artigos, mais apenas 3 deles foram aproveitados. O primeiro artigo do evento XXI é uma pesquisa de abordagem qualitativa realizada através de um estudo de caso, adotando como instrumento de pesquisa as notas de campo, assim como entrevistas. Esse artigo teve como objetivo discutir a contribuição das organizações do terceiro no processo de inserção profissional de pessoas com deficiência, mostrando que tem características assistencialistas e pontuais nas ações praticadas na organização. Por fim, mostrou que a empresa objeto de pesquisa embora aumentasse as práticas de valorização da diversidade em seu quadro funcional ainda existe muitas melhorias a ser implantada. Por outro lado, apesar das dificuldades, mostrou também que as ações desenvolvidas trouxeram contribuições positivas para a redução de desempregos entre pessoas com deficiência.

O segundo estudo do evento XXI foi uma pesquisa de abordagem qualitativa, com o intuito de resolver o problema de exclusão dos indivíduos de raça negra nas organizações, realizado pela instituição Mackenzie. Foi uma análise sob a ótica da teoria institucional, podendo ser entendido por meio do isomorfismo organizacional. O objetivo da pesquisa realizada foi uma reflexão de questão relacionada à inclusão de pessoas negras nas organizações à luz da teoria institucional, tendo como “pano de fundo” o isomorfismo organizacional. As pessoas de raça negra nas organizações é um fator preponderante para o sucesso de muitas organizações, embora poucas tenham consciência disso. A análise mostrou que a população brasileira em termos de cor/raça autodeclaradas se encontrava em 2006 em 55,2% dos homens e 49,7% das mulheres (IBGE, 2020).

E, por fim, o estudo descreveu que muitas organizações têm programas de inclusão social, não somente as impostas por forças da lei, mas também outras formas de fazerem a diferença e se beneficiarem da força de trabalho diversa como fator de diferenciação.

O terceiro estudo foi sobre o tema conflito na relação trabalho e família de mulheres gerentes – o caso do Banco do Brasil, onde o estudo dos autores buscou identificar as influências das relações familiares nas práticas gerenciais, segundo a percepção de mulheres-gerentes, que atuam em uma agência do Banco do Brasil, localizada na cidade de Natal/RN. Tratou-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa realizada por intermédio de uma entrevista semiestruturada com quatro mulheres gerentes. Os resultados mostraram que os conflitos entre a prática gerencial e as relações em família ocorrem de forma bidirecional e tem implicações que influenciam tanto um quanto o outro domínio, bem como a própria vida da gerente.

Em 2010, do total de 65 foram aproveitadas duas, sendo a primeira com o título “O homem um ser social?” Os desafios na inserção de portadores de deficiência no mercado de trabalho”. A pesquisa tinha como objetivo geral, como citado no próprio estudo, identificar as ações predominantes para o processo de inserção dos colaboradores portadores de deficiência no mercado trabalho, visando atender as exigências legais e cumprir com seu papel na sociedade. A metodologia utilizada para a pesquisa foi de abordagem qualitativa, de natureza exploratória, realizada através de uma entrevista semiestruturada com cinco colaboradores, sendo três integrantes do grupo que trabalha com inserção de profissionais portadores de deficiências e dois líderes que atuam no processo produtivo.

Por fim, o estudo teve como resultado que já foram mapeados alguns setores da organização que permitem que pessoas com algum tipo de limitações sejam contratadas para cumprir a jornada laboral. Foram identificadas algumas dificuldades sem relação à inclusão do PcD's, como por exemplo, diferença entre a percepção dos colegas do PcD (Pessoa com Deficiência) e sua liderança. O outro dilema referente às pessoas com necessidade especiais é a falta de dados

estatísticos oficiais na cidade onde está instalada a empresa. Através dos resultados obtidos, a empresa está promovendo ações que ajuda positivamente no crescimento da consciência e posterior sensibilidade dos funcionários e da liderança, para que ocorram mudanças conforme a lei estabelece, ao tempo que se firmem as políticas de responsabilidade social.

A segunda pesquisa foi sobre o tema a integração, socialização e os fatores que interferem no processo de contratação de pessoas com deficiência e há evidência que questões como intolerância, preconceito, tratamento de desigualdade e desrespeito ainda são características predominantes no contexto empresarial. O objetivo desta pesquisa foi o de analisar a relação entre o deficiente e sua inserção no mercado de trabalho, considerando os aspectos legais, a preocupação com a responsabilidade socioambiental e as parcerias com instituições e com o governo para promover a profissionalização e a inclusão. Tratou-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa descritiva, baseada em questionários, observação em campos além de estudos de artigos científicos da literatura existente.

No ano seguinte, em 2011, um estudo foi realizado sobre os desafios da mulher em cargos de liderança, que buscou identificar e analisar os desafios encontrados pelas mulheres que ocupam cargos de liderança, ao gerenciar suas equipes de trabalho e, concomitantemente, administrar a sua vida pessoal.

Segundo Kolb, Rubin e McIntyre (1978), o líder encontra algumas dificuldades no cotidiano da sua função, destacando como seus principais problemas a responsabilidade, a autoridade, a delegação de tarefas, a definição de objetivos, o controle, a avaliação de desempenho dos profissionais, a formação de equipes e o manejo dos conflitos.

Os dados da pesquisa foram coletados por intermédio de uma entrevista semiestruturada, buscando compreender e detectar a trajetória da mulher no âmbito empresarial até a conquista do cargo de liderança. É importante ressaltar que a empresa utilizada na pesquisa, em quase 60 anos da sua existência, apenas duas mulheres ocuparam um cargo na diretoria, composto por sua maioria por homens e, até o momento em que foi realizada a pesquisa, nenhuma mulher esteve no

comando da empresa, ocupando o cargo de presidente. Outras possibilidades de pesquisas são voltadas à investigação da posição das pessoas com deficiência sobre a inclusão nessas empresas, bem como estabelecer um conjunto de execução de RH.

No ano de 2012, foram encontrados dois estudos, o primeiro estudo que tratava sobre a análise das práticas de RH voltadas às pessoas com deficiência nas organizações, com objetivo de buscar se há práticas seguidas pelas empresas para a inclusão organizacional dessas pessoas e se essas práticas estão relacionadas às estratégias organizacionais e a gestão da diversidade.

Este estudo analisou setenta empresas escolhidas aleatoriamente dentre as 150 melhores empresas para se trabalhar, tendo como base a pesquisa de 2009. Teve como resultado que as práticas de RH mais mencionadas nas organizações foram a execução de palestras educacionais e treinamentos de sensibilização dos colaboradores, objetivando a inclusão dos PcDs no ambiente de trabalho. O alinhamento das práticas de RH voltadas para PcDs com o código de conduta e ética foi constatado em menos de 40% das empresas estudadas.

O segundo artigo tem como objetivo citado pela autora Alice Gerlane (2012, p.1), é de identificar as adaptações das políticas de Rh para a inclusão das pessoas com deficiência em quatro indústrias de campina Grande – PB. Usou uma abordagem qualitativa descritiva e como instrumento de coleta de dados foi realizada uma entrevista semiestruturada, tendo como problema de pesquisa a aceitação e o convívio das diversidades. Observou se que as empresas criaram adaptações em alguns aspectos, mas ficou evidente que as mudanças nas indústrias não se apresentam como suficientes para que ocorra uma mudança da sociedade e das organizações como pré-requisito para que se consiga exercer a real cidadania.

Por fim, em relação ao processo de recrutamento, percebeu que a preocupação inicial das empresas ainda é claramente o atendimento da imposição legal, ou seja, a inserção do portador na empresa, mais por outro lado, continua com o mesmo processo independente das características desejadas.

No ano de 2014 uma pesquisa foi realizada com o objetivo de conhecer, na visão dos PcDs, o que ajuda para a sua empregabilidade e compor conclusões sobre a inclusão dos mesmos em mercado de trabalho da cidade de Catalão e região, o que eles colaboram para conseguir um emprego e o que faz para permanecerem empregadas.

Sendo assim, constatou-se a inserção de profissionais com deficiência em organizações, na cidade de Catalão, pelo menos três dessas organizações são representativas na contratação de pessoas com deficiência. Uma das hipóteses desta representatividade é porque as empresas precisam cumprir os termos percentuais da lei.

No ano seguinte, em 2015, foram encontrados três estudos na área, sendo que a primeira pesquisa e refere a um estudo de caso numa universidade corporativa, onde foram efetuados questionários com os estrategistas e também com os portadores de deficiência. A pesquisa teve como objetivo analisar os processos de inclusão social em empresas, procurando indicar se estes viabilizam o reconhecimento profissional do indivíduo com deficiência. A metodologia utilizada foi uma pesquisa documental e os dados coletados foram realizados por intermédio de um questionário com perguntas abertas e fechadas.

Detectou-se que entre os portadores de deficiência, quanto à escolarização, geralmente é mais baixo que a população sem deficiência. Sabrinha dos Santos (2015, p.15) sobre a empregabilidade “todos afirmaram ter outras experiências profissionais, sendo a maioria em empresas privadas, onde ocuparam cargos de nível médio e não receberam capacitações por parte destas empresas”, e que as ações indicadas neste artigo visam estabelecer uma inclusão bem planejada, com ações de conscientização e integração, onde as pessoas com deficiência estejam devidamente inseridas nas funções e possam ter um bom desempenho profissional, acarretando em ganho para os colaboradores e para a empresa.

No segundo estudo do evento XVIII, teve como problema identificar e detectar quais eram as características das contribuições científicas nacional sobre gêneros publicados no campo da administração no evento ENANPAD. Para alcançar

o objetivo da pesquisa em questão foi utilizada a pesquisa bibliométrica, objetivando caracterizar as publicações sobre o gênero no mercado de trabalho. Foi preparado um portfólio de 25 artigos, os quais foram considerados posteriormente com o objetivo de analisar as publicações sobre gênero publicadas no ENANPAD no período de 2004 a 2014 que inserem esse debate no campo de administração. Concluiu-se que a mulher de hoje já conseguiu conquistar um espaço de reconhecimento, que rompeu grandes barreiras, e se mostrou extremamente apta a competir no mesmo nível que os homens no campo empresarial.

O último estudo é sobre como ocorre o processo de inclusão no mercado de trabalho de pessoas portadoras da síndrome de Down. A metodologia utilizada foi a qualitativa descritiva. As pessoas que realizaram a pesquisa foram três portadores da síndrome de Down, acompanhados dos seus tutores, para maiores esclarecimentos e também os gestores das organizações de onde os mesmos trabalham, tendo como objetivo compreender como a empresa permite um espaço social, agregando oportunidades e crescimento ouse apenas estão cumprindo leis trabalhistas.

De acordo com Sarno (2007), a captação de pessoas é uma prática ampla que inicia com a definição e característica das necessidades organizacionais, alcançando estabelecer a relação de trabalho em si. Concluiu-se que a falta de informação referente à síndrome de Down e sua inclusão é genérica, que abrange desde as famílias até os gestores, porém, referente a este estudo, observou a valorização dos portadores nas organizações, referente aos relacionamentos com colegas de trabalho, organização e clientes. Há várias problemáticas para a inserção do portador de deficiência no mercado de trabalho, as empresas necessitam desenvolver políticas para esta inserção e ainda há a questão de que os indivíduos portadores da síndrome de Down que apresentam baixa escolaridade e diminuem ainda mais a oportunidade de uma vaga de emprego

No ano de 2016, foi aproveitado apenas um estudo tendo como problema de pesquisa entender como as empresas criam a inclusão de pessoas com deficiência no ambiente organizacional. A abordagem metodológica utilizada foi uma pesquisa

de abordagem qualitativa, realizada com a utilização de entrevista com profissionais de duas empresas de consultoria que realizam o processo de recrutamento e seleção de PcDs.

Por fim, constatou-se que as organizações contratam sem terem a preocupação com a sua acessibilidade que não há estratégias de desenvolvimento, promoção, retenção e desligamento destes colaboradores. Estas empresas buscam apenas uma inclusão numérica com o objetivo de cumprir a Lei de Cotas. Os pesquisadores sugerem para trabalhos futuros que seja realizado um estudo com os gestores e pessoas com deficiências, pois dessa forma pode-se captar a opinião de ambos sobre a inclusão social nas organizações e trazer melhorias nas ações afirmativas sobre contratação de pessoas com deficiência.

No último ano do evento, em 2019, foi realizada uma pesquisa com objetivo de mapear a produção científica, em periódicos nacionais, sobre as práticas de recursos humanos para a inclusão, e para isso, utilizou-se de uma pesquisa bibliométrica, utilizando-se de análise qualitativa e quantitativa para a análise dos dados.

Por meio da análise bibliométrica da produção científica brasileira, sobre as práticas de RH para a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, indexadas na base de dados do Portal CAPES, percebeu-se que, embora o ano de 2017 tenha sido de baixa publicação, foi possível comparar o crescimento no número de produções ao longo de nove anos (do ano 2009 até 2017). Esse fato indica aumento e pode reforçar a temática no campo da pesquisa científica. Por outro lado, este crescimento ainda pode ser considerado baixo, quando comparado à importância desse tema para as organizações e para a sociedade em geral.

Após analisar todas as publicações científicas apresentadas no evento do Semead, notaram-se algumas questões de relevância para esse estudo. Quanto aos autores das publicações citados nos artigos teve um total de 42, sendo eles 17 do sexo masculino e 25 do sexo feminino. Estes dados mostram que há mais mulheres pesquisadoras sobre o tema abordado.

Quanto às instituições de ensino, identificou-se que do total de 21, 8 são universidades privadas e 13 universidades públicas. Neste sentido, as universidades públicas têm mais pesquisadores que os particulares. O método de abordagem mais utilizado pelos autores foi à pesquisa qualitativa, seguida da pesquisa semiestruturada.

Por fim, ao verificar a quantidade de referências bibliográficas, identificou-se que do total de 321 referências, 226 foram artigos, 181 livros e 118 referentes a outros tipos de materiais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa proporcionou demonstrar dentro da área de gestão de pessoas a importância de tratar sobre a inclusão social no mercado de trabalho, com os dados coletados das edições XII a XXII do Semead (Seminário em Administração) das edições de 2009 a 2020, por meio de análise dos conteúdos selecionados.

A realização desta pesquisa deu-se pela necessidade dos pesquisadores identificarem as dificuldades e os desafios que os grupos sociais estereotipados enfrentam quando o assunto é ingressar no mercado de trabalho e observar quais formas esses grupos sociais têm buscado para superar esses preconceitos e discriminações no ambiente de trabalho.

As análises dos pesquisadores do evento Semead mostraram que as organizações estão tomando as devidas providências para a inclusão social, mas que ainda tem muita dificuldade para essas pessoas. Além do mais, revelou que é um assunto pouco pesquisado nas academias, pois teve anos do evento que não teve publicações sobre esse tema.

Desta forma, ficaram evidentes que as organizações contratam sim essas pessoas, independentes de como elas sejam, até porque tem que cumprir a Lei 8.213/91 que assegura os direitos delas. Os autores dos estudos mostraram que pessoas com etnia diferente, mulheres com cargo de liderança, pessoas com

deficiências, pessoas portadoras da síndrome Down, passam por desafios para conseguir chegar a posições melhores em uma organização.

Uma das limitações que pode ser exposta quanto a essa pesquisa é que ela foi realizada apenas com dados de um evento científico. Por isso, faz-se necessário para futuras pesquisas algumas sugestões de melhorias: a) Realizar a mesma pesquisa utilizando outros eventos científicos para a coleta de dados; b) Analisar eventos de outras regiões do Brasil (Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul) e assim fazer uma comparação entre elas.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, R. O mundo precarizado do trabalho e seus significados. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 55-59, 1999.
- BARDIN, L. 2011. **Análise De Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- LUFT Celso, Pedro, **Dicionário Escolar da Língua Portuguesa**. Editora Ática, 2021
- BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 158 p.
- BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Brasília, 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 24 mar. 2021.
- BRASIL. **Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010**, Brasília, 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12288.htm. Acesso em: 28 de mar. 2021
- CAMPBELL, S. I. **As múltiplas faces da inclusão**. Rio de Janeiro: Editora Wak, 2009.
- CERVO, A. L. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson PreticeHall, 2017.
- COOPER, D. R; SCHINDLER. P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 12. ed. Porto Alegre:AMGH, 2016.
- GERLANE, A. C. D. S. **Inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho: adaptação das políticas e praticas da gestão de pessoas**, 2012.
- IBGE. **Desemprego**. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em: 24 março. 2021

IBGE. **Pessoas com Deficiência**. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em:

<https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/20551-pessoas-com-deficiencia.html>. Acesso em: 24 março. 2021

KOLB, D. A.; RUBIN, I. R.; McINTYRE, J. M. **Psicologia organizacional**: uma abordagem vivencial. São Paulo: Atlas, 1978

MOR BARAK, M. E. Beyond affirmative Action: Toward a Model of Diversity and Organization al Inclusion. **Administration in Social Work**, Cidade, v. 23: n. 3-4, p. 47-68, 2000.

RIBEIRO, C.; LÉDA, D. O Significado do Trabalho em Tempos de Reestruturação produtiva. **Estudos e pesquisas em psicologia**, n. 2, p.76-86, 2005. Disponível em: https://www.ucv.edu.br/fotos/files/TCC-2016-1_Franciely.pdf. Acesso em: 15 set. 2015.

SANTOS, S. P. **Processo de inclusão de pessoas com deficiência**: limites e possibilidade das ações corporativas na construção do reconhecimento profissional, 2015.

SARNO, C. R. Captação de pessoas com deficiência intelectual: um estudo comparado. 2007.

SOUSA, M. R.; RIBEIRO, A. L. P. Revisão sistemática e meta-análise de estudos de diagnóstico e prognóstico: um tutorial. **Arq. Bras. Cardiol.**, São Paulo, v. 92, n. 3, p. 241-251, Mar. 2009.

ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO EMPREGO FORMAL NOS MUNICÍPIOS QUE COMPÕE A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE SÃO MATHEUS (PARANÁ)

ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF FORMAL EMPLOYMENT IN THE MUNICIPALITIES THAT MAKE UP THE GEOGRAPHIC INDICATION OF SÃO MATHEUS (PARANÁ)

Gabriela Cristina Covalchuk
gabrielacovalchuk@hotmail.com
Mestranda PPGCSA/UEPG

Mirna de Lima Medeiros
mirnadelimamedeiros@gmail.com
Professora do Curso de Turismo e do PPGCSA/UEPG

RESUMO

As indicações geográficas podem ser definidas como um signo utilizado para identificar produtos que tem uma origem geográfica concreta e possuem qualidades, ou uma reputação, derivada especificamente de seu lugar de origem. No caso da erva-mate, considerando que a IG gera melhoria da qualidade de vida dos produtores, implicando em incremento da renda dos produtores e de empregos diretos e indiretos, houve tendência a criação de maior número de postos de trabalho nos municípios componentes da área delimitada da IG-Mathe. Através do histórico na região paranaense e a relevância dos municípios protegidos pela propriedade industrial, realiza-se análise da tensão com os demais municípios selecionados para parâmetro. Para realização da análise, utiliza-se a análise longitudinal como metodologia empregada. O objetivo é compreender se haveria uma atração de mão-de-obra diante da cadeia produtiva da erva-mate, detentora de indicação de procedência. Assim, são comparados os níveis de empregados dos municípios abrangidos pela IG-Mathe e agrupados conforme padrões de evolução do emprego formal no período de 2014 a 2019, responder o questionamento, se houve aumento ou diminuição nas atividades que guardam correlação com a produção da erva-mate.

Palavras-chaves: propriedade coletiva; indicações geográficas; IG-Mathe; trabalho formal.

ABSTRACT

Geographical indications can be defined as a sign used to identify products that have a concrete geographical origin and possess qualities, or a reputation, derived specifically from their place of origin. In the case of yerba mate, considering that the GI generates an improvement in the producers' quality of life, implying an increase in the producers' income and in direct and indirect jobs, there was a tendency to create a greater number of jobs in the municipalities within the delimited area of the GI-Mathe. To carry out the analysis, longitudinal analysis is used as the methodology employed. The objective is to understand if there would be a labor attraction in front of the yerba mate productive chain, owner of the indication of origin. Thus, the levels of employees of the municipalities covered by the GI-Mathe are compared and grouped according to patterns of formal employment evolution in the period from 2014 to 2019, to answer the question whether there was an increase or decrease in activities that correlate with the production of yerba mate.

Keywords: collective property; geographical indications; GI-Mathe; formal work.

28

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



1 INTRODUÇÃO

As indicações geográficas referem-se a um nome geográfico de algum produto ou serviço que se torna distintivo dentre seus semelhantes ou afins, a partir de sua fama e/ou características que podem ser atribuídas a sua origem geográfica, configurando o reflexo de fatores naturais e humanos (BRASIL, 2021).

A noção de indicação geográfica surge de forma gradativa, quando percebido que a qualidade de determinados produtos não eram encontrados em outras localidades. Normatizada por organismos internacionais, como a Organização Mundial do Comércio (OMC), Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a proteção das IGs é regulamentada por meio da Lei nº 9.279/96, a Lei da Propriedade Industrial. Para o seu reconhecimento, os procedimentos para os pedidos de registro e outras definições técnicas estão dispostas no Manual de Indicações Geográficas do INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, publicado na Revista da Propriedade Industrial nº 2609, em 05 de janeiro de 2021 (INPI, 2021).

Há duas modalidades de indicações geográficas no Brasil, a Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), regulamentadas pela Lei nº 9.279/1996. A indicação de procedência, prevista no art. 177 da mencionada Lei, exige somente a notoriedade do local de origem dos produtos ou serviços, ao passo que, a denominação de origem, disposta no art. 187 da referida legislação, exige elementos que comprovem que o produto/serviço possui uma qualidade ou característica que se deve essencialmente ao local (meio geográfico) de origem, considerando os fatores naturais e humanos.

A notoriedade é a fama que um produto ou serviço tem em função de suas qualidades reconhecidas pelos consumidores, e nas IGs elas se reportam a uma região ou localidade.

Como as indicações geográficas servem como estratégia a fim de estimular ou fortalecer o desenvolvimento regional ao agregar valor aos produtos, seus aspectos econômicos têm relação intrínseca com o aumento da produção, a

expansão do mercado nacional e internacional, bem como ao estímulo das atividades complementares, promovendo maior desenvolvimento social e econômico, e garantindo proteção jurídica aos produtos reconhecidos pela IG (PELLIN, 2016). As IGs por inspirar confiança nos consumidores, geram o aumento do valor agregado, e podem propiciar maior oferta de empregos pela comercialização dos produtos (FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012), e podem auxiliar no crescimento de empregos diretos e indiretos, visto que por terem potencial no mercado, auxiliam na qualidade de vida dos produtores.

Localizada no sul do país, a indicação geográfica de São Matheus (IG-Mathe), foi reconhecida na modalidade de indicação de procedência, exigindo apenas a notoriedade do local de origem dos produtos ou serviços. Abarca seis municípios localizados na mesorregião sudeste do Paraná (São Mateus do Sul, Antônio Olinto, São João do Triunfo, Rebouças e Rio Azul). Conforme colhe-se do Regulamento de Uso da IG-Mathe, possui como princípios, a produção sustentável da erva-mate, o respeito à história, a tradição da atividade ervateira local e a valorização dos recursos naturais da região de São Mateus, em que os produtos são elaborados a partir de partes vegetais de erva-mate, tendo como principal centralização da atividade na região, o porto à beira do rio Iguaçu.

A erva-mate tem como fator de referência a análise da cadeia produtiva, que auxilia a estabelecer a harmonização de políticas e mecanismos governamentais, diante da competitividade em mercados e a reorganização das atividades no setor ervateiro paranaense. Conforme lecionam os referidos autores, diante dos princípios de desenvolvimento integrado, a erva-mate apresenta tendência em criar maiores postos de trabalho em relação à agricultura extensiva, considerando o impacto dessa atividade na área da IG, especialmente diante de sua relevância e notoriedade reconhecida.

A partir disso, objetiva-se analisar os padrões de evolução pelos quais passou o emprego formal em atividades correlacionadas ao cultivo da erva mate nos municípios que compõem a indicação geográfica de São Matheus no período de 2014 a 2019, considerando que o instituto foi reconhecido à região em 2016, de

forma a responder o questionamento: houve uma atração de mão-de-obra diante da cadeia produtiva da erva-mate?

Para atender ao objetivo proposto, o artigo se estrutura da seguinte forma: inicialmente, são abordados os conceitos correlatos e aspectos históricos e relevantes relacionados ao tema. No segundo tópico, serão explicitados os procedimentos metodológicos utilizados ao desenvolvimento da pesquisa. No terceiro tópico, são expostos os resultados da análise, destacando aspectos econômicos e sociais, e as articulações desencadeadas pela indicação geográfica de São Matheus.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A tendência moderna econômica, que causa a territorialização das indicações geográficas, é influenciada pelos fatores de produção e serviços, que reforçam os aspectos humanos de capital, e enraízam a produção em coordenadas pré-determinadas e fixas (ANJOS, 2020). Ao influenciar a comunidade local em seu conjunto, com aproveitamento dos recursos que o território proporciona, a indicação geográfica torna-se um instrumento para o desenvolvimento da propriedade coletiva

As indicações geográficas podem significar aumento do valor do mercado dos produtos, em que, conforme leciona Kelly Bruch (2008), serve de indutor ao desenvolvimento de algumas regiões. Portanto, é imprescindível para sustentabilidade financeira das atividades, especialmente pela forma de inserção econômica de regiões rurais ou não metropolitanas, como é o cultivo da monocultura e a instalação de algumas indústrias nesses ambientes (BRUCH, 2008).

Ao ser reconhecida, a IG impulsiona não apenas a atividade de produção e industrialização, mas também contribui à preservação ambiental, auxiliando na valorização do patrimônio cultural, ambiental, no turismo, oportunizando e ampliando as formas de rendimento dos produtores, e desenvolvendo novos produtos e subprodutos oriundos da erva-mate (MARQUES, 2014).

Com relação a essa produção é importante relatar brevemente o seu histórico para demonstrar a importância e a relevância que a erva-mate teve para o Paraná, especialmente no que tange à geração de empregos e o fomento da indústria. Ademais, esse histórico e modo produtivo certamente corroborou para a notoriedade e conseqüente obtenção da supramencionada indicação geográfica.

Desde o Estado moderno, o mercantilismo europeu traduz o domínio dos mares e obtenções de colônias, fazendo com que o desenvolvimento político e econômico esteja sempre conectado ao comércio. Entre o século XIX e XX, as ondas migratórias ganham relevante força, impulsionando os avanços do capitalismo e da transição demográfica, fazendo com que migrantes intencionados a trabalhar na lavoura, plantar e criar, deixassem suas marcas na terra e constituíssem suas famílias. Voltassem para dar vazão ao sentimento de novo que, paulatinamente, contribuía ao desenraizamento da população, embora ainda fossem considerados principais instrumentos de mão-de-obra fabril (NADALIN, 2001).

Balhana (1969) afirma que o processo de urbanização ao avançar no século XIX, dá continuidade ao desenvolvimento da economia monetária, além das atividades comerciais, contribuindo à deterioração dos negócios de invernagem. Já nas regiões interioranas, outras formas de desenvolvimento e exploração de recursos naturais e de mão de obra se destacam, como é o caso do segmento ervateiro, que possui relevante contribuição do trabalho do migrante.

Na região sul do Brasil, com a forte ocupação de áreas inexploradas, em meados da década de 1830, intensifica-se o extrativismo (MACEDO, 1995). No período em que a Província do Paraná começa a estabelecer relações trabalhistas no âmbito capitalista, no século XIX, desenvolve-se especialmente a indústria ervateira, que desencadeia um novo aperfeiçoamento tecnológico (TRINDADE; ANDREAZZA, 2001).

A introdução das atividades econômicas relacionadas à erva-mate generalizou as relações capitalistas de produção, com o chamado Ciclo do Mate, em que o trabalho assalariado e a adoção de técnicas produtivas industriais dão azo à industrialização e à criação de uma burguesia industrial paranaense (OLIVEIRA,

2001). Introduce-se uma divisão de trabalho sofisticada, agregando contingentes cada vez maiores ao processo produtivo, na qual a primeira etapa trata do processo de colheita, a segunda etapa com a torra e a moagem das folhas, para então comercializar a erva pronta para consumo.

Instrumentaliza-se na região, fundamentalmente, a consolidação da ocupação do solo e valorização econômica através da força braçal da mão-de-obra escrava, no primeiro momento. Nesse período, verifica-se que cada vez mais os produtos preenchem “a função do sistema de colonização no contexto do capitalismo mercantil” (NOVAIS, 1974), evidenciando que a escravidão é intrínseca ao processo de expansão colonial, implementando e exercendo papel fundamental na dinâmica econômica de crescimento.

Isso se deve ao fato entre os séculos XVIII a XIX, a economia capitalista agrega em suas características a formação social dos regimes trabalhistas, com especial utilização da escravidão (CARDOSO, 1971 *apud* SANTOS, 2001). Na economia paranaense, essa lógica se estrutura como economia comercial, em que a exploração da erva-mate se torna essencial à consideração deste contexto (LINHARES, 1990).

A conjuntura político-econômica do século XIX, permite o avanço da exploração da erva-mate no Paraná, demonstrando que as unidades produtivas que “(...) se encontravam preferencialmente nas cidades ou em seus arredores, provocava imediata urbanização de seu entorno” (PEREIRA, 1996).

Em virtude da crise de 1929, a produção ervateira perde sua ascensão, houve incentivos à diversificação da cultura, dando espaço à produção madeireira, gerando consequências à produção de erva-mate, que sofreu com a falta de organização e emparelhamento técnico (LINHARES, 1990), tendo em vista que “quase tudo obedecia ao trabalho manual”, empregado pela mão-de-obra livre e escrava. Para adaptação e modernização do setor, aumentou-se o orçamento paranaense, especialmente à indústria e ao comércio.

Diante da expressiva produção de erva-mate no território paranaense, especialmente na região sul do Estado, não se descuida que a identificação e a

produção de erva-mate não é um hábito exclusivo dos municípios que compõem a IG-Mathe. Contudo, é a produção mais expressiva dentre os demais municípios, estando São Mateus do Sul em posição de liderança e hegemonia em relação à produção total da região (IPARDES, 2021).

Com o passar dos anos, constatou-se a necessidade de reinventar e adequar o ciclo do mate às novas dinâmicas industriais e às novas ferramentas, inclusive comerciais e governamentais existentes. Uma das possibilidades foi o resgate do reconhecimento da erva-mate como meio de identificação da região.

A Indicação Geográfica de São Mateus, IG-Mathe, foi requerida em novembro de 2015 e concedida em outubro de 2016, pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), e abarca os municípios demonstrados na figura a seguir:

Figura 1 - Municípios abarcados pela Indicação Geográfica de São Mateus



Fonte: www.ig-Mathe.com.br

A qualidade e notoriedade proporcionada pelo cultivo da erva-mate se deu em razão do sombreamento fornecido pela mata nativa, como Araucária, Imbuia e Cedro. A genética é natural da região, e diante da procedência nativa proporcionam

anatomia, cor e sabor específicos, possibilitando o reconhecimento da erva-mate local na modalidade de indicação de procedência, pois atende os requisitos de notoriedade originária do local do produto (IG-Mathe).

A representatividade e a importância da erva-mate no município de São Mateus do Sul são evidentes, conforme se verifica dos dados levantados pelo Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social - IPARDES, de outubro de 2021, ilustrados na figura 2.

Figura 2 - Dados sobre a produção agrícola no município de São Mateus do Sul

ÁREA COLHIDA, PRODUÇÃO, RENDIMENTO MÉDIO E VALOR DA PRODUÇÃO AGRÍCOLA PELO TIPO DE CULTURA PERMANENTE - 2020

CULTURA PERMANENTE	ÁREA COLHIDA (ha)	PRODUÇÃO (t)	RENDIMENTO MÉDIO (kg/ha)	VALOR (R\$1.000,00)
Banana (cacho)	1	3	3.000	3
Caqui	3	30	10.000	54
Erva-mate (folha verde)	7.777	50.000	6.429	65.000

Fonte: IPARDES (2021)

Colhe-se do levantamento de dados feito pelo IPARDES, que a dimensão de áreas colhidas, produção, rendimento médio e o valor gerado pela produção revela possíveis estímulos pela indicação geográfica. Ressalta-se que os dados trazidos dizem respeito apenas ao Município de São Mateus do Sul, em especial por sua relevância produtiva com relação a erva-mate dentro do cenário paranaense e brasileiro (IPARDES, 2021).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo busca identificar, através do emprego de análise longitudinal, em comparação aos níveis de empregados dos municípios abrangidos pela IG-Mathe e agrupá-los conforme padrões de evolução do emprego formal no período de 2014 a 2019, se houve aumento ou diminuição nas atividades que guardam correlação com a produção da erva-mate, desde o reconhecimento da IG

Para tanto, os dados de emprego formal foram obtidos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS VINCULO) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), que faz um levantamento da situação trabalhista do país. Se considerou os municípios que compõem a IG-Mathe (São Mateus do Sul, Antônio Olinto, São João do Triunfo, Rebouças, Rio Azul e Mallet), em comparativo com os municípios de União da Vitória, Bituruna, Cruz Machado, General Carneiro, Paula Freitas, e Porto Vitória, que não são abarcados pela IG em questão, e não possuem nem pleitearam o reconhecimento de IG, muito embora também sejam municípios que também produzem erva-mate.

Esta pesquisa é caracterizada como de natureza quantitativa comparativa e descritiva, considerando que seu uso é determinado por características já existentes, que em um universo pesquisado, serão analisadas poucas variáveis a fim de identificar eventual desenvolvimento.

Justifica-se a escolha dos municípios pela proximidade territorial (80 km de distância entre São Mateus do Sul e União da Vitória), além da similaridade com o número de habitantes, eis que São Mateus do Sul conta com aproximadamente 40 mil habitantes, ao passo que União da Vitória com aproximadamente 57.913 habitantes. Assim, pelas características socioeconômicas, políticas e geográficas muito próximas, realizou-se o comparativo da pesquisa. Assim, a análise considerou os anos de 2014 a 2019, de forma a manter a proporcionalidade da média de três anos na mensuração da evolução de empregos formais: 2014-2016; 2017-2019.

Os municípios da análise em tela são referenciados pela cor rosa na região sul do Paraná, conforme a figura a seguir:

Figura 3 - Localização dos municípios em análise



Fonte: [Mapas Municípios do Paraná] ([2011?])¹

Convém ressaltar que o índice de desenvolvimento humano dos municípios escolhidos para a análise comparativa, integrantes ou não do IG-Mathe, está próximo. Todos se encontram na categoria de desenvolvimento médio, conforme tabela 1 abaixo. Desde já, realiza-se a separação entre os municípios que abarcam a IG-Mathe, e os municípios comparados.

Tabela 1 - IDHM

São Mateus do Sul	Mallet	Rio Azul	Rebouças	Antônio Olinto	São João do Triunfo
0.719	0.708	0.538	0.559	0.656	0.629
106º	117º	138º	153º	169º	196º
União da Vitória	Paula Freitas	Porto Vitória	Bituruna	Cruz Machado	General Carneiro
0.740	0.717	0.558	0.667	0.664	0.652

¹ [MAPAS MUNICÍPIOS DO PARANÁ], [2021?]. Disponível em: https://2.bp.blogspot.com/-8KlVdaKRWvM/TqatWxVqm-I/AAAAAAAAAaQ/gP_1eUHsJ4Q/s1600/mapa_regioes-pr.jpg. Acesso em 25 out. 2021.

85º	108º	140º	158º	161º	173º
-----	------	------	------	------	------

Fonte: As autoras.

Os dados sobre o emprego formal foram obtidos através da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) para cada um dos municípios indicados. Depois de obter-se as taxas entre os períodos 2014-2016 e 2017-2019, foram tabuladas em intervalos de variações estratificados em 100%.

Embora seja aplicado a pequeno número de observações, a intenção é analisar diversidades, combinando atributos de desenvolvimento a fim de inferir o objeto proposto.

Propõe-se como finalidade identificar o efeito da IG (variável independente) no emprego formal (variável dependente), verificando possíveis causa-efeito entre as variáveis. O cálculo da variância, em representação, segue a fórmula:

$$s^2 = \frac{\sum_i^n (X_i - \bar{X})^2}{(n - 1)}$$

Buscou-se uma análise pequena (6 a 12), objetivando apresentar uma exata a possível evolução entre os municípios, tendo em vista que os elementos da amostra serão a análise dos empregos formais, definidas do ano de 2014-2016 e 2017-2019, tendo a similaridade definida pelas razões já expostas, em por fim, será validado os resultados encontrados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Os dados sobre emprego formal nas regiões, obtidos a partir da RAIS, permitiram uma análise dinâmica desta variável para apontamento do desenvolvimento da região abarcada pelo IG-Mathe.

Conforme a tabela 2, a situação dos municípios apresentou uma estabilização e até mesmo uma recuperação, contribuindo para elevação no número de empregos formais na Indústria, Construção Civil, Comércio, Serviços,

Agropecuária e Agricultura, setores que estão intrinsecamente ligados ao desenvolvimento a partir do patrimônio territorial. Os municípios obtiveram, nos anos correntes de 2019 a 2014, em totalidade, os números de empregos formais abaixo.

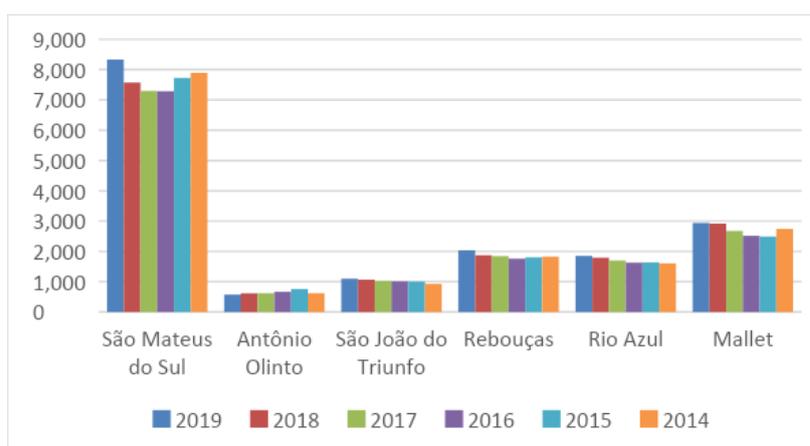
Tabela 2 - Evolução do número de empregos formais

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
São Mateus do Sul	8.330	7.577	7.304	7.286	7.731	7.888
Antônio Olinto	573	616	619	668	757	619
São João do Triunfo	1.099	1.070	1.029	1.012	1.005	930
Rebouças	2.035	1.874	1.845	1.760	1.805	1.830
Rio azul	1.853	1.792	1.702	1.628	1.635	1.607
Mallet	2.938	2.916	2.676	2.516	2.491	2.474

Fonte: As autoras.

Colhe-se do gráfico 1, a ilustração da diferença da evolução do número de empregos formais com a indicação geográfica e sem os efeitos da IG.

Gráfico 1 - evolução no número de empregos formais



Fonte: As autoras.

De plano, não se constatou grandes efeitos, razão pela qual, para investigar, se houve desenvolvimento da cadeia empregatícia no período estudado, realiza-se o comparativo com os municípios de União da Vitória, Bituruna, General Carneiro, Cruz Machado, Porto Vitória e Paula Freitas, que não integram a IG-Mathe. Dessa forma, colhe-se do RAIS os seguintes dados, que a partir desta etapa, serão analisados e comparados com os municípios pertencentes a IG-Mathe.

Tabela 3 - Empregos formais nos municípios comparados

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
União da Vitória	13.484	13.816	13.233	13.144	13.508	13.904
Bituruna	3.448	3.484	3.210	2.975	3.126	3.143
General Carneiro	1.907	1.902	1.856	1.963	2.109	2.161
Cruz Machado	1.486	1.611	1.610	1.630	1.683	1.628
Porto Vitória	583	588	579	561	527	592
Paula Freitas	957	926	908	840	839	893

Fonte: As Autoras.

Levantados os primeiros dados, é realiza-se a média aritmética amostral de trabalho formal nos municípios encartados, distinguindo-os entre antes da IG e após a IG, representados pelos dados a seguir:

Tabela 4 - Trabalho formal dos Municípios pertencentes a IG-Mathe, 2014-2016.

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
-------------------	----------------	---------------------	----------	----------	--------

7.635	681	982	1.798	1.623	2.493
-------	-----	-----	-------	-------	-------

Fonte: As Autoras.

Tabela 5 - Trabalho formal dos Municípios pertencentes a IG-Mathe, 2017-2019.

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
7.737	602	1.066	1.918	1.782	2.843

Fonte: As Autoras.

Em comparativo, realiza-se a mesma média para fins de coleta de dados dos municípios que não obtiveram reconhecimento da IG:

Tabela 6 - Trabalho formal dos Municípios não pertencentes a IG-Mathe 2014-2016

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
13.518	3.081	2.077	1.647	560	857

Fonte: As Autoras.

Tabela 7 - Trabalho formal dos Municípios não pertencentes a IG-Mathe 2017-2019

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
13.511	3.380	1.888	1.569	583	930

Fonte: As Autoras.

Subtrai-se dos valores totais de trabalho formal a média, a fim de verificar a variação do trabalho formal.

Tabela 8 - Média de valores de variação do emprego formal nos municípios da IG-Mathe

41

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



	2019	2018	2017	2016	2015	2014
São Mateus do Sul	593	-160	-433	-349	96	253
Antônio Olinto	-29	14	17	-13	76	-62
São João do Triunfo	33	4	-37	30	23	-52
Rebouças	117	-44	-73	-38	7	32
Rio azul	71	10	80	5	12	-16
Mallet	95	73	-167	23	-2	-19

Fonte: As Autoras.

Os valores encontrados são denominados de desvios, e, considerando os números negativos encontrados, devem ser elevados ao quadrado, a fim de trazer informações relevantes de forma positiva.

Tabela 9 - Média positiva de variação do emprego formal nos municípios da IG-Mathe

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
São Mateus do Sul	351.649	25.600	187.489	131.801	9.216	64.009
Antônio Olinto	841	196	289	169	5.776	3.844
São João do Triunfo	1.089	16	1.369	900	529	2.704
Rebouças	13.689	1.936	5.329	1.444	49	1.024
Rio azul	5.041	100	6.400	25	144	256
Mallet	9.025	5.329	27.889	529	4	361

Fonte: As Autoras.

Dessa forma, a soma dos quadrados dos resíduos de cada município nos períodos determinados é extraída, a fim de analisar os períodos antes e depois da indicação geográfica, obtendo-se os seguintes valores:

Tabela 10 - Soma dos quadrados dos resíduos referente ao período 2017-2019

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
564.738	1.326	2.474	20.954	11.541	42.243

Fonte: As Autoras.

Tabela 11 - Soma dos quadrados dos resíduos referente ao período 2016-2014

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
205.026	9.789	4.133	2.517	425	894

Fonte: As Autoras.

Então, para calcular a variância amostral (s^2), com o intuito de conservar os dados, divide-se por $n-1$, em uma variância maior, levando em consideração que não estamos verificando uma amostra grande. Ou seja, dividindo cada conjunto da amostra por 2, tem-se o valor da variância:

Tabela 12 - Variância amostral 2017-2019

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
282.369	663	1.237	10.477	5.770	21.121

Fonte: As Autoras.

Tabela 13 - Variância amostral 2014-2016.

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
102.513	1.111	660	2.347	1.197	4.313

Fonte: As Autoras.

Na sequência, é realizado o mesmo cálculo da variância para os municípios que estão sendo amostra comparativa, a fim de verificar se houve ou não uma evolução nas amostras após o reconhecimento da indicação geográfica. Nesse sentido:

Tabela 14 - Cálculo da variância em relação aos municípios comparados

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
União da Vitória	729	93.025	77.284	139.876	100	148.996
Bituruna	4.624	10.816	28.900	11.236	2.025	3.844
General Carneiro	361	196	1.024	12.996	1.024	7.056
Cruz Machado	6.889	1.764	1.681	289	1.296	361
Porto Vitória	0	25	16	1	1.089	1.024
Paula Freitas	729	16	484	289	324	108

Fonte: As Autoras.

Para calcular a variância amostral (s^2), com o mesmo intuito de conservar os dados, somam-se os valores de cada município e ao dividir por $n-1$, tem-se que:

Tabela 15 - Variância amostral 2017-2019

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
------------------	----------	------------------	--------------	---------------	---------------

85.519	22.170	790	5.167	20	614
--------	--------	-----	-------	----	-----

Fonte: As Autoras.

Tabela 16 - Variância amostral 2014-2016

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
144.486	17.105	10.538	1.946	1.057	360

Fonte: As Autoras.

Feitos os cálculos da amostra comparada, é considerado o desvio padrão amostral, em que será retirada a raiz quadrada dos valores encontrados, extraíndo-se os seguintes dados:

Tabela 17 - Cálculo do desvio padrão amostral de 2017-2019 dos municípios da IG-Mathe

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
531	26	35	102	76	145

Fonte: As Autoras.

Tabela 18 - Cálculo do desvio padrão amostral de 2014-2016 dos municípios da IG-Mathe

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
320	33	26	48	35	66

Fonte: As Autoras.

No mesmo sentido, são extraídos dos municípios em comparação o cálculo do desvio padrão amostral, sendo:

Tabela 19 - Cálculo do desvio padrão amostral de 2017-2019 dos municípios comparados

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
292	149	28	47	4	25

Fonte: As Autoras.

Tabela 20 - Cálculo do desvio padrão amostral de 2014-2016 dos municípios comparados

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
380	131	103	44	33	19

Fonte: As Autoras.

Com isso, tem-se que único município que faz parte da IG-Mathe com índice de desenvolvimento do trabalho formal prejudicado foi Antônio Olinto. Os demais, tiveram um aumento expressivo do período de 2014-2016 a 2017-2019. Em porcentagens, o aumento entre os períodos foi verificado em:

Tabela 21 - Trabalho formal nos municípios da IG-Mathe, em porcentagem

São Mateus do Sul	Antônio Olinto	São João do Triunfo	Rebouças	Rio Azul	Mallet
39,70%	- 21,20%	25,70%	52,90%	53,90%	54,40%

Fonte: As Autoras.

Contudo, nos municípios em comparação, que não integram a IG-Mathe, houve piora nos quadros de trabalho formal, em que aumentos foram sensíveis, sendo que Bituruna, Cruz Machado e Paula Freitas foram os únicos com porcentagem acima, posto que União da Vitória, General Carneiro e Porto Vitória reduziram os vínculos com o trabalho formal. Veja-se:

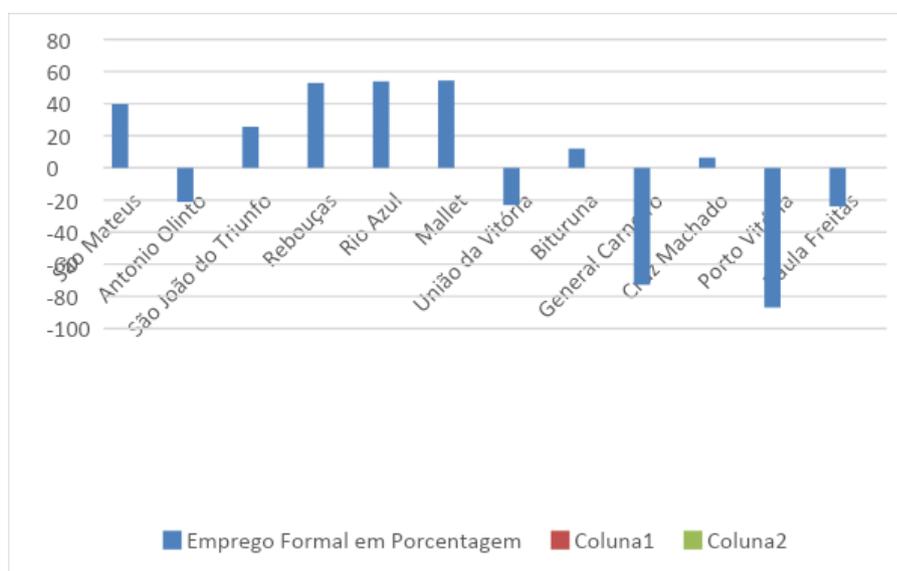
Tabela 22 - Trabalho formal nos municípios comparados, em porcentagem

União da Vitória	Bituruna	General Carneiro	Cruz Machado	Porto Vitória	Paula Freitas
- 23,15%	12%	-72,81%	6,38%	- 87%	24%

Fonte: As Autoras.

Através do gráfico 2, fica nítida a diferença entre os municípios que compõem a IG-Mathe e os demais municípios em tela no que tange aos quadros de emprego formal durante os períodos compreendidos entre 2014-2019.

Gráfico 2 - Resultado da análise de emprego formal



Fonte: As Autoras.

Assim, a resposta à pergunta da pesquisa é respondida, ao reconhecer que houve melhoria e estabilização nas áreas abrangidas pela Indicação geográfica, através da análise do emprego formal em comparativo com os municípios selecionados da mesma região.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem a pretensão de esgotar a temática afeta ao objeto estudado, a pesquisa realizou o mapeamento da evolução do emprego formal nas atividades que guardam (ou podem guardar) relação com a erva-mate, referente aos municípios de São Mateus do Sul, Antônio Olinto, São João do Triunfo, Rebouças, Rio Azul e Mallet, que a partir de outubro de 2016 foram reconhecidos com a Indicação Geográfica de São Matheus, pela erva-mate da região.

O estudo foi realizado a partir dos dados obtidos da RAIS para cada um dos municípios que integram a IG-Mathe, em comparação aos municípios de União da Vitória, Bituruna, General Carneiro, Cruz Machado, Porto Vitória e Paula Freitas, cidades próximas sem reconhecimento de signo distintivo.

Convém ressaltar que os dados abarcam até o ano de 2019 tendo em vista a pandemia do Covid-19, levantando-se a possibilidade de terem sido ainda mais prejudicada a análise dos vínculos do trabalho formal. Ademais, tais dados não mais constarão na plataforma do RAIS, sendo, portanto, a análise possível dentro do fornecido pelo meio.

Dentre os principais resultados, o estudo aponta aumento dos vínculos empregatícios nos municípios da IG-Mathe, o que demonstra uma tendência à formalização e aumento dos índices de trabalho nos municípios.

Dessa forma, os resultados deste trabalho mostram que nos municípios com mesmo Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, que também produzem erva-mate, quando analisados em comparativo os municípios com indicação geográfica, não apresentaram aumento dos índices de trabalho formal, ao contrário dos municípios da IG-Mathe.

A análise do emprego formal empregada nesta pesquisa é limitada a disposição dos dados e as formas com que foram tabulados. A principal dificuldade encontrada é a inexistência de dados específicos, tanto relacionados à relevância do emprego para as IGs, tanto para o setor da erva-mate, para inferir com maior precisão se, de fato, é significativo na região. Da pesquisa, emerge possibilidades de estudos futuros, sugerindo-se a comparação em indicações geográficas de outros setores, realizar comparativos em outras produções, ou até mesmo, a utilização de outros métodos. Pela inexistência de estudos relacionados com a IG-Mathe, sugere-se para maiores contribuições acadêmicas, a fim de que seja complementado o estudo.

O trabalho é relevante à discussão sobre indicações geográficas, para ampliação do debate, para além do incremento do diferencial competitivo dos produtos, como fatores relacionados à interesses da gestão pública.

REFERÊNCIAS

- ANDREAZZA, Maria Luiza; NADALIN, Sérgio O. O cenário da colonização no Brasil Meridional e a família migrante. **Revista Brasileira de Estudos de População**, Curitiba, PR, v., n., p., 1994.
- ANJOS, Lucas Costa dos. **Indicações Geográficas: tradição e desenvolvimento**. 1 ed. Belo Horizonte: Editora Initia Via, 2020.
- ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DA ERVA-MATE DE SÃO MATHEUS. **Regulamento de Uso: Indicação de Procedência de São Matheus**. São Matheus, 1996. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/SoMatheus.pdf>. Acesso em: 14. set. 2021.
- BALHANA, Altiva Pilatti. Política imigratória do Paraná. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, 1969.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. ENAGRO. **Curso Básico de Indicações Geográficas**. Brasília:Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2021.
- BRUCH, Kelly L. Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. In: PIMENTEL, Luiz Otávio *et al.* **Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania**. 1. ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

FABRIS, Jonas; MACHADO, Glaucio J. C.; ARAGÃO GOMES, Iracema M. de. Evolução da Proteção dos Produtos Tradicionais. **Revista de Gestão, Inovação e Tecnologias**. v.2, n.4, p.387-395, 2012. Disponível em <https://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/72>. Acesso: 11 out. 2021.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Manual de Indicações Geográficas. **Revista da Propriedade Industrial**, Disponível em <https://manualdeig.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki>. Acesso em: 25 out. 2021

IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Perfil dos municípios**. Curitiba, 2021. Disponível em: <http://www.ipardes.pr.gov.br/Pagina/Perfil-dos-municipios-0>. Acesso em: 11 out. 2021.

LINHARES, Maria Yeda (org.) **História Geral do Brasil: da colonização portuguesa à modernização autoritária**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

MACEDO, Francisco Ribeiro de Azevedo. **Conquista pacífica de Guarapuava**. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, 1995. (Coleção Farol do Sabert).

MARQUES, Anésio. Cunha. **As paisagens do mate e a conservação socioambiental: um estudo junto aos agricultores familiares do Planalto Norte Catarinense**. 2014. f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

NADALIN, Sérgio O. **A demografia numa perspectiva histórica**. Belo Horizonte. ABEP, 2001.

NOVAIS, Fernando A. **Estrutura e dinâmica do antigo sistema colonial: século XVI-XVIII**. São Paulo: CEBRAP, 1974.

PELLIN, Valdinho. **Indicação geográfica, políticas públicas e desenvolvimento territorial sustentável: uma análise a partir do processo de reconhecimento da IG para chope e cerveja artesanal da região de Blumenau (SC), em sua arena pré-decisional**. 2016. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, SC, 2016.

PEREIRA, Magnus Roberto de Mello. **Da civilidade urbana: a morigeração dos costumes no Paraná do século XIX**. Curitiba: Editora da UFPR, 1996

OLIVEIRA, Denilson de. **Urbanização e Industrialização no Paraná**. Curitiba: SEED, 2001. (Coleção História do Paraná).

SANTOS, Carlos R. A. dos. **Vida Material Vida Econômica**. Curitiba: SEED, 2001. (Coleção História do Paraná).

TRINDADE, Etelvina M. de C.; ANDREAZZA, Maria Luzia. **Cultura e Educação no Paraná**. Curitiba: SEED, 2001. (Coleção História do Paraná).

ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE ENTERPRISE RESOURCE PLANNING NA BASE DE
DADOS DA SCIENTIFIC PERIODICALS ELECTRONIC LIBRARY – SPELL

ANALYSIS OF SCIENTIFIC PRODUCTION ON ENTERPRISE RESOURCE
PLANNING IN THE SCIENTIFIC PERIODICALS ELECTRONIC LIBRARY – SPELL
DATABASE

Barbara Betini Pereira
barbarabt25@outlook.com
Business School Unoeste

Marília Gonçalves de Souza
marilia_gsouza@hotmail.com
Business School Unoeste

Gustavo Yuho Endo
gustavo@unoeste.br
Business School Unoeste

RESUMO

O *Enterprise Resource Planning* (ER) tem como finalidade a integração de todos os departamentos da organização e melhorar a comunicação com seus *stakeholders*. Diante da importância do ERP, diversas pesquisas ao longo dos anos foram realizadas para melhor compreender o impacto do ERP nas organizações. Assim surge a seguinte pergunta de pesquisa: de quais formas estão sendo tratadas as pesquisas relacionadas com o sistema ERP? Para responder à pergunta de pesquisa, o presente artigo teve como objetivo analisar a produção científica sobre *Enterprise Resource Planning* na base de dados da *Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL* no período de 2000 até 2021. A presente pesquisa é caracterizada como qualitativa; se utilizou da pesquisa bibliográfica; realizou uma revisão sistemática e integrativa; consultou a base de dados da SPELL. Os principais achados estão relacionados com a importância que o ERP tem para a competitividade das organizações; a escolha do software adequado é visto como um ponto que merece atenção; aspectos relacionadas com a equipe de trabalho, pois com a implantação do ERP pode ocasionar a redução de colaboradores, pode gerar tanto a satisfação e insatisfação dos trabalhadores e o investimento em treinamentos e, principalmente, os aspectos relacionados com as etapas de implantação do ERP teve destaque nas pesquisas identificadas. Conclui-se o quão importante é o ERP para os diversos tipos de empresas, porém os itens citados anteriormente merecem a atenção de pesquisadores e gestores. **Palavras-chaves:** planejamento de recursos empresariais; sistema de informação; dados; implantação.

ABSTRACT: Enterprise Resource Planning aims to integrate all departments in the organization and improve communication with its stakeholders. Given the importance of ERP, several research over the years were carried out to better understand the impact of ERP on organizations. Thus, the following research question: in what ways are research related to the ERP system being handled? To answer the research question, this article aimed to analyze the scientific production on Enterprise Resource Planning in the Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL database from 2000 to 2021. This research is characterized as qualitative; used the bibliographic research; performed a systematic and integrative review; consulted the SPELL database. The main findings are related to the importance

51

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



that ERP has for the competitiveness of organizations; choosing the right software is seen as a point that deserves attention; aspects related to the work team, because with the implementation of the ERP it can lead to a reduction of employees, it can generate both the satisfaction and dissatisfaction of workers and the investment in training and, mainly, the aspects related to the steps of implementation of the ERP had highlighted in the identified research. It is concluded how important ERP is for different types of companies, but the items mentioned above deserve the attention of researchers and managers.

Keywords: enterprise resource planning; information system; data; implantation.

1 INTRODUÇÃO

As organizações necessitam se manter competitivas no mercado a qual atua, segundo Albuquerque (1992, p.18) a competitividade é “a capacidade da empresa de formular e implementar estratégias concorrenciais que lhe permitam obter e manter a longo prazo, posição sustentável no mercado”.

Acrescentando Sordi e Meireles (2019, p. 128) destacam que “o ambiente de negócios [...] é altamente colaborativo”. Em vista desse ambiente de negócios, se faz necessário a tecnologia da informação para otimização dos processos de negócios que ao longo do tempo foi evoluindo com os avanços da tecnologia buscando melhor atender seus clientes, seja interno ou externo.

Uma das formas de se manter competitivas é por meio do sistema de informação (SI), pois é agilizar os processos organizacionais com enfoque no negócio empresarial, pois as informações são de suma importância para as empresas, tornando-se até parte essencial para a sobrevivência (REZENDE, 2002).

Os sistemas de informação conforme Rainer, Potter e Turban (2007) são utilizados como instrumento para o desenvolvimento e sucesso da empresa pois pode oferecer vantagem, assim amplificando a eficiência, a produtividade e auxiliando na concretização e idealização de metas.

Os sistemas de informação têm como principal objetivo organizar informações e auxiliar na tomada de decisão, há uma coleta de dados, são processados e transformados em informação. É vista ainda como “uma série de elementos ou componentes inter-relacionados que coletam, manipulam e

armazenam, disseminam os dados e informações e fornecem um mecanismo de feedback” (STAIR, 1998, p.11).

Para Batista (2004) a importância de se utilizar o SI é a obtenção de um bom ambiente empresarial onde as informações são de confiança e fluem de maneira harmônica na estrutura organizacional. O princípio que direciona os sistemas de informação está relacionado com a questão da automatização, buscando o desenvolvimento da eficiência das operações organizações e, também, está relacionado com a tecnologia, que busca tratar as diversas informações que as organizações geram no decorrer de suas diversas operações (SORDI; MEIRELES, 2019).

De acordo com O'Brien (2004) o conceito de sistema de informação se dá pela junção de elementos relacionados entre si e que tem como papel armazenar, transmitir, processar e coletar informações na organização, elementos estes que podem ser: pessoas, hardware, software, redes de comunicação entre outros recursos. No presente artigo, aborda-se principalmente o sistema de informação denominado Enterprise Resource Planning (ERP).

O ERP tem como significado o “Planejamento de Recursos Empresariais” e como conceito e finalidade a integração de todas as instâncias da empresa, ou seja, incorporar desde o planejamento até as finanças da organização (LAUDON; LAUDON, 2003). Integração feita por meio de um único banco de dados, viabilizando a melhor comunicação e troca de dados entre os setores da empresa (VLACHOPOULOU; MANTHOU, 2006).

A implantação do sistema ERP segundo Mazutti, Maçada e Rios (2005) trazem benefícios para a empresa ao auxiliar no planejamento e direcionamento de seus recursos, além de aumentar o controle sobre a empresa, oferece também uma visão ampla perante a organização, não se esquecendo do aumento de produtividade e decréscimo de custos.

A preocupação com o ERP em contextos organizacionais é possível observar nos estudos apresentados por Contador e Nanini (2004) a qual buscou compreender como a implantação do sistema ERP poderia gerar vantagem

competitiva para as organizações; já o estudo de Nganga e Leal (2015) buscou investigar as motivações que as pequenas empresas têm para a implantação do ERP. Enquanto Borghi *et al.* (2021) buscou compreender as experiências vivenciadas pelos colaboradores de uma organização no momento da implantação do ERP; assim como o foco proposto por Sena e Guarnieri (2015) em um contexto governamental. Diante do exposto apresentado, é possível observar que o sistema ERP vem sendo tratado sob diversas perspectivas e contexto ao longo do tempo, para se aprofundar acerca da temática surge a seguinte pergunta de pesquisa: de quais formas estão sendo tratadas as pesquisas relacionadas com o sistema ERP?

Para responder à pergunta de pesquisa, o presente artigo tem como objetivo geral analisar a produção científica sobre Enterprise Resource Planning na base de dados da *Scientific Periodicals Electronic Library* – SPELL no período de 2000 até 2021. Já os objetivos específicos são: (i) apresentar a quantidade de artigos publicações ao longo do tempo; (ii) identificar as revistas com mais publicações acerca da temática em pesquisa; (iii) identificar os autores com mais artigos publicados sobre o tema; (iv) listar as instituições de ensino superior que possuem mais vínculos com os autores; (v) identificar os artigos mais relevantes acerca da temática e; (vi) sintetizar os artigos identificados sobre *Enterprise Resource Planning*.

A presente pesquisa está organizada da seguinte forma: nesta primeira seção foi apresentada a contextualização acerca da temática, a pergunta norteadora juntamente com os objetivos propostos; na segunda seção é apresentado o percurso metodológico utilizado na pesquisa; na terceira seção são apresentados os resultados obtidos na pesquisa e, por fim, na última seção são apresentadas as considerações finais da pesquisa juntamente com as limitações e sugestões de trabalhos futuros.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa é caracterizada como qualitativa; se utilizou da pesquisa bibliográfica; realizou uma revisão sistemática e integrativa; consultou a base de dados da Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL para identificar estudos sobre Enterprise Resource Planning.

Quanto a abordagem presente é a qualitativa, segundo Goldenberg (1997) uma pesquisa qualitativa não se relaciona com representatividade numérica, mas sim com dedicação da percepção de um grupo social da organização. Os autores que utilizam a abordagem qualitativa em suas pesquisas estão opostos à teoria que defende a unificação de modelos de pesquisa na ciência, pois as ciências sociais possuem suas especificações, assim, aquele que faz a pesquisa qualitativa e recusa o modelo positivista, age com neutralidade em relação à julgamentos e crença perante à pesquisa, sem que os mesmo à contamine.

Segundo Fonseca (2002) as pesquisas bibliográficas são realizadas a partir de referências teóricas já analisadas e publicadas. Sendo considerado qualquer meio de publicação eletrônicos, livros, artigos científicos e páginas de websites. Os trabalhos científicos começam utilizando a metodologia das pesquisas bibliográficas, pois de certa maneira permite ao autor conhecer melhor sobre assuntos que já estudou.

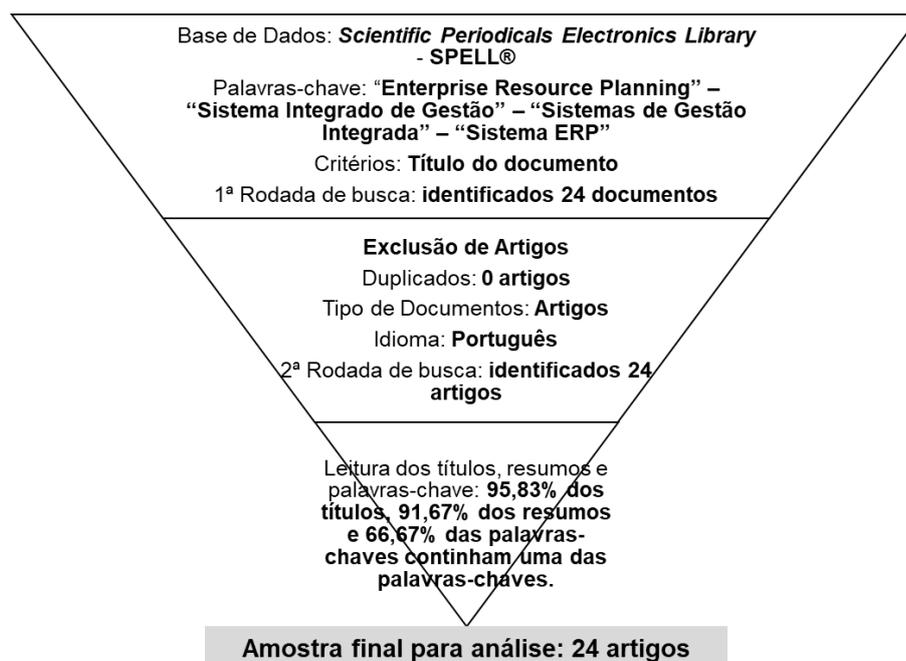
Utiliza-se das revisões sistemática e integrativa, para Kitchenham e Charters (2007), uma revisão sistemática de literatura é um estudo secundário que faz uso de uma metodologia de estudo definida, com um objetivo pré-definido, onde analisa e interpreta todas as informações encontradas ao dispor de uma questão-chave de forma isenta e que possa se repetir.

Já a revisão integrativa para Whitemore e Knafl (2005) é uma metodologia mais ampla entre todos os tipos de revisões, pois permite abranger vários tipos de estudos em um só, ou seja, oferece uma vasta variedade de metodologias que podem trabalhar em conjunto, assim conseguindo analisar e compreender de maneira mais completa o assunto analisado. Relaciona também as literaturas teórica e empírica.

A base de dados consultada foi a Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL e os strings de buscas utilizados foram “Enterprise Resource Planning”; “Sistema Integrado de Gestão”; “Sistema de Gestão Integrado” e “Sistema ERP”. Foram identificados 24 artigos no idioma português e relacionados à temática ERP. A pesquisa ocorreu em setembro de 2021, aqui apresenta-se uma limitação por não contemplar o ano de 2021 completo.

Na Figura 1, representa o passo a passo na identificação de artigos referentes ao assunto deste denominado ERP, busca feita na base de dados da SPELL, localizando assim 24 artigos sobre o tema.

Figura 1 – Passo a passo para identificar os artigos sobre *Enterprise Resource Planning* na base de dados da *Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL*.



Fonte: Os autores.

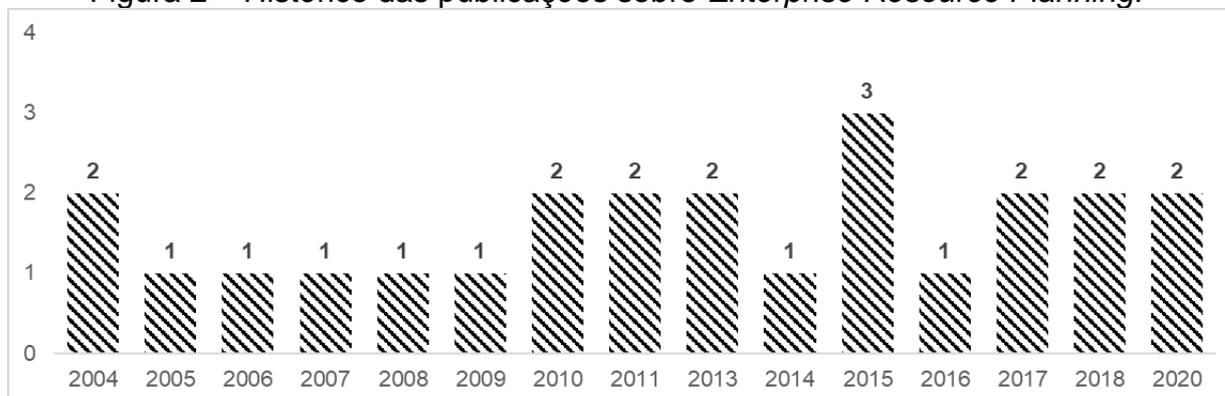
Os resultados obtidos na pesquisa são apresentados na próxima seção na qual está organizado da seguinte forma: inicialmente apresenta-se a evolução das publicações acerca da temática; as revistas identificadas como as mais relevantes; os autores com mais publicações sobre o tema; as instituições de ensino superior

mais relevantes; as nuvens de palavras dos títulos e palavras-chaves; os artigos considerados como os mais relevantes e, por fim, são apresentadas as sínteses dos 24 artigos identificados na pesquisa.

3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Na Figura 2 é possível observar que desde os anos de 2004 a 2020 foram publicados cerca de 24 artigos. No ano de 2015 houve maior número de publicação, mas nos anos posteriores continuou igualada a frequência de publicações.

Figura 2 – Histórico das publicações sobre *Enterprise Resource Planning*.



Fonte: Os autores.

No Quadro 1 como pode-se observar, temos as 5 revistas mais relevantes que abordam sobre o assunto que redige o artigo, em relação as citações nota-se que está em uma média, não muito divergente em relação de citações SPELL, entretanto, ao falar sobre citações no Google Scholar, vê-se diferenças significativas.

Quadro 1 – As revistas mais relevantes sobre o tema.

Nº	Revista	Web-Qualis 2013-2016	Quantidade de Artigos	Citações no Google Scholar	Citação SPELL
1	<i>Journal of Information Systems and Technology Management</i>	B1	2	26	3
2	Revista Gestão & Planejamento	B2	1	26	2
3	Perspectivas em Gestão & Conhecimento	B3	1	18	3

57

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



4	Revista de Administração Pública	A2	1	12	3
5	Revista de Ciências da Administração	B1	1	11	2

Fonte: Os autores.

No Quadro 2, pode-se analisar os autores com mais publicações sobre a temática, sendo eles Alexandre de Pádua Carrieri, Marcelo Simão Lima e Thiago Duarte Pimentel, cada um possuindo dois artigos publicados, e vinculados com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Quadro 2 – Autores com mais publicações sobre a temática.

Nº	Nome dos Autores	Vínculos	Quantidade de Artigos
1	Alexandre de Pádua Carrieri	UFMG	2
2	Marcelo Simão Lima	UFMG	2
3	Thiago Duarte Pimentel	UFMG	2

Fonte: Os autores.

No Quadro 3 tem-se representadas as instituições de ensino superior conforme suas localidades e os números de autores vinculados aos artigos citados, pode-se notar, que em primeiro lugar está o estado de São Paulo com 20 autores, outros representando Minas Gerais, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Quadro 3 – Instituições de Ensino Superior com mais autores vinculados aos artigos.

Nº	Instituições de Ensino Superior	Estado	Quantidade
1	UNINOVE	SP	8
	USP	SP	8
3	UFMG	MG	7
	UFSC	SC	7
5	Fundação Pedro Leopoldo	RS	4
	MACKENZIE	SP	4
	UFSM	RS	4

Fonte: Os autores.

A Figura 3 representa as palavras-chaves dos artigos que foram utilizados para construir a nuvem de palavras, as palavras são coesas entre os artigos, as mais evidentes são, gestão, sistema, implementação, integrado, entre outras, conclui-se com a figura que a pesquisa está em sintonia com os artigos utilizados.

Figura 3 – Nuvem de palavras com os títulos e palavras-chave dos artigos.



Fonte: Os autores.

No Quadro 4 é possível identificar os artigos mais relevantes referente ao tema. De acordo com a lista citada, é possível identificar um processo de conhecimento do sistema para melhor utilidade. O mais relevante da lista fala sobre a resistência às mudanças oriundas da implantação do sistema. Os outros artigos intensificam a relevância e a veracidade dos outros processos da implantação do ERP. Dessa forma, é visto como os sistemas otimizam os processos internos, bem como seus recursos e dados de informações, como o sistema é capaz de armazenar e auxiliar nas tomadas de decisões, visto que os dados fornecidos são analisados pela gestão responsável.

Quadro 4 – Os 5 artigos mais relevantes sobre a temática.

Nº	Título do Artigo	Autores	Ano	Citações no Google Scholar	Citações SPELL
1	Resistência à mudança gerada pela implementação de sistemas de gestão integrada (ERP): um estudo de caso	Marcelo Simão Lima, Alexandre de Pádua Carrieri, Thiago Duarte Pimentel.	2007	26	2
2	Contribuições dos Sistemas Enterprise Resource Planning para a gestão da informação e do	Patrícia Mara Souza, Maria Celeste Reis Lobo Vasconcelos, Mauro	2013	18	3

	conhecimento: um estudo em uma empresa de pequeno porte na área gráfica	Calixta Tavares, Rodrigo Baroni Carvalho, Eloisa Rodrigues Guimarães.			
3	Pesquisa sobre a percepção dos usuários dos módulos contábil e fiscal de um sistema ERP para o setor de transporte rodoviário de cargas e passageiros	Ivam Ricardo Peleias, José Carlos Trevizoli, Pedro Luiz Cortes, Napoleão Verardi Galegale.	2009	17	1
4	<i>Enterprise Resource Planning</i> governamental: a percepção dos servidores atuantes no Projeto Ciclo do Ministério da Justiça quanto à implementação	André Souza de Sena, Patricia Guarnieri	2015	12	3
5	Utilizando o Sistema Integrado de Gestão (ERP) no apoio ao Ensino de Logística e Gestão da Cadeia de Suprimentos	Allan Augusto Platt, Luiz Salgado Klaes.	2010	11	2

Fonte: Os autores.

Adentrando as análises dos artigos identificados, a qual inicia-se com Contador e Nanini (2004) que destacam que possuir informações sobre o quanto o ERP auxilia as empresas a se tornarem mais competitivas no mercado e como o sistema de gestão contribui para essa finalidade é um dos passos mais importantes para determinar o sucesso da implantação. Também foi constatado que há um grau significativo de competitividade entre as empresas que possuem ERP e as que não possuem. Concomitantemente com as afirmações anteriores, também é frisado o quão importante é ter uma equipe capacitada para fazer leitura dos dados expelidos pelo sistema de gestão. É importante frisar que não somente as grandes empresas podem fazer uso da ferramenta, mas sim pequenas empresas desde que possuam o software correto. Foi concluído que as empresas que possuem o sistema são 8,3% mais competitivas que as empresas que não possuem o sistema. E a potencialização e o grau de utilização de armas também foram superiores para as empresas que possuem o sistema.

Conforme Campanario, Maccari e Paulo (2004) citam como a busca de informações sobre como a empresa pode se preparar para receber um sistema ERP auxiliam na adaptação do software. A escolha deve ser realizada pensando principalmente nas funcionalidades essenciais ou estratégicas da empresa. O autor visa mostrar também que não somente o sistema de gestão é a solução, mas que é necessário estar atrelado ao conhecimento do potencial da ferramenta e o que ela pode trazer de benefícios para a empresa. O sucesso é a junção do profissionalismo e a seriedade inseridas no processo adquirido pela empresa. A composição do grupo de projeto implementador deve ser direcionada pela equipe que mais será atingida pelo sistema, ou seja, as pessoas que conhecem o fluxo das informações e os resultados. Possuir conhecimento dos processos dentro da empresa é um pré-requisito para uma boa escolha de um ERP e sua implantação.

Oliveira (2005) trouxe informações sobre como a área contábil se comporta após a implementação de um ERP. Ele cita a frustração da implementação do sistema SIG – Sistema Integrado de Gestão e como isso traz dificuldade em expandir o uso das informações obtidas.

Bem como Gozzi *et al.* (2006) trouxe informações sobre os possíveis problemas encontrados no pós-implantação do sistema ERP. O sistema pode estar presente em todas as áreas da empresa, desde a produção até as áreas ligadas diretamente às decisões estratégicas. A empresa que negligencia passos importantes durante a implantação tem alto risco de fracasso, tais como: o investimento baixo em treinamento de equipes, o baixo envolvimento da direção na implantação do sistema, a equipe principal não estava envolvida o suficiente, não houve planejamento prévio por não considerar o comportamento organizacional importante e os possíveis erros que poderiam aparecer durante o percurso. A postura adquirida pela organização deve ser adotada desde o envolvimento do usuário, o apoio da direção, a definição clara das necessidades até um planejamento adequado.

Para uma implantação de sucesso, é necessário realizar levantamento de dados detalhados dos processos da organização, validar o aprimoramento dos

processos identificados, parametrizar os sistemas e os processos de negócios pré-existent. Além desse processo, é preciso que a equipe esteja disposta e a par de todo o processo e como isso afetará o dia a dia deles. Com isso, é possível que haja resistência dos indivíduos vinculados ao processo e isso pode ser desastroso e comprometer a implantação. A empresa deve adotar uma estrutura organizacional baseada em processos e não hierarquizada, e não deve ser encarada como uma mudança tecnológica e sim um processo de mudança organizacional. Se adotado com seriedade e determinação, as melhorias são: sistema em tempo real, totalmente integrado, abrange operações e informações de todas as áreas de negócios da empresa, permite visualizar histórico e performance da empresa, base de dados única com informações amplas e possibilidade de uso de *Business Intelligence* (BI). E a implantação trouxe mudança significativa na função contábil. O sistema também passou a fornecer dados dos funcionários e como estaria o seu desempenho, entre outros fatores (LIMA; CARRIERI; PIMENTEL, 2007)

Assim como Pimentel, Carrieri e Lima (2008) citam que é de grande importância que as empresas estejam cientes do impacto do processo ao clima organizacional e como isso é um fator decisivo para a aceitação e sucesso da transição. Dessa forma, é visto como os sistemas otimizam os processos internos, bem como seus recursos e dados de informações, como o sistema é capaz de armazenar e auxiliar nas tomadas de decisões, visto que os dados fornecidos são analisados pela gestão responsável.

Peleias *et al.* (2009) procuraram identificar como é para o setor contábil e fiscal o processo de implantação, uso e desempenho do sistema ERP. É possível identificar que o setor contábil se beneficiou do uso do sistema, pois receberam informações para uso operacional e gerencial. Foi observado que com a utilização da ferramenta, o tempo de processamento e obtenção de informação, fornece ao colaborador assumir novas posições e funções, otimizando a compreensão dos dados fornecidos e auxiliando nas tomadas de decisões. Para o setor tributário, resultou em melhoria para os colaboradores conhecerem e entenderem as questões

tributárias, pois foi possível identificar melhoria na criação de dados para a fiscalização.

Os impactos da implantação do sistema ERP e SAAS, trouxe algumas características da implantação baseado na internet, os resultados mostram diversos benefícios tais como: dispensa seleção e aquisição da infraestrutura de hardware especificamente para comportar o sistema, dispensa funcionários de T.I., exige comprometimento da alta administração etc. (OLIVEIRA; RAMOS JUNIOR; ALBUQUERQUE, 2010).

Bem como Platt e Klaes (2010) trouxeram informações do sistema voltados para a logística e gestão de cadeia de suprimentos. Os autores trazem informações de como o sistema pode beneficiar o meio logístico, de tal modo que haja o controle total de diversos pontos da empresa. Além de pontuar o uso diversificado da ferramenta, como por exemplo transações no sistema, processos integrados em outras áreas da organização, análise ABC, realizar previsões, determinar estoque de segurança, custos, processamento de pedidos etc.

De acordo Lacerda, Saliba e Soares (2011) mostram como a indústria tem se beneficiado da utilização do sistema ERP, como os custos estão diminuindo e os processos organizacionais estão sendo mais bem reaproveitados. Além de mostrar como o sistema pode impactar nos processos do negócio, pois auxilia a entender quando a utilização está sendo insatisfatória, o quanto as informações disponibilizadas pelo sistema são confiáveis e reduz o controle paralelo. Esses aspectos influenciam em um primeiro momento na execução das atividades e posteriormente na tomada de decisões.

Segundo Souza *et al.* (2013) o sistema ERP vertical pode beneficiar uma empresa de pequeno porte que responde às necessidades. A pesquisa mostrou que traz potencialidade dos modificadores relevantes na organização, como por exemplo reformular os processos, benchmarking que permitem maior controle e monitoramento da inovação tecnológica.

Martins *et al.* (2013) mostra o processo, necessidades e ações necessárias para a implantação do ERP em uma instituição pública de ensino, uma das

importâncias de tal ideia para a política é o controle administrativo. A inovação de certa forma ganha mais espaço nas organizações, gerando assim mudanças na cultura organizacional. Um dos momentos mais importantes do planejamento da implantação é a compra do sistema ERP, outros desafios foram citados, um exemplo é o desconhecimento dos benefícios da ferramenta para o dia a dia do trabalho, entretanto, uma das soluções que os mesmos apresentaram foi o investimento em treinamentos e capacitações, assim se tornando mais flexíveis à mudança.

Bento *et al.* (2014) tem como objetivo apresentar o se os modelos: Modelo de Excelência em Gestão (M.E.G.) e o Modelo de Excelência em Inovação (M.E.I.) podem ser executados juntos e serem compatíveis, estes que tem como função superar a competitividade e redução de custos. O M.E.G é composto por 11 fundamentos, alguns deles são: pensamento sistêmico, visão de futuro, conhecimento sobre o cliente e o mercado, entre outros. Assim facilitando a análise de dados, baseados na gestão da inovação, bem como a estratégia, liderança, cultura, relacionamentos, estrutura, pessoas, processos de inovação e funding. Concluindo -se que é possível integrar os dois modelos na gestão e inseri-lo de forma fácil e simultânea os critérios da qualidade e as dimensões da inovação.

Segundo Furini, Dalben e Gomes (2015) observando a pós-implantação das ERP's nas empresas, notou-se melhora nos processos os tornando mais simples, também houve o aumento nas habilidades dos funcionários, entre outros benefícios. O ERP melhorou a direção de poder, as responsabilidades e maior foco da equipe, porém ocorreu redução no quadro de empregados, gerando certa sobrecarga e desmotivação para com os outros.

De acordo com Giorgia e Santos (2015) mostram o ERP desde a implantação, utilização e a adaptação no cenário atual da organização, tal ferramenta é inovadora e pode se tornar um diferencial no meio em que está inserida. Concluiu-se que o plano não é negativo, porém necessita de melhorias e alguns ajustes quanto à função da ferramenta e aos custos.

Sena e Guarnieri (2015) trouxeram a discussão a respeito da implementação do ERP em organizações públicas, sendo totalmente inovador e recente, pois a

prática é mais comum em empresas privadas. Durante o processo, tornou-se necessário observar os efeitos da implementação para com os envolvidos, se o programado foi cumprido conforme o esperado, bem como a importância da análise no meio público, pois a intenção é de que outras empresas públicas possam aderir a ferramenta também. Percebe-se que os usuários têm conhecimento de sua importância para o estudo e para a empresa, suas insatisfações e satisfações assim apoiando nas tomadas de decisões, tal comportamento e reconhecimento é de fundamental importância para se obter melhorias, logo, percebe-se que o ERP apresenta avanço, planejamento e confiabilidade para as empresas públicas.

Como Roselli e Cerqueira (2016) fazem análise do impacto da implementação do sistema ERP em uma empresa, o objetivo é analisar como se deu o impacto na empresa sobre produtividade, desempenho, redução de custos e satisfação dos envolvidos na pesquisa. Pode-se concluir que os usuários são a favor da utilização do sistema e estão satisfeitos, sendo positivo para a organização o feedback, devido a investimentos, produção e boa aceitação dos envolvidos a não resistência.

De acordo com Hall *et al.* (2017) toda mudança é complexa, demorada e deve ser colocada em prática com muita cautela e discernimento, onde entram os treinamentos e capacitações na utilização da ferramenta aqui citada, pode-se concluir com os resultados que a fase inicial de treinamento foi positiva, claro que com restrições à sua elaboração e aplicação, entretanto, a gerência acredita na melhoria operacional, também acelerando o processo de coleta de dados.

De acordo com Lopes e Dornela (2017), mediante à inovação tecnológica, o intuito é apresentar os impactos positivos e/ou negativos na utilização do ERP nos processos gerenciais. Como se sabe as organizações estão buscando sempre se destacarem no cenário em que estão inseridas, uma das maneiras principais é a tecnologia, a maneira com que se lida com os procedimentos e como facilitam os processos dentro do sistema, neste caso, aderindo a ferramenta. Como conclusão, as empresas receberam retorno positivo e as ferramentas e sistemas são indispensáveis.

Mengue *et al.* (2018) mostra como a Inovação social, basicamente, é o conhecimento direcionado às necessidades sociais, buscando uma melhor gestão. O autor procurou descrever a adoção da ferramenta na instituição a fim de melhorar e desenvolver processos para obtenção de eficiência nos resultados, aborda a implantação de um SIG (Sistema Integrado de Gestão), os resultados obtidos foram considerados positivos pois a ferramenta foi denominada como vantajosa quando se fala de inovação social, pois ela apresentou na instituição aqui descrita mudanças significativas, notadas e reconhecidas pelo próprio público-alvo.

Os autores Nunes, Assis e Lopes (2018) acompanharam todo o processo de implantação de um ERP no ambiente hospitalar, desde o planejamento, alinhamento, treinamento até quando a ferramenta começou a ser de fato utilizada e funcional nos setores em questão. Os resultados obtidos validam que os riscos da fase de implantação ao serem identificados e amenizados, aparecem também chances de melhoria na comunicação empresarial, maior facilidade no acesso e integração de dados entre os setores e entre hospital e cliente, desta forma criando alicerces na estrutura organizacional, convertendo em mais flexível para futuras tomadas de decisões.

Luz, Maier e Lavarda (2020) observaram que os funcionários que foram positivos em relação à implantação do sistema entenderam a função e utilidade do ERP e apresentaram interesse no uso, porém ao perceberem possíveis dificuldades, seu interesse diminuiu.

De acordo com Silva *et al.* (2020) a implantação do SIG e a importância de um sistema integrado de gestão justamente para melhorar a integração e fazer com que as pesquisas sejam alinhadas à inovação e tecnologia de fato. Os resultados apresentados atestam que a implementação do SIG contribuiu para a transparência e racionalização dos espaços laboratoriais. O sistema, então, é visto de forma positiva e colaborativa pois está ativo na gestão dos bens públicos da universidade.

A partir das sínteses dos artigos foi possível observar a relação que se dá com o Enterprise Resource Planning com a competitividade das organizações, independentemente do tamanho da organização (CONTADOR; NANINI, 2004;

LACERDA; SALIBA; SOARES, 2011); a questão do software adequado para o contexto da organização se mostra um fator importante para as organizações (CONTADOR; NANINI, 2004; CAMPANARIO; MACCARI; PAULO, 2004). Em especial as questões relacionadas a implantação do ERP em todas as suas fase, desde o planejamento da implantação até o pós-implantação merece a atenção dos pesquisadores e das organizações, em virtude do tempo e dinheiro investidos em ERP (GOZZI *et al.*, 2006; LIMA; CARRIERI; PIMENTEL, 2007; OLIVEIRA; RAMOS JUNIOR; ALBUQUERQUE, 2010; MARTINS *et al.*, 2013; FURINI; DALBEN; GOMES, 2015; GIORGIA; SANTOS, 2015; SENA; GUARNIERI, 2015; ROSELLI; CERQUEIRA, 2016; NUNES; ASSIS; LOPES, 2018); conseqüentemente, pode-se observar a melhora na qualidade da informações contribuindo assim para que os gestores tomem decisões mais assertivas (LACERDA; SALIBA; SOARES, 2011; NUNES; ASSIS; LOPES, 2018).

Um ponto que chama a atenção são as questões relacionadas com a equipe de trabalho, pois com a implantação do ERP pode ocasionar a diminuição do quadro de colaboradores, pode gerar tanto a satisfação e insatisfação dos trabalhadores dependendo da função a ser exercida com a implantação do ERP e o investimento em treinamentos sobre o ERP é visto como um ponto que merece a atenção (CONTADOR; NANINI, 2004; CAMPANARIO; MACCARI; PAULO, 2004; FURINI; DALBEN; GOMES, 2015; HALL *et al.*, 2017; LUZ; MAIER; LAVARDA, 2020).

Estudos relacionadas com o Enterprise Resource Planning foram identificados em contexto da área contábil (OLIVEIRA, 2005; LIMA; CARRIERI; PIMENTEL, 2007; PELEIAS *et al.*, 2009); assim como a área logística e gestão da cadeia de suprimentos (PLATT; KLAES, 2010); estudos na área pública foram identificados (MARTINS *et al.*, 2013; SENA; GUARNIERI, 2015; SILVA *et al.*, 2020) e no segmento hospitalar foi objeto de estudo (NUNES; ASSIS; LOPES, 2018).

Após a explanação dos artigos identificados acerca da temática, foi possível observar que o ERP ao longo dos anos vem sendo foco de estudos em diversos contextos organizacionais; de ordem prática aos gestores das organizações os estudos contribuem no sentido de compreender aspectos que merecem a atenção,

principalmente no que tange a implantação do sistema ERP nas organizações. Dessa forma encerra-se a seção e na próxima seção são apresentadas as considerações finais da pesquisa.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da pesquisa foi analisar e apresentar a importância da implantação do sistema de informação *Enterprise Resource Planning* (ERP) nas organizações, de forma com que as empresas busquem cada vez mais a aderência de tal sistema oferecem tantos benefícios, pelas revisões e sínteses realizadas nos 24 artigos, pode-se concluir que a implantação da ferramenta possui êxito e resultados positivos, como toda mudança no início é difícil, logo, por meio da coleta de dados bibliográficos notou-se que nas empresas citadas, seus colaboradores foram resistentes à implantação no início, mas com bom direcionamento e treinamento, a maioria dos usuários ao se adaptarem ao uso virão de forma positiva a nova ferramenta, assim, a eficácia do sistema para com as empresas que adotaram o serviço e obtiveram sucesso em sua implantação.

Notou-se a variedade de empresas a qual o sistema foi adicionado e teve bons resultados, empresas estas de ramos diferentes e com finalidades diferentes, como, hospitalar, têxtil, governamental, etc.

Conclui-se que, a tecnologia é um diferencial competitivo para as empresas, pois, se suas informações estão organizadas, armazenadas, processadas e coletadas de forma totalmente automatizada, se os gestores, podem visualizar a organização de forma mais ampla e completa para as tomadas de decisão, o objetivo deste trabalho foi alcançado.

A presente pesquisa apresenta as seguintes limitações, primeiro foi consultada somente a base de dados da Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL; os strings de buscas são vistos como uma limitação, pois com outras combinações de palavras-chave pode ampliar a busca e aumenta o número de publicações; a forma de análise pode ser considerada como uma limitação, uma vez

que os artigos foram analisados de forma separada e não se conversando entre eles.

A partir das limitações da pesquisa surgem insights para pesquisas futuras, tais como: a ampliação das bases de dados e, também, eventos da área de administração como o Seminários em Administração – SemeAD e os eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD e, ampliando as strings de busca. Por fim, realizar análises de forma que possam identificar nos artigos os pontos que se convergem e se divergem para que ocorra a discussão entre os artigos publicados acerca da temática.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, L. G. Competitividade em recursos humanos. **Revista de administração**, São Paulo, v.27, n.4, 1992, p 16-29.
- BATISTA, Emerson, Oliveira. **Sistema de Informação: o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BORGHI, R. B. *et al.* Resultados obtidos com a implantação do enterprise resource planning em uma indústria metalúrgica: sob a perspectiva dos colaboradores. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologias – IPTEC**, v. 9, n. 1, p. 90-108, 2021.
- CAMPANARIO, Milton de Abreu; MACCARI, Emerson Antônio; PAULO, Wagner Carreira. ERP - Enterprise Resource Planning: como escolher o melhor para uma empresa. **Rai - Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 05-29, 2004.
- CONTADOR, J. C.; NANINI, H. J. V. Os sistemas de Enterprise Resource Planning - ERP tornam as empresas mais competitivas? **Innovation and Management Review**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 20-30, 2004.
- GIORGIA, M.; SANTOS, W. S. Sistema ERP: um estudo exploratório numa empresa do setor têxtil do agreste pernambucano. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, Caxias do Sul, RS, v. 2, n. 3, p. 64-76, 2015.
- GOZZI, S. *et al.* Competitividade organizacional por meio do sistema ERP: uma análise dos resultados alcançados na fase da pós-implantação. **Revista Organizações em Contexto**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 9-27, 2006.
- HALL, R. J. *et al.* Avaliação da implantação do Enterprise Resource Planning (ERP) na perspectiva dos usuários de um Hospital Universitário Federal Brasileiro. **Revista Linceu On-line**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 6-30, 2017.

- KITCHENHAM, B., CHARTERS, S. **Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering: Technical Report EBSE 2007-001**. Durham, UK: Keele University and Durham University Joint Report, 2007.
- LACERDA, D. P.; SALIBA, L. R. A.; SOARES, P. F. Avaliação de impactos em processos de negócio pela adoção de sistema integrado de gestão: análise exploratória em uma empresa hoteleira. **Teoria e Prática em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 18-42, 2011.
- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de Informação Gerenciais**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003. 480 p.
- LIMA, M. S.; CARRIERI, A. P.; PIMENTEL, T. D. Resistência à mudança gerada pela implementação de sistemas de gestão integrada (ERP): um estudo de caso. **Revista Gestão & Planejamento**, v. 8, n. 1, p. 89-105, 2007.
- LOPES, H. H.; DORNELA, F. J. Impactos da Utilização de um Sistema Enterprise Resource Planning nos Processos Gerenciais: Um Estudo Multicaso em Empresas de Condicionamento Físico de Rio Paranaíba/MG. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 11, n. 2, p. 58-71, 2017.
- LUZ, I. P.; MAIER, S. M.; LAVARDA, C. E. F. Fatores de Aceitação de um Sistema ERP na Construção Civil: Um Estudo de Caso a partir dos Pressupostos do Modelo de Aceitação de Tecnologia. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, Ribeirão Preto, v. 11, n. 3, p. 83-98, 2020.
- MARTINS, H. C. *et al.* Configuração das imagens ideativas, planejamento e redução de riscos: a implantação do sistema ERP em uma instituição pública de ensino. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 6, n. 2, p. 353-372, 2013.
- MAZUTTI, C.; MAÇADA, A. C. G.; RIOS, L. R. O impacto do ERP na gestão da cadeia de suprimentos: estudo de caso em empresas do mercado brasileiro. *In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS*, 8., 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SIMPOI, 2005.
- MENGUE, S. D. *et al.* O Sistema Integrado de Gestão como Ferramenta de Apoio Estratégico para a Inovação Social. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 378-393, 2018.
- NGANGA, C. S. N.; LEAL, E. A. A utilidade de um sistema ERP (enterprise resource planning) no processo de gestão de pequenas empresas. **Revista Contabilidade e Controladoria [RC&C]**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 96-110, 2015.
- NUNES, E. D. S.; ASSIS, S. F. M.; LOPES, E. L. Implantação de Enterprise Resource Planning em uma Instituição Hospitalar: Desafios e Mudanças Necessárias. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 18, n. 3, p. 161-187, 2018.
- O'BRIEN, James A. **Sistema de Informação e as decisões gerenciais na era da internet**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

OLIVEIRA NETO, J. V. O impacto sobre a informação contábil após a implementação de um sistema integrado de gestão nas instituições federais de ensino superior.

Journal of Information Systems and Technology Management, v. 2, n. 1, p. 39-54, 2005.

OLIVEIRA, B. T.; RAMOS JR., M. P.; ALBUQUERQUE, J. P. Implantação de um sistema integrado de gestão no modelo Software as a Service (SAAS): Um estudo de caso em uma pequena empresa de engenharia. **Revista Eletrônica de Sistemas de Informação**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 1-19, 2010.

PELEIAS, I. R. *et al.* Pesquisa sobre a percepção dos usuários dos módulos contábil e fiscal de um sistema ERP para o setor de transporte rodoviário de cargas e passageiros. **Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 6, n. 2, art. 7, p. 247-270, 2009.

PERES, G. *et al.* Fatores que determinam a escolha de um Sistema de Planejamento Integrado (ERP) em Pequenas e Médias Empresas: um estudo usando a Análise Fatorial. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 3, p. 3-20, 2011.

PIMENTEL, T. D.; CARRIERI, A. P.; LIMA, M. S. Os impactos da implementação de Sistemas de Gestão Integrada nas relações de poder – estudo de caso no setor alimentício. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 7, n. 4, art. 97, p. 64-86, 2008.

PLATT, A. A.; KLAES, L. S. Utilizando o Sistema Integrado de Gestão (ERP) no apoio ao Ensino de Logística e Gestão da Cadeia de Suprimentos. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v. 12, n. 28, p. 224-241, 2010.

REZENDE, Denis Alcides. **Tecnologia da informação: integrada à inteligência empresarial**. São Paulo: Atlas, 2002.

ROSELLI, K.; CERQUEIRA, L. S. Avaliação do Impacto da Implementação do Sistema ERP em uma Empresa de Comércio Exterior na Cidade de Rio Grande-RS. **Revista de Tecnologia Aplicada**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 3, p. 27-45, 2016.

SENA, A. S.; GUARNIERI, P. Enterprise Resource Planning governamental: a percepção dos servidores atuantes no Projeto Ciclo do Ministério da Justiça quanto implementação. **Revista de Administração Pública**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 207-230, 2015.

SILVA, A. L. I. F.; OLIVEIRA, K. D. S.; SANTOS, I. C. D. Implantação do Sistema Integrado de Gestão de Laboratórios de Pesquisa: Um Relato da Experiência na UFABC. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 20, n. 2, p. 280-303, 2020.

SORDI, J. O.; MEIRELES, M. **Administração de sistemas de informação**. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

SOUZA, P. M. *et al.* Contribuições dos Sistemas Enterprise Resource Planning para a gestão da informação e do conhecimento: um estudo em uma empresa de

pequeno porte na área gráfica. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 3, n. Num. Esp., p. 109-127, 2013.

STAIR, Ralph M. **Princípios de sistemas de informação**. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

TURBAN, E.; RAINER, JR. R. K.; POTTER, R. E. **Introdução a sistemas de informação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007, p.3, p. 27-29, p.34-35.

WHITTEMORE, R; KNAFL K. The Integrative review: update methodology. **J Adv Nurs**. v.52, n.5, p.546-553, 2005.

**ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O PERFIL
EMPREENDEDOR NA *SCIENTIFIC PERIODICALS ELETRONIC
LIBRARY – SPELL***

**ANALYSIS OF SCIENTIFIC PRODUCTION ON THE
ENTREPRENEURIAL PROFILE AT SCIENTIFIC PERIODICALS
ELETRONIC LIBRARY – SPELL**

Érica Siloni Maria da Silva
ericasiloni@hotmail.com
Business School Unoeste

Maria Gabriela Dutra Vieira Lima
mg93dutra@gmail.com
Business School Unoeste

Gustavo Yuho Endo
gustavo@unoeste.br
Business School Unoeste

RESUMO

É emergente com o decorrer do tempo o crescimento exponencial da exploração do termo empreendedorismo em diversas pesquisas científicas, sendo também fonte de inquietação e inspiração de inúmeros autores, com o intuito de compreender entre as várias temáticas o perfil empreendedor. Esta pesquisa se justifica devido a sua atualidade e diagnóstico da compreensão das características do empreendedor. Teve como objetivo geral analisar a produção científica sobre o perfil empreendedor na Scientific Periodicals Electronic Library - SPELL. Metodologicamente trata-se de uma investigação caracterizada como qualitativa, descritiva e exploratória. Foram identificados vinte e nove artigos, ocorrendo a necessidade de excluir um, por não ter sido redigido no idioma português. Ao final da rigorosa análise, vinte e oito artigos foram identificados para realização do estudo. Os resultados obtidos por intermédio da base de dados da SPELL exibem um aumento significativo de publicações sobre o tema perfil empreendedor por vários autores, que se propuseram em estudar e se aprofundar mais sobre a temática. Como principais contribuições do estudo destacam-se a identificação das várias características dos indivíduos com perfil empreendedor, sendo elas: possuir capacidade de persuasão, criatividade, inovação, capacidade de planejar objetivos claros e ter visão holística do futuro.

Palavras-chaves: empreendedorismo; empreendedor; perfil empreendedor.

ABSTRACT

It is emerging over time the exponential growth of entrepreneurship exploration in several scientific researches, being also a source of concern and inspiration for numerous authors, in order to understand the entrepreneurial profile among the various themes. This research is justified due to its relevance and diagnosis of understanding the characteristics of the entrepreneur. Its general aim was to analyze the scientific production on the entrepreneurial profile in Scientific Periodicals Electronic Library-SPELL. Methodologically, it is an investigation characterized as descriptive and exploratory

73

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



qualitative. Twenty-nine articles were identified, and one need to be excluded, as it was not written in Portuguese. At the end of the rigorous analysis, twenty-eight articles were identified for the study. The results obtained through the SPELL database show a significant increase in publications on the subject of entrepreneurial profile by several authors, who proposed to study and delve deeper into the subject. As the main contributions of the study, the identification of the various characteristics of individuals with an entrepreneurial profile stand out, namely: possessing persuasiveness, creativity, innovation, ability to plan clear goals and have a holistic vision of the future.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneur; entrepreneur profile.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido o tema de estudo de muitos pesquisadores e também a fonte de inspiração para grandes autores, como Dornelas (2020a), que define o empreendedorismo como a envoltura de pessoas e processos que juntos buscam ideias de mudanças e oportunidades.

Para Dornelas (2018), o empreendedorismo é, e continuará a ser o grande impulsionador do desenvolvimento econômico. Além de grandes oportunidades dadas pelos governos locais e organizações privadas para incentivar e apoiar o empreendedorismo.

Os indivíduos que possuem empreendimentos de sucesso, são conhecidos como aqueles que não se cansam de observar negócios, seja lendo revistas, jornais ou assistindo televisão.

Segundo Drucker (2002), ser empreendedor não tem como significado apenas abrir o seu próprio negócio, mas também ter inspiração de criar algo novo e diferente, sendo este um produto ou serviço, para mudar e transformar valores ou reinventar algo que já é conhecido.

O indivíduo com perfil empreendedor da maioria das pessoas tem um jeito único de ser, está disposto a assumir e calcular os riscos, tendo um olhar para um novo negócio e, se tiver a possibilidade de dar certo, ele assume os riscos do negócio abrindo mão de muitas coisas para ter sucesso em seu empreendimento.

O perfil empreendedor de sucesso não pode ser colocado como um modelo de exigências. Ele deve ser utilizado particularmente para identificar o que necessita ser melhorado e trabalhado. O empreendedor é uma pessoa como outra qualquer, cujas características de personalidades e habilidades

são importantes para realização dos seus sonhos e alcançar seus objetivos (GREATTI, 2013, p. 63).

Há uma variedade de perfil empreendedor, mas ter um olhar voltado para a inovação é essencial para todo empreendedor, para que assim, seja o começo de uma longa experiência no mercado podendo conhecer as habilidades e competência de um empreendedor, alguns tem, outros não, pois cada indivíduo pode se tornar-se um empreendedor de sucesso, demonstrando que a possibilidade de se tornar um deles em qualquer altura da vida

A inovação, é importante, mas não acontece espontaneamente. É dirigido pelo empreendedorismo, uma mistura potente de visão, paixão, energia, entusiasmo, bom senso e o esforço que permite que ideias se transformem em realidade.

Foram identificadas pesquisas que tratam do perfil empreendedor relacionado com o desempenho organizacional (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009), buscou-se então relacionar o perfil empreendedor com a capacidade de inovação (MONTEIRO *et al.*, 2020), além de avaliar o perfil empreendedor em universitários (ROCHA; FREITAS, 2014; VEIGA; CORTEZ, 2021) e, até mesmo os estudantes de mestrado e doutorado em computação foram objeto de estudo (RODRIGUES; ALVARES, 2021), observando assim que a temática é tratada de diversas formas e contextos.

Diante do contexto apresentado, o objetivo geral da pesquisa consiste em analisar a produção científica sobre o perfil empreendedor na base de dados da Scientific Periodicals Eletronic Library – SPELL. Já os objetivos específicos consistem em: (i) apresentar a produção dos artigos ao longo do tempo; (ii) listar as principais revistas que publicam sobre a temática; (iii) listar os principais autores; (iv) identificar os artigos que tenham mais citações; (v) sintetizar os artigos identificados acerca da temática.

A presente pesquisa está organizada da seguinte forma: nesta primeira seção apresenta-se a contextualização acerca da temática e os objetivos propostos; na segunda seção são apresentados os procedimentos metodológicos; na terceira

seção os resultados obtidos na pesquisa e, por fim, na última seção são apresentadas as considerações finais juntamente com as limitações e sugestões de trabalhos futuros.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta é uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória, a qual tem como objetivo compreender as perspectivas e pontos de vista diferentes, procurando entender a subjetividade da realidade, que venha ser encontrada durante as análises (SAMPIERI; COLLADO; LÚCIO, 2013). Através disso, busca compreender determinados fenômenos realizando análises teóricas, na obtenção de informações detalhadas, tornando-se de caráter representativo sistêmico (MARCONI; LAKATOS, 2021).

De acordo com Cooper e Schindler (2016), a pesquisa qualitativa busca atingir entendimento profundo da situação, no caso, as análises dos artigos envolvendo o perfil empreendedor. Ainda revela que, este método de pesquisa é ideal para ter percepções sobre determinado assunto.

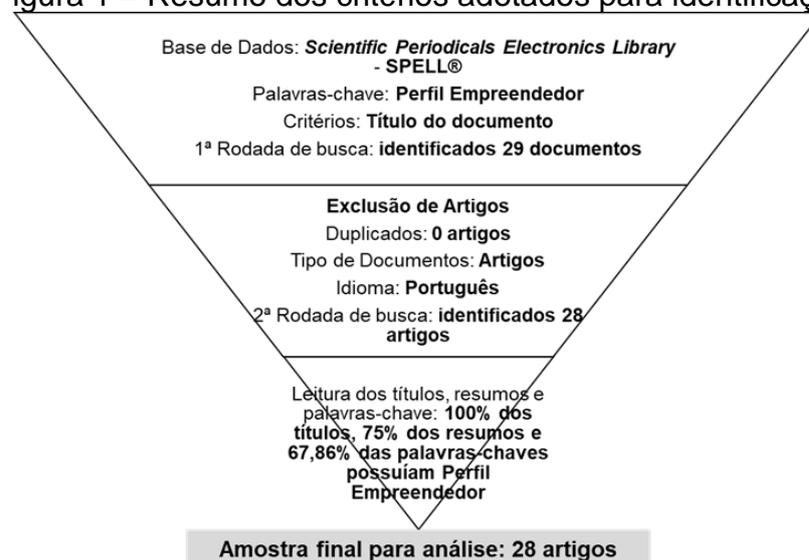
Segundo Lozada e Nunes (2018), a pesquisa descritiva tem como objetivo a descrição das características sobre o assunto em questão, onde reúne e analisa várias informações. Ainda sob a ótica desses autores, a pesquisa exploratória tem como intuito se aprofundar-se mais no assunto.

Podemos estabelecer que o estudo foi dirigido a um processamento de dados descritivos, com um aprofundamento exploratório sobre o perfil empreendedor na base de dados da Scientific Periodicals Eletronic Library – SPELL, buscando informações qualitativas por meio de análise de artigos selecionados.

Na Figura 1 está apresentada a descrição detalhada das etapas para a seleção dos artigos sobre perfil empreendedor, por meio da base de dados da SPELL, foi usado como palavra-chave o termo “perfil empreendedor”, nos quais os critérios almejados foram os títulos dos documentos em português, assim foram identificados 29 artigos. Após essa etapa sistêmica de busca, foi necessário a

identificação dos artigos, para ver se entre eles não havia artigos duplicados, mas ocorreu a necessidade de excluir um artigo por não estar em português. Ao final da análise, 28 artigos foram identificados para a realização da investigação.

Figura 1 – Resumo dos critérios adotados para identificação dos artigos.



Fonte: Os autores.

A técnica utilizada para a verificação dos dados, é a análise de conteúdo. Pode-se dizer que a análise de conteúdo é a principal técnica qualitativa de um conjunto de análises das comunicações dispondo-se a adquirir por meio de procedimentos sistêmicos e objetivos (SORDI, 2017).

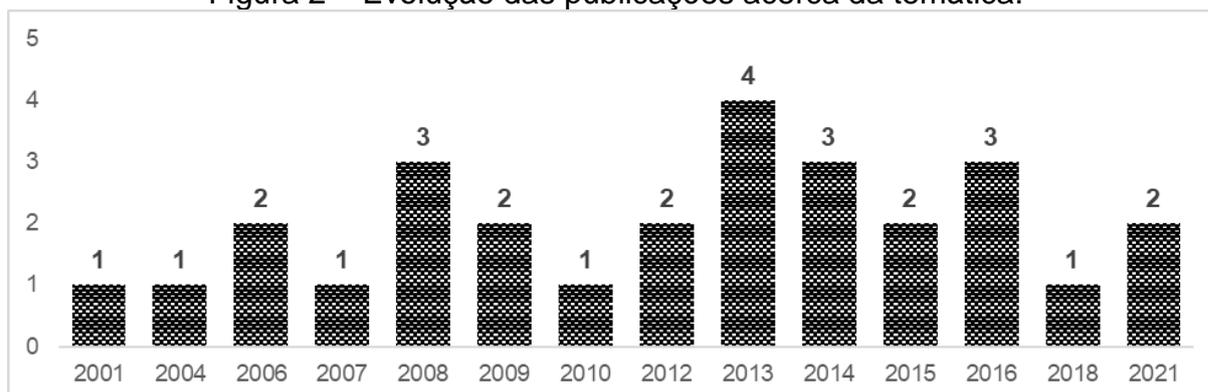
Na próxima etapa iniciam-se as análises e as discussões dos resultados obtidos na pesquisa, a qual é analisada o histórico de publicações acerca da temática; as revistas mais relevantes; os autores e suas respectivas instituições que mais possuem publicações; a nuvem de palavras com os títulos e as palavras-chaves dos artigos e, por fim, é realizada uma síntese dos artigos identificados.

3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos por intermédio da base de dados da Scientific Periodicals Electronics Library – SPELL, resultaram na Figura 2, a qual é

apresentada o histórico das publicações acerca da temática do perfil empreendedor, sendo que em 2001, 2004, 2007, 2010 e 2018 só foi publicado um artigo sobre o tema. Nos anos 2006, 2008, 2013, 2014 e 2016 foram aumentando de forma significativa as publicações sobre o tema perfil empreendedor, mostrando interesse de vários autores em estudar e se aprofundar mais sobre o tema.

Figura 2 – Evolução das publicações acerca da temática.



Fonte: Os autores.

Nota: Elaborado pelos autores com base nas informações da SPELL (2021).

No Quadro 1 pode-se observar que foram identificadas 24 revistas diferentes, as que possuem mais citações dos artigos publicados foram a Revista de Administração Contemporânea e a Revista de Administração Mackenzie, já as outras revistas tiveram apenas 1 artigo publicado.

Quadro 1 – Ranking das revistas com mais artigos publicados e citados.

Nº	Nome da Revista	WebQualis - 2013-16	Artigos Publicados	SPELL	Google Scholar
1.	Revista de Administração Contemporânea	A2	2	55	354
2.	Revista de Administração Mackenzie	B1	1	16	73
3.	Revista Alcance	B2	2	12	57
4.	Revista de Gestão	B1	1	5	47
5.	RAUSP Management Journal	-	1	8	36

Fonte: Os autores.

Nota: Elaborado pelos autores com base nas informações da SPELL (2021) e Google Scholar (2021).

Já no Quadro 2 nota-se que foram indicados 72 autores diferentes, portanto, os autores com 2 artigos publicados foram Heila Magali da Silva Veiga, Marcos Hashimoto, Marianne Hohnenberger e Tiago Zanetti Albertini, todos eles

provenientes de universidades diferentes, enquanto Maria Cristina Bohnenberger e Serje Schmidt são da Universidade Feevale. Assim, os outros 60 autores tiveram somente um artigo publicado.

Quadro 2 – Ranking dos Autores com mais publicações.

Nº	Nome dos Autores	Quantidade de Artigos	Vínculo Empregatício
1.	Heila Magali da Silva Veiga	2	Universidade Federal de Uberlândia (UFU)
2.	Marcos Hashimoto	2	Millikin University (Estados Unidos)
3.	Maria Cristina Bohnenberger	2	Universidade Feevale
4.	Marianne Hoeltgebaum	2	Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB)
5.	Serje Schmidt	2	Universidade Feevale
6.	Tiago Zanett Albertini	2	TECH - Inovações Tecnológicas para a Agropecuária

Fonte: Os autores.

Nota: Elaborado pelos autores

Na Figura 3 observa-se que são apresentadas duas nuvens de palavras dos títulos e palavras-chave dos 28 artigos, por isso, podemos entender que é um guia que os autores utilizam para pesquisa de artigos com conteúdos e partes importantes, para que assim, alcancem seus possíveis leitores. Nota-se que as palavras com maior destaque estão alinhadas com a temática da pesquisa, palavras como perfil, empreendedor, empreendedora e características se destacam nas nuvens de palavras.

Figura 3 – Nuvens de palavras dos títulos e das palavras-chave.



Fonte: Os autores

No quadro 3, após os 28 artigos identificados referente ao perfil empreendedor, os mais citados foram de 2009 com a temática “Perfil empreendedor e desempenho organizacional”, pelos autores Serje Schmidt e Maria Cristina Bohnenberger. Em 2014 com a temática “Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor”, escritos por Estevão Lima De Carvalho e Ana Augusta Ferreira Freitas, ambos os artigos divulgados na Revista de Administração Contemporânea; esses artigos foram os que mais foram citados dentre os 28 artigos identificados.

Ainda em 2009 teve sobre a temática “A Relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil”, e publicado na Revista de Administração Mackenzie. No ano de 2014 abordou “O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitoria Da Conquista – BA”, feito por Almirava Ferraz Gomes, na Revista Alcance. Para finalizar, em 2008, com a temática “Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e o perfil empreendedor”, elaborados pelos autores Carla Maria Schmidt e Marialva Tomio Dreher pela Revista de Gestão.

Quadro 3 - Os artigos mais citados no *Google Scholar* e SPELL

Nº	Títulos dos Artigos	Autores	Revista	Ano	<i>Google Scholar</i>	SPELL
1.	Perfil empreendedor e desempenho organizacional	Serje Schmidt, Maria Cristina Bohnenberger	Revista de Administração Contemporânea	2009	210	30
2.	Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor	Estevão Lima de Carvalho Rocha, Ana Augusta Ferreira Freitas.	Revista de Administração Contemporânea	2014	144	25
3.	A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil	José Pedro Penteado Pedroso, Marcia Shizue Massukado-Nakatani, Fabricio Baron Mussi.	Revista de Administração Mackenzie	2009	73	16
4.	O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na	Almirava Ferraz Gomes.	Revista Alcance	2004	54	12

80

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



	cidade de Vitória da Conquista-BA					
5.	Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor	Carla Maria Schmidt, Marialva Tomio Dreher.	Revista de Gestão	2008	47	5

Fonte: Os autores.

Nota: Elaborado pelos autores

Por meio das análises qualitativas dos 28 artigos, foi feita uma pesquisa por Bauer e Rodrigues (2001), onde abordam o perfil empreendedor na representatividade do setor econômico na região de Canoinhas. O principal objetivo da pesquisa foi identificar características empreendedoras dos empresários dos setores de madeireiro e ervateiro, realizando uma pesquisa exploratória, analítico-descritiva, onde as amostras foram obtidas por meio de um senso, atingindo todas as empresas madeireiras e ervateiras existentes na região de Canoinhas. Por meio de entrevistas, podem-se analisar as características do perfil empreendedor que determinam o comportamento dos indivíduos que possuem suas próprias necessidades, habilidades e valores, chegando-se à conclusão os dois apresentam elevadas necessidades de segurança, em relação às habilidades de organização verificou-se que ambos apresentam valores superiores na escala, evidenciando em princípio um elevado tino organizacional. A respeito de novas oportunidades de mercado, ambos possuem valores não muito elevados na escala, mostrando que os empresários têm poucas habilidades para se antecipar aos fatos. Em relação à flexibilidade, criatividade, autocontrole, ambição e a perseverança estão presentes em alta escala nos empresários, tornando as características empreendedoras muito semelhantes em ambos.

A pesquisa escrita por Gomes (2004) foi quantitativa sem amostra estatística representativa, sendo conduzida como uma pesquisa empírica e bibliográfica, onde, foi utilizado para a coleta de dados um questionário que permitiu identificar níveis diferentes de empreendedorismo, abordando como tema mulheres que conduzem seu próprio negócio na cidade de Vitória da Conquista. O objetivo da pesquisa foi tentar levantar uma visão sobre o espaço que o empreendedorismo feminino vem

tomando dentro da sociedade e da economia, e o quanto a mulher vem adquirindo cada vez mais potencial para adentrar nesse meio.

O estudo escrito por Fontenelle e Hoeltgebaum (2006), é do tipo descritivo e quantitativo, que teve como objetivo identificar as características empreendedoras de proprietários de franquias de confecções infantis de uma mesma rede. Foram coletadas informações que puderam identificar o desempenho das empresas, onde foi possível selecionar um instrumento para a mensuração do desempenho dessas franquias, assim podendo chegar às características do comportamento empreendedor que é: busca de oportunidades, com média de 18,58; comprometimento, com média de 19,52; busca de informação, com média de 19,32; estabelecimento de metas, com média de 20,87 e independência e autoconfiança, com média de 18,29, em relação ao desempenho das franquias. Pode-se identificar que tais características se fazem importantes para o desenvolvimento do empreendedorismo, estando em constante evolução e buscando um interesse em aprender constantemente de maneira inovadora, sabendo lidar com a tomada de decisão.

O artigo feito por Oliveira e Guimarães (2006), foi desenvolvido como uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória, buscando uma melhor compreensão de um determinado grupo ou comunidade, primeiramente analisando dados estatísticos produzidos pelo NAE/SEBRAE e, em seguida, entrevistas com os proprietários. O tema abordado foram as ações de apoio ao empreendedorismo, buscando analisar o motivo que levou empreendedores a abrirem seu próprio negócio. As principais características e habilidades identificadas que se sobressaíram foram: experiência prévia no ramo da atividade; capacidade de construir redes de relacionamento comerciais duradouras; capacidade de inovar e visualizar uma oportunidade de negócio; e o que denominamos de habilidades gerenciais, ou seja, capacidade para lidar com as incertezas do mercado, principalmente com a concorrência acirrada e as dificuldades de acesso ao crédito.

A pesquisa feita por Hoeltgebaum, Silveira e Camargo (2007), foi descritiva com um método quantitativo, foi elaborado um questionário, para analisar o perfil

empreendedor do fundador e sucessor em empresas familiares catarinenses. Buscou-se identificar informações sobre os empreendedores, a empresa e as características comportamentais que o empreendedor bem-sucedido deve ter, desenvolver ou apenas aprimorar são: comportamentos manifestados; persistência: correr riscos calculados; estabelecer metas e objetivos; e estabelecer objetivos mensuráveis e de curto prazo; segundo a escala de McClelland.

O estudo escrito por Fandiño e Maciel (2008), teve uma abordagem de revisão bibliográfica, usando questionários com perguntas fechadas estruturado na escala de Likert, onde as interpretações dos dados foram feitas a partir de médias aritméticas simples. Foi feita uma análise entre alunos de pós-graduação lato sensu (MBA), para estudar o perfil empreendedor de cada um, e assim identificar os alunos que desejam seguir carreira em empresas já estruturadas, sendo que 31% dos alunos desejam empreender em um negócio próprio; e 6% buscar inserção no mercado de trabalho, 3% têm como objetivo buscar preparo para administrar empresa familiar.

O estudo desenvolvido por Schmidt e Dreher (2008), aborda a cultura empreendedora, analisando a formação do Arranjo Produtivo Local (APL) de turismo sustentável em Nova Rússia, Blumenau – SC. Os dados para a elaboração da pesquisa foram coletados por meio de reuniões, entrevistas, visitas e palestras com os proprietários-dirigentes da área do turismo de Nova Rússia. Mostrou-se que a região tem uma cultura empreendedora, porém, não é bem desenvolvida, mesmo existindo ações de empreendedorismo coletivo.

Prodanov, Schmidt e Bohnenberger (2008), analisam os métodos e práticas em diferentes institutos acadêmicos, no caso, o Centro Universitário para o perfil e intenção empreendedora dos alunos, onde foi desenvolvido um modelo de medição para validar e analisar os resultados, obtendo - se ótimos resultados na segurança do método de análise. Os resultados da pesquisa indicam que entre os institutos não há diferença em questão do perfil lideranças. As maiores diferenças ocorreram nos perfis de assumir riscos, planejador e intenção empreendedora.

A pesquisa realizada por Pedroso, Massukado-Nakatani e Mussi (2009), é qualitativa de natureza descritiva e interpretativa. Com o objetivo de analisar a relação entre o jeitinho brasileiro com perfil empreendedor, foram analisados estudos que falam das características culturais brasileiras, assim foram selecionados os artigos publicados sobre o perfil empreendedor nos eventos ENEO e ENANPAD entre os anos de 2004 e 2006, e nos anais do EGEPE nos anos de 2000 a 2008. O resultado da pesquisa mostrou que no Brasil tradicionalmente não há cultura que estimule os indivíduos a abrir o seu negócio próprio; em vez disso o que enfatiza é uma educação formal, o brasileiro é tido como criativo e inovador.

Schmidt e Bohnenberger (2009) abordam a relação do perfil empreendedor e o desempenho organizacional. O objetivo do estudo é a construção e validação de um instrumento de medição do perfil empreendedor e a relação com o desempenho organizacional, sugerindo resultados de um conceito teórico multidimensional.

No artigo desenvolvido por Raimundo (2010), disserta sobre o estudo descritivo e fala sobre experiência no setor da construção civil, analisando a importância e interferência das características empreendedoras na relação da formulação da estratégia empresarial. De características metodológicas qualitativas com caráter exploratório e descritivo, utilizando para a coleta de dados um estudo de caso único e entrevistas semiestruturadas ao responsável pela coordenação de projetos da empresa. Os resultados mostraram que as pessoas com características empreendedoras conseguem se sobressair e também impulsionar o sucesso das organizações nas quais fazem parte.

O artigo escrito por Moraes *et al.* (2012) teve como objetivo identificar e escrever as características que constituem o perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de carga e a frequência com que os atributos se mostram presentes no perfil empreendedor. Este estudo foi iniciado com um levantamento das definições pela revisão da literatura sobre o perfil empreendedor.

A pesquisa desenvolvida por Silva (2012), buscou responder as questões a respeito da percepção da incerteza, com influência do perfil empreendedor dos gestores que trabalham na área de alimentação da cidade de São Paulo. O objetivo

principal do estudo é estimar o impacto da percepção de incertezas sobre o perfil empreendedor dos gestores desse setor.

Uma outra pesquisa versa sobre os alunos que cursam o último ano da graduação de administração de empresas da região de Jundiaí – SP. Através de uma pesquisa de natureza quantitativa por um questionário de técnica de Survey, onde visa identificar as características comportamentais predominantemente qualitativos ordinais dos formandos e a sua capacitação empreendedora.

Um outro estudo trata-se de uma pesquisa descritiva e qualitativa feita por meio de estudo de caso e relato de histórias de criação de empreendimento, a qual foi realizada por empreendedor. Buscaram estudar sobre o perfil empreendedor, com o objetivo de identificar e analisar o perfil do fundador do Instituto pesquisado e, assim, analisar os procedimentos que proporcionaram a sobrevivência e o crescimento da organização.

A pesquisa realizada por Eckert *et al.* (2013) objetivou estabelecer uma comparação entre o perfil empreendedor dos integrantes e dos concluintes do curso de ciências contábeis da Universidade de Caxias do Sul-RS. Para atingir esse objetivo foi realizada uma survey com uma amostra dos iniciantes e outra dos que concluíram o curso, com a aplicação de um questionário “sou um empreendedor”, o resultado dessa pesquisa verificou se há ocorrência de variações positivas quando comparado a estes dois grupos.

A próxima pesquisa trata-se de uma pesquisa quantitativa, com o objetivo de desenvolver um instrumento de estudo junto a três categorias de motoristas, identificando em qual delas se manifesta mais os perfis empreendedores, e avaliar a correlação entre os índices de atributos do perfil empreendedor para essa amostra delimitada no município de Campinas, no estado de São Paulo.

O artigo de Ilzuka e Moraes (2014) foi uma pesquisa quantitativa e os resultados identificados por intermédio de uma estatística descritiva, onde teve o objetivo de compreender aspectos anteriores ao ensino superior e qual o perfil empreendedor dos alunos de Administração de uma instituição de ensino que tem investido nos últimos anos no ensino e aprendizagem do empreendedorismo. O

estudo buscou compreender os alunos com diferentes perfis e suas diferentes fases no curso de administração avaliam o ambiente universitário.

O próximo estudo teve como caráter analisar por meio de técnica multivariada um instrumento que tem como função mensurar a aprendizagem do ensino de empreendedorismo. Com o objetivo de analisar diferenças do perfil empreendedor de estudantes que participaram de AEGE e estudantes que não participaram. Os resultados comprovaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo apresentaram mudanças significativas no perfil empreendedor.

Em um próximo estudo de caráter exploratório, o qual procurou investigar a trajetória de dois empreendedores por meio de uma análise, a fim de visualizar a evolução das duas redes de relacionamentos interpessoais em interação com certos atributos pessoais.

Outros autores escreveram em seu artigo que o perfil empreendedor é de grande importância tanto para o início de um negócio quanto para o desempenho profissional em organizações existentes. O Objetivo foi investigar as soluções entre perfil empreendedor (PE), valores relativos ao trabalho (VRT) e auto eficácia para criar (AEC). Foi utilizada uma amostra de convivência de 301 universitários de vários cursos, onde 19,3 % participaram de empresas Júnior e 78% não participaram. Os resultados identificaram relações entre PE, VRT e AEC, todos os achados são cotejados com a literatura.

No artigo escrito por Meneghetti *et al.* (2015) foram aplicados 122 questionários em alunos da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, campus de Cascavel, Paraná, Brasil no ano de 2014. A fim de identificar o perfil empreendedor de diferentes termos do curso de Administração. O questionário teve várias questões destinadas à identificação de cinco diferentes dimensões: comprometimento e determinação; obsessão por oportunidades; tolerância ao risco; ambiguidades incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; motivação e superação. Os resultados desse estudo

apontaram que não há relação entre as variáveis e os scores em relação as cinco dimensões.

O artigo escrito por Zuccari e Belluzzo (2016) foi elaborado uma pesquisa exploratória, quantitativa e bibliográfica sobre a competência de comunicação e as características do comportamento empreendedor no âmbito. Neste artigo foi abordado o comportamento desse empreendedor entre as pessoas e como a competência de informação está presente no comportamento do gestor organizacional empreendedor.

Willerding *et al.* (2016), através de uma pesquisa de caráter qualitativa e exploratório, cujos dados foram coletados por duas etapas: revisão sistemática, pesquisa bibliográfica da literatura e entrevistas não estruturadas com líderes de empresas vinculadas. A presente pesquisa aborda o perfil empreendedor de tecnologia (ACATE), tendo como objetivo identificar os sinais distintos do empreendedorismo, bem como sua intensidade. Os resultados mostraram que o perfil empreendedor dos líderes, influencia diretamente no desempenho das empresas em todos os estágios do seu ciclo de vida.

Rabelo Neto, Silva e Souza (2016) elaboraram um artigo descritivo e qualitativo, a coleta de dados foi realizada em julho de 2013 por meio de entrevistas semiestruturadas. O objetivo propôs identificar um possível empreendedor voltado para o mercado da música independente Gaúcha. Pode-se concluir que os perfis empreendedores e as práticas empreendedoras com o propósito de alavancar o negócio nesse segmento, mediante a competitividade do mercado da música está relacionado ao uso da tecnologia, visão de futuro, correr riscos calculados, entre outros aspectos.

A metodologia adotada por Muraro *et al.* (2018) foi a pesquisa quantitativa exploratória, o instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado, por cinco especialistas nas áreas de comércio internacional, empreendedorismo e psicologia. Os dados também foram analisados e interpretados por meio da estatística descritiva.

Em outra pesquisa objetivou-se a verificação e a interação entre perfil empreendedor (PE) e autoeficácia criativa (AE). Esse estudo foi composto por 309 estudantes de vários cursos, com o objetivo de verificar a interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa na predição da intenção empreendedora entre universitários.

Por fim um último estudo buscou identificar em medida a metacognição que exerce efeito sobre a percepção de sucesso, medida pelo perfil empreendedor. As amostras para o estudo envolveram 194 egressos do curso de Administração, Ciências Contábeis e Economia da instituição de ensino superior, tanto públicas e privadas do Estado de Sergipe, onde promoveu uma melhoria na estratégia Reguladora da aprendizagem e apresentou as habilidades metacognitivas que afetam a percepção de sucesso, a qual pode proporcionar aperfeiçoamento e aprendizagem dessas habilidades, além de promover uma melhoria na percepção de sucesso.

Após a realização das análises dos 28 artigos, observou-se que em sua maioria os autores buscaram apresentar as características do perfil empreendedor que é ser criativo; gostar de estabelecer metas; atingir objetivos; força de vontade e fé; ser persistente; ser líder; entre outras. A fim de identificar cada particularidade que esse indivíduo venha a ter dentro de um ambiente organizacional ou na iniciativa de montar seu próprio negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou compreender e estudar o perfil empreendedor, mediante uma análise qualitativa de caráter exploratória dos artigos. Considera-se que os objetivos propostos por esse trabalho foram atingidos de forma clara e objetiva. Após os critérios de inclusão e exclusão, foram identificados 28 artigos sobre a temática na base de dados da SPELL.

Em relação às publicações sobre a temática pode-se observar que apenas nos anos de 2013, 2008, 2014 e 2016 teve mais estudos publicados sobre a

temática, levando em consideração a base de dados da SPELL. Em relação às publicações, chama a atenção os autores que teve mais publicações sobre a temática, que são: Heila Magali Da Silva Veiga; Marcos Hashimoto; Maria Cristina Bohnenberger; Mariane Hoeltgebaum; Serje Shimidt; e Tiago Zanett Albertini.

A partir das análises dos artigos observou-se que há necessidade da revisão da literatura sobre a temática perfil empreendedor, através de estudantes na área de administração e empresários, a fim de identificar características empreendedoras em ambos os pesquisados.

As limitações encontradas para a elaboração do artigo foram em utilizar somente a base de dados Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL, para encontrar artigos sobre a temática. Por fim, se espera que esse trabalho permita aprofundar mais sobre o tema, abrangendo todas as áreas que envolva o perfil empreendedor e que ganhe cada vez mais lugar nas instituições, como objeto de pesquisas e representatividade no mercado e no meio em que esse indivíduo venha atuar. Pode-se concluir também que os autores buscam cada vez mais evidenciar as características que o indivíduo com perfil empreendedor tem em inovar, ser criativo e estar pronto para correr riscos, e atingir os seus objetivos. Essas características são de grande importância para a abertura do seu próprio negócio, para a empresa em que está inserido e para a organização em que venha fazer parte.

REFERÊNCIAS

BARROS, A.; PEREIRA, C. M. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **RAC – Revista de Administração**, São Paulo, v.12, n.4, p. 975-993, 2008.

BAUER, R. T.; RODRIGUES, L. C. Perfil empreendedor dos empresários dos setores econômicos representativos da região de Canoinhas. **Revista de Negócios**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 25-32, 2001.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 12. ed. Porto Alegre: Amgh Editora Ltda., 2016.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo fazendo acontecer**: livro do professor de ensino médio. São Paulo/SP: Empreende, 2020a. v.1.

DORNELAS, J. **Dicas essenciais de empreendedorismo**: sugestões práticas para quem quer empreender. São Paulo: Empreende, 2020b.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende. 2018.

DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2002.

ECKERT, A. *et al.* O perfil empreendedor na graduação: um estudo comparativo entre ingressantes e concluintes. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 61-76, 2013.

FANDIÑO, A. M.; MACIEL, J. S. Análise do perfil empreendedor entre alunos de pós-graduação lato sensu (MBA). **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 61-71, 2008.

FONTENELLE, C. J. S.; HOELTGEBAUM, M. A influência do perfil empreendedor no desempenho do negócio em uma rede de franquia de confecção infantil. **Revista de Negócios**, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 131-149, 2006.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, Vale do Itajaí, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA, A.; CAMARGO, M. S. G. Análise do perfil empreendedor do fundador e seu sucessor em empresas familiares catarinenses. **Revista Alcance**, Vale do Itajaí, v.14, n. 3, p. 427-446, 2007.

IIZUKA, E. S.; MORAES, G. H. S. M. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. **Administração: Ensino e Pesquisa**, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 593-593, 2014.

LOZADA, G.; NUNES, K. S. **Metodologia Científica**. Porto Alegre: Fernanda Anflor, 2019.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MONTEIRO, R. A. *et al.* Perfil empreendedor e capacidade de inovação das indústrias boneleiras da região seridó do rio grande do norte. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 15, n. 3, p. 64-94, 2020. Disponível em: <https://revista2.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/view/3190>. Acesso em: 30 set. 2021.

MENEGHATTI, M. R.; RIBEIRO, I.; CANCELIER, G. R.; SILVA, J. M.; SANTOS, P. S. D. Perfil empreendedor: uma análise a partir de alunos do curso de

administração. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 48-58, 2015.

MORAES, M. J.; HASHIMOTO, M.; ALBERTINI, T. Z. Perfil Empreendedor: estudo sobre características empreendedoras de motoristas funcionários, agregados e autônomos do transporte rodoviário de cargas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Portugal, v. 2, n. 1, p. 132-157, 2013.

MORAES, M. J.; HASHIMOTO, M.; ALBERTINI, T. Z.; SBARAINI, J. Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 107-124, 2012.

MURARO, R. *et al.* Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 15, n. 2, p. 136-156, 2018.

OLIVEIRA, D. C.; GUIMARÃES, L. O. Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/SEBRAE em questão. **Revista Economia & Gestão**, v. 6, n. 13, p. 1-21, 2006.

PEDROSO, J. P. P.; MASSUKADO-NAKATANI, M. S.; MUSSI, F. B. A relação entre o jeitinheiro brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 4, art. 58, p. 100-130, 2009.

PRODANOV, C. C.; SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor: métodos e práticas em diferentes institutos acadêmicos. **Gestão e Desenvolvimento**, v.5, n. 1, p. 21-31, 2008.

RABÊLO NETO, A.; SILVA, A. S. L.; SOUSA, A. M. R. O Perfil Empreendedor no Mercado de Música Independente. **Caderno Profissional de Administração da UNIMEP**, v. 6, n. 1, p. 68-86, 2016.

RAIMUNDO, C. M. Perfil empreendedor e geração de estratégias: um estudo descritivo a partir da experiência no setor da construção civil. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 3, n. 2, p. 195-205, 2010.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, v.18, n. 4, p. 465-486, 2014.

RODRIGUES, H. S.; ALVARES, R. V. Em busca do perfil empreendedor dos egressos de mestrado e doutorado em Computação no Estado do Rio de Janeiro. *In: ESCOLA REGIONAL DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO DO RIO DE JANEIRO (ERSI-RJ)*, 7., 2021, Evento Online. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021. p. 96-99.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P. M. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso. 2013.

SANTOS, A. C. M.; PAIXÃO, M. R. Estudo do perfil empreendedor do aluno de graduação em Administração egresso de instituições de ensino da região de Jundiá. **Revista de Tecnologia Aplicada**, v. 2, n. 1, p. 12-27, 2013.

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **Revista de Gestão**, v. 15, n. 1, art. 1, p. 1-14, 2008.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, 2009.

SILVA, A. A. *et al.* Percepção da incerteza e o perfil empreendedor no setor de serviços de alimentação. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 11, n. 3, p. 54-71, 2012.

SORDI, JOSÉ OSVALDO DE. **Desenvolvimento de Análise de Pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

VEIGA, H. M. S.; CORTEZ, P. A. Análise de Interação entre Autoeficácia Criativa e Perfil Empreendedor na Predição da Intenção Empreendedora entre Universitários. **Gestão & Conexões**, v. 10, n. 1, p. 28-46, 2021.

WILLERDING, I. A. V. *et al.* O Perfil Empreendedor dos Líderes das Empresas de Base Tecnológica: Um Estudo Sobre a Área de Tecnologia Educacional na Região Metropolitana de Florianópolis. **Pensamento & Realidade**, v. 31, n. 4, p. 41-62, 2016.

ZUCCARI, P.; BELLUZZO, R. C. B. A Competência em Informação e o Perfil Empreendedor no Âmbito das Organizações. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 6, n. N. Especial, p. 61-71, 2016.

BENEFÍCIOS DO INVESTIMENTO EM ENERGIA SOLAR FOTOVOLTAICA PARA EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

BENEFITS OF INVESTING IN PHOTOVOLTAIC SOLAR ENERGY FOR SMALL BUSINESSES

Amanda Evelyn de Souza Nascimento
amandaevelyn_nascimento@hotmail.com

ETEC Prof. Adolpho Arruda Mello

Beatriz Correa Ventura de Jesus
beatrizcvdejesus@gmail.com

ETEC Prof. Adolpho Arruda Mello

Laura Beatriz Bachega Oliveira
lauraoliveira46@gmail.com

ETEC Prof. Adolpho Arruda Mello

Jacqueline Pereira dos Santos
jacqueline.santos89@etec.sp.gov.br

ETEC Prof. Adolpho Arruda Mello

RESUMO

A energia solar fotovoltaica se mostrou uma ferramenta eficaz no combate do índice de insolvência das empresas de pequeno porte, que se intensificaram com o surgimento pandêmico da COVID-19, cujo índices chegaram a recordes mundiais. Mediante isso, o presente ensaio evidenciou os benefícios dessa fonte energética, de suma importância para a sociedade contemporânea, elaborando um estudo de caso de uma empresa fictícia, demonstrando em segmentos as etapas do processo contábil efetuado a padronização nas agências de instalação solar com auxílio de uma real, para explicitar seus proveitos econômicos advindos a longo prazo e o tempo de retorno previsto, juntamente com a coleta de relatos reais dos clientes da agência que comprovem a veracidade destes serviços. Solidifica-se, portanto, os benefícios da energia solar fotovoltaica às empresas de pequeno porte.

Palavras-chaves: energia solar fotovoltaica; pequenas empresas; portalidade empresarial; falência; economia.

ABSTRACT

Photovoltaic solar energy proved to be an effective tool in combating the insolvency rate of small businesses, which intensified with the pandemic emergence of COVID-19, whose rates reached world records. Through this, the present essay showed the benefits of this energy source, of Paramount importance to contemporary society, developing a case study of a fictitious company, demonstrating in segments the steps of the accounting process carried out the standardization in solar installation agencies with the aid of a real, to explain its economic benefits arising in the long term and the expected return time, showing the advantages and disadvantages of this energy source. Along with the collection of real reports from customers of the agency that prove the veracity of these services. It solidifies, therefore, the benefits of photovoltaic solar energy to small businesses.

Keywords: photovoltaic solar energy; small businesses; businesses mortality; bankruptcy; economy.

93

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



1 INTRODUÇÃO

Há variados métodos para geração de energia elétrica no mercado atual, dentre eles se destaca a obtenção através da energia solar fotovoltaica, com inovadoras propostas intervencionistas no meio ecológico, social e especialmente econômico, benefícios estes, porém, ainda desconhecidos majoritariamente pelas empresas de pequeno porte, que estatisticamente são as mais afetadas pelo fator de mortalidade empresarial, com déficits financeiros ao nível de falência.

Com intuito demonstrativo em relação aos incontestáveis benefícios do investimento em energia solar para pequenas empresas, é importante evidenciar ser uma fonte limpa e renovável, no qual investir neste ramo apresenta cada vez mais repercussão independente do nicho abordado, dado suas vantagens competitivas, além do aumento da credibilidade à organização com o resguardo de políticas ambientais, exigência crescente em todos os segmentos globais.

Mesmo no ano de 2015, quando energias alternativas eram menos disseminadas e incentivadas e, logo, maiores precificadas, o estudo “Análise de viabilidade econômica da implantação de painéis fotovoltaicos para geração de energia em pequenas e médias empresas: estudo de caso no contexto brasileiro”, da internacionalmente reconhecida Revista Espacios, que têm publicações revisadas por especialistas seniores e divulgar trabalhos originais que apresentam resultados de estudos, pesquisas e revisões bibliográficas nas áreas de gestão, educação e tecnologias relacionadas, confirmou recuperação de todo o capital investido inicialmente em energia fotovoltaica para o alvo deste estudo. Em 2021 e consecutivos anos posteriores, o retorno financeiro tende a se encurtar ainda mais.

Seja para pequenas ou médias empresas, a mensuração do ROI (Retorno sobre o Investimento) é essencial; o custo de aquisição de um sistema fotovoltaico pode parecer elevado a primeiro momento, mas efetuada análise do ROI, a energia fotovoltaica representa significativa economia no orçamento, podendo chegar a uma rentabilidade seis vezes maior do que o próprio dispositivo econômico comum mais requisitado, a poupança elétrica.

Tendo ciência disso, almeja-se aferir a respeito dos benefícios do investimento em energia solar para empresas de pequeno porte no presente contexto atual.

Nesse sentido, o trabalho justifica-se por demonstrar os benefícios da energia solar fotovoltaica para reduzir índices de poluição ambiental e custos relacionados à energia, realizando assim um investimento rentável às empresas de pequeno porte, que além de sustentável, agrega mais valor social para a empresa investidora.

Pois, diante dos altos valores de energia elétrica que as empresas de maneira geral pagam em suas contas mensais, pretende-se desenvolver um projeto que envolverá a descrição das regras e normas para realização do investimento em energia solar fotovoltaica em empresas de pequeno porte, como auxílio para alcançarem estabilidade no mercado, incorporando a ideia de sustentabilidade para geração de benefícios à empresa.

Assim, pretende-se como objetivo geral, do trabalho, propor uma ideia inovadora, sustentável e rentável às empresas de pequeno porte, por meio de um projeto de investimento em energia solar fotovoltaica. E, os objetivos específicos: a) Apresentar políticas eficazes antônimas à amortização de pequenas empresas; b) Implantar senso ambientalista nos setores micro empresariais sem prescindir a produtividade; c) Desenvolver um projeto sustentável para as empresas de forma rentável (com a diminuição de gastos com energia).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico foram explanados os conceitos iniciais sobre a energia solar fotovoltaica, como seus benefícios e as diferenças entre a tradicional, bem como simulações de preços levando em consideração os tipos de placas e inversores solares.

2.1 Definição da Energia Solar Fotovoltaica

A energia solar fotovoltaica consiste em uma fonte de energia renovável que está em constante crescimento no mercado por ser considerada uma fonte de obtenção de energia limpa. Essa obtenção de energia ocorre por meio dos painéis solares (placas solares), pois quando a luz do sol é captada por esses painéis solares, se tem a transformação da corrente elétrica para a sua utilização em residências, comércios e indústrias.

Segundo a explicação de Ronaldo Koloszuk (2020, p26.), presidente do conselho da ABSOLAR (Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica), é afirmado que:

A energia solar cresce aceleradamente no Brasil porque alivia o orçamento das famílias e empresas ao reduzir a conta de energia em mais de 90%. Sabemos pelo Sebrae que a conta de luz é o segundo maior peso nas despesas das micro e pequenas empresas, ficando atrás apenas da folha salarial. Isso tudo além de contribuir muito ao meio ambiente.

Ainda de acordo com os dados da ABSOLAR (2020 b), a energia solar fotovoltaica continua apresentando constante crescimento, posto que triplicou sua atividade em um ano, e só nos últimos seis meses (destacando que em três destes correspondem “dentro” do período da pandemia), apresentou crescimento de 50%.

2.2 Surgimento da Energia Solar Fotovoltaica

O físico francês Becquerel foi o precursor a notar o efeito fotovoltaico durante uma experiência com eletrodos em 1839, no qual a partir disso iniciaram-se os estudos da conversão da luz do sol em eletricidade:

[...] Becquerel verificou que placas metálicas, de platina ou prata, mergulhadas em um eletrólito, produziam uma pequena diferença de potencial quando expostas à luz. Mais tarde, em 1877, dois inventores norte-americanos, W. G. Adams e R. E. Day utilizaram as propriedades fotocondutoras do selênio para desenvolver o primeiro dispositivo sólido de produção de eletricidade por exposição à luz. Tratava-se de um filme de selênio depositado num substrato de ferro e com um segundo filme de ouro,

semitransparente que servia de contato frontal. (FRAZÃO; MURA; TIRAPELLE, 2013, p.).

Após observações e avanços, sua primeira utilização dos painéis solares se deu em 1958, mas sua invenção de fato foi em 1954, oficialmente reconhecida pelo engenheiro estadunidense Russell Shoemaker Ohl, patente desta tecnologia, junto ao anúncio da primeira célula fotovoltaica durante uma reunião da National Academy of Sciences; entretanto, há uma segunda figura a quem também se deve credibilidade:

Embora tenha sido Russell Ohl quem inventou a primeira célula solar de silício, considera-se que a era moderna da energia solar teve início em 1954 quando Calvin Fuller, um químico dos Bell Laboratories (Bell Labs) em Murray Hill, New Jersey, nos Estados Unidos da América, desenvolveu o processo de dopagem do silício. Fuller partilhou a sua descoberta com o físico Gerald Pearson, seu colega nos Bell Labs e este, seguindo as instruções de Fuller, produziu uma junção PN mergulhando num banho de lítio e uma barra de silício dopado com um elemento doador eletrônico (FRAZÃO; MURA; TIRAPELLE, 2013, p.63.).

Inicialmente exclusiva ao uso científico restrito aos especialistas devido seu alto custo, graças à gama de desenvolvimento ao aparelho com menos recursos e os investimentos para avanço de pesquisas, salvo o reconhecimento de seus benefícios, a energia solar fotovoltaica tornou-se agora disponível e acessível para a maior parte da população.

2.3 Tipos de Implantação de Energia Solar Fotovoltaica

Os módulos fotovoltaicos são dispositivos que convertem a energia luminosa diretamente em energia elétrica em corrente contínua (CC), os quais, quando expostos à radiação solar, funcionam como geradores de energia elétrica. São normalmente produzidos a partir de silício (material semicondutor), o mesmo material utilizado nos "chips" de computador, com base em tecnologia semelhante à utilizada na indústria eletrônica.

Para calcular exatamente o que será necessário para uma empresa de pequeno porte seria:

Caso a empresa já tenha histórico de uso de energia por pelo menos 3 meses, simplesmente fazer a média.

Caso a empresa esteja começando e ainda não tenha um histórico, o ideal é fazer um levantamento de quantos computadores, ar-condicionado, lâmpadas, cafeteiras etc. Cada eletrônico (aparelho que consome energia) tem o seu consumo em kW, então para isso seria necessária a ajuda de um engenheiro, junto à concessionária de energia, para fazer esse cálculo, e obter uma sobra considerável.

As posições das placas devem estar a norte, para melhor geração. Leste e Oeste também são bons, porém no Norte a geração fica perfeita. Nunca se deve pôr no Sul, senão a empresa perderia uma boa parte de sua energia.

Contudo, alguns dos métodos de implantação de energia solar em empresas de pequeno porte são esses. Visa bastante atenção para não haver prejuízos futuros.

2.4 Benefícios da Energia Solar Fotovoltaica

Com a promessa de ser uma das fontes de energia renovável mais vantajosa, a energia solar fotovoltaica apresenta hoje o meio de obtenção energética em maior crescimento no mundo com expansão em escala exponencial, em destaque aos países de clima tropical como o Brasil.

Não à toa sendo estimada pela esmagadora maioria dos ambientalistas, seus benefícios nítidos vão desde fatores socioambientais (a exemplo da não emissão atmosférica de gases, inclusive dióxido de carbono, em nenhuma das suas fases, - principal gás causador da problemática do efeito estufa e aquecimento global - sustentabilidade - sendo o sol o recurso requisitado aos painéis fotovoltaicos, é considerada uma fonte infinita de energia e, portanto, não há competitividade no mercado como é no caso dos combustíveis fósseis: petróleo, carvão mineral, gás natural, xisto betuminoso e nucleares – e, por fim, a viabilidade

para áreas remotas e de difícil acesso - visto que requer áreas menos extensas para ser produzida – até termos econômicos (como sua alta durabilidade, manutenção mínima, e claro: o baixo custo a longo prazo em relação a drástica redução dos índices elétricos mensais).

2.5 Proveitos Ambientais da Energia Solar Fotovoltaica

Pelo fato de a energia solar fotovoltaica ser uma tecnologia renovável e econômica devido a forma em que se a obtém, ela é super vantajosa para a redução de poluição e na diminuição do desmatamento do meio ambiente, contribuindo para uma sociedade alicerçada na sustentabilidade.

Os benefícios ambientais alcançados por intermédio da energia solar fotovoltaica são benéficos para a natureza, uma vez, com ela não se tem a necessidade de construir barragens – sendo assim, não é necessário fazer a retenção de rios e desmatamentos, e não se tem o perigo de ocorrer acidentes como o de rompimento de barragens (que afeta e prejudica o meio ambiente e o ser humano) – e, por ser renovável, sempre pode-se contar com esse meio de obtenção de energia e não emite gases poluentes na atmosfera – o que diminui a emissão de gases do efeito estufa, que são responsáveis pelo aquecimento global – assim, não compromete as gerações futuras de terem acesso a fonte de energia.

2.6 Principais Diferenças entre a Energia Solar Fotovoltaica e a Energia Tradicional

As principais diferenças entre o modo de obtenção de energia por meio da energia solar fotovoltaica e da energia tradicional, consiste que a energia solar fotovoltaica é uma fonte renovável e limpa, ou seja, não prejudica o meio ambiente por ser obtida por meio de placas solares (ou painéis solares) que transformam a energia solar em corrente elétrica. E a energia tradicional, obtida por meio do carvão mineral e do petróleo, não são fontes renováveis e a sua forma de obtenção e

transformação de energia emite gases poluentes, o que agrava o efeito estufa (e conseqüentemente, o aquecimento global), pois são combustíveis, e para se obter energia é necessário realizar a queima deles – que por sua vez, ocorre a emissão de gases poluentes e impactam o meio ambiente e a saúde da população.

2.7 Tipos de Placas e Inversores Solares Existentes e suas Diferenças

Há uma variedade de placas fotovoltaicas (conjunto de módulos solares, popularmente conhecidos como painéis), e suas respectivas marcas no estado atual do mercado, assim como de seus inversores, disponibilizados a partir de fontes alternativas. Estes painéis solares citados podem ser classificados basicamente em dois tipos mais comuns: os de células monocristalinas ou de células policristalinas, no qual quanto maior sua voltagem, maior seu tamanho. Já desmistificando certos achismos acerca da temática, eles têm sim diferenças, mas isto não faz com que uma tecnologia seja superior em relação a outra, apenas apresentam adequações mais apropriadas para cada objetivo priorizado na implantação; tais distinções consistem na composição do substrato de silício usado para realização destas células, no qual a policristalina é formada por múltiplos cristais e a monocristalina somente por um único.

Então, qual é melhor? [...] não é realmente um debate, mas sim uma questão das metas específicas para um projeto solar. A resposta depende da localização e dos parâmetros do seu projeto, e de outros fatores, incluindo custos de mão-de-obra local e estruturas de tarifas de serviços públicos. (LIMA, 2018, p 56.).

Contextualizando as referidas informações para as necessidades de empresas de pequeno porte, o que fica no íntimo de todos é “ah, então obviamente painéis policristalinos são a melhor escolha”, visto que o capital destas é consideravelmente menor ou na melhor das hipóteses, instável; porém o especialista adverte que é imprescindível um acompanhamento profissional para concretização do projeto, que contemplará análises muito mais profundas do que simplesmente um

orçamento inicial. É muito difundido o pensamento de “comprar diretamente do fornecedor é mais benéfico” por exemplo, ao invés de recorrer aos distribuidores (esquecendo que existem fatores como taxas de entrega, impostos internacionais ou mão de obra). Barateamento nem sempre é sinônimo de um bom negócio, afinal, “de nada adianta gastar 30% a menos na instalação e perder 70% do ganho financeiro a longo prazo”.

Detalhes desde as monocristalinas “serem mais ideais para telhados menores e propriedades de espaço limitado”, “renderem menos em lugares frios”, até o fato de policristalinas serem “mais funcionais para instalações em telhados com muita área ou espaço no solo”, são dados a serem estudados e aproveitados pelos prestadores de serviços – muitas vezes ocultados pelos charlatões que só querem fechar o contrato o mais rápido possível, dispondo-se da ingenuidade de recém empreendedores –. Buscar por um atendimento específico e fidedigno é de extrema relevância para observar retorno financeiro.

A variação de potência das placas vai de 330W até, por enquanto, 530W, com precificação atual entre R\$ 1000,00 e R\$ 1200,00 por unidade de acordo com os fornecedores. Quanto maior a placa, maior é a potência, e por isso é numericamente menor, uma vez que realiza a mesma função de várias placas com potências menores. Já que as EEP's (Empresas de Pequeno Porte) segundo a Lei Geral de 2006, são aquelas com receita bruta nacional anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior à R\$ 3.600.000,00, não são obrigatoriamente fisicamente menores como o nome dá a entender, o que traz ainda mais variantes no cálculo de implantação, reforçando a orientação especializada. Algumas das marcas mais requisitadas hoje em dia são: Phono Solar, BelEnergy, DAH, BYD, Canadian. A maioria esmagadora da tecnologia fotovoltaica em sua totalidade é proveniente do continente asiático, consequência do histórico de alto investimento de seu governo nessa matriz energética e mão de obra baixa dos países nele rescindidos, sendo este o motivo de não conterem lá gritantes diferenças, pois são praticamente todos provenientes da mesma origem (neste setor brasileiro a célula de silício é 100% importada) enfraquecendo assim o fator da marca no momento da

aquisição, além de quase todas incluírem a mesma durabilidade de 25 anos, salvo alguns sutis contrastes na garantia das mesmas, que em média vão de 10 à 12 anos. Não caia na falácia de “denominação X ser superior que a Y”, este segmento empresarial, por ainda ser inédito, vem desencadeando o fenômeno “máfia solar”, que consiste no burle sistemático intencional ou não de seus infratores para com os produtos ou serviços solares. Instrutores comprovados têm maior aptidão para, após suas experiências no ramo, indicar realmente marcas mais propensas a danos, invalidações e eventuais dúvidas.

Sobre os inversores, são eles os responsáveis pela conversão para os imóveis da energia natural coletada pelos painéis em eletricidade. Esses dispositivos transformam de corrente contínua (CC) para alternada, (CA) típica dos equipamentos eletroeletrônicos, além de proporcionar a segurança do produto: é o coração do sistema fotovoltaico. Seus subgrupos são divididos em: Grid-Tie/Inversor On-Grid, Solar String/String inverter, Solar Micro-Inverter, Central Solar Inverter, Off-Grid e Hybrid, de acordo com a Elysia Solar, cada um com seus pontos positivos e negativos. O agrupamento de todas estas modalidades possui precificação entre aproximadamente R\$ 1.500,00 à R\$ 40.000,00, dependendo das exigências de tamanho, quantidade, localização, etc. Algumas das marcas mais conhecidas no mercado hoje em dia são: Fronius, Weg, Growatt, Deye e Canadian, segundo a GRD Solar.

De qualquer modo, não importando as necessidades do projeto, a metodologia a ser optada deve por legislação obedecer às leis do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) – órgão federal brasileiro responsável por informar à sociedade sobre os detalhes referentes aos diversos produtos disponíveis no mercado – em que estes processos de regularização exigem o selo da instituição. Importados ou fabricados aqui no Brasil, só poderão ser comercializados posteriormente ao receberem a certificação, possibilitando futuras denúncias de fraudes – intencionais ou não – e evitando penalizações jurídicas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente metodologia será uma pesquisa quali-quantitativa, pois haverá levantamento de dados relativos ao custo de obtenção energética e a projeção de quanto tempo o investimento terá retorno, bem como a demonstração dos benefícios da energia solar fotovoltaica. Os tipos serão descritivos e exploratórios, já que o tema pesquisado é inovador e necessita de aprofundamento nas pesquisas sobre o assunto. Qualitativa pelo fato de ter relação com a compreensão do público-alvo envolvido, e quantitativa porque este método busca recolher dados sem instrumentos formais e estruturados de uma maneira mais organizada e intuitiva.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Mediante a problemática apresentada, a energia fotovoltaica se mostra um expressivo agente remediador, uma vez que atua em combate à uma das maiores despesas fixas de toda empresa.

De acordo com o MS Engenharia, um sistema de geração de energia solar devidamente instalado é capaz de proporcionar uma economia de 95% do valor gasto em eletricidade. A pesquisa envolveu um tópico livre, no qual os participantes, independentemente de suas classes, tiveram abertura para constatar sua mais recente quantia financeira direcionada à eletricidade. Com base nisto, foi-se elaborado um cálculo de mensuração econômica das classes de maior incidência na presente pesquisa (classes D e E, segundo as classificações do IBGE), que não leva em consideração aqueles orçamentos já adeptos da energia solar fotovoltaica (abaixo de R\$100,00) nem flutuações nas taxas (suposição de valor constante durante 12 meses), levando também em admissão sempre a maior margem nas respostas ambíguas dos participantes.

A partir da pesquisa realizada, concluiu-se que a economia teórica anual adquirida das rendas foi de aproximadamente 66,9% (D) e 133% (E), num investimento de R\$ 23.500,00, com ROI (Retorno sobre o Investimento) positivo, ou seja, compensação de implantação das placas comprovada, reverberando-se no

cálculo de payback de em média 5 anos para visualização da mencionada economia, da perspectiva da majoritária camada social da pesquisa.

Para elevação do nível de confiança e confirmação da veracidade das informações anteriormente abordadas, a já experiente empresa no ramo fotovoltaico, GRD Solar, expandiu a análise do estudo de caso fictício e efetuou uma breve pesquisa aos seus clientes reais mais recentes, que desfrutaram de seus serviços e, portanto, possuem credibilidade para discutirem sobre! Dentre eles, as empresas B.A e a MJ, colocaram suas opiniões acerca dos serviços fotovoltaicos.

Após considerável período do uso das placas solares, confirmam a variação do prazo de retorno financeiro em cerca de 3 a 5 anos – dependendo da região – com durabilidade das placas quase eterna e garantia de 25 anos pelo fabricante, assim como também o inversor tem a garantia de 5 anos contra defeito de fábrica!

O retorno é proporcional ao tempo de instalação destas, no qual B.A constata que até o momento obteve uma economia de 5% em suas finanças, como declara satisfeita em sua fala:

“Com o valor investido, antes com a energia alta, consegui diminuir o valor de meus produtos”,

Enquanto atualmente a M.J já atinge o patamar de 10% de economia, expondo em sua fala:

“Consegui contratar mais um funcionário!”.

Observa-se ainda que os benefícios tendem a crescer exponencialmente a longo prazo, como observado no estudo de caso fictício de escala anual.

As empresas, B.A e M.J foram também questionadas no fato de que se estes resultados influenciam benéficamente a redução da mortalidade empresarial às pequenas empresas, e estas foram as respostas:

“Com a energia solar, você pode baixar os custos, aumentando sua lucratividade”, “verifica-se abatimento de 15% do IPTU do imóvel, além de energia limpa, produção própria, ajuda no meio ambiente!”.

Mediante as críticas e feedbacks destes consumidores, contempla-se a autenticação dos dados no presente artigo, que puderam ser estimados no estudo de caso abordado, para melhor entendimento dos processos em segmentação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Auferiu-se por meio da comprovação de dados, e por meio da pesquisa de campo vinculada aos relatos reais de empresas de pequeno porte, que a efetivação da energia solar fotovoltaica é benéfica na redução de custos, e conseqüentemente, um instrumento mitigador para a mortalidade empresarial.

Os resultados encontrados na análise destes agentes, promovem substancialmente a evidencialização da tese deste presente artigo, que defende a energia elétrica advinda por artifício natural do sol como atenuador dos elevados índices de falência, problema social da contemporaneidade que afeta principalmente às empresas de pequeno porte, público a qual destina-se a pesquisa, por sua função de intervenção indireta na problemática, que caracteriza-se por intermediar em um dos mais nítidos focos da raiz das questões de insolvência dos negócios: a carência de capital.

Ao promover em longo prazo sua comprovada economia monetária, a tecnologia fotovoltaica se reverbera como um catalisador para aceleração da acumulação de patrimônio financeiro, uma vez ressarcidos os custos energéticos – que refletem alto peso na demanda de custos das pequenas empresas – garante o crescimento destas com seguridade, cuja boa gerência engloba inclusive um capital de giro para caixa reserva aos períodos eventuais futuros, a exemplo da atual crise pandêmica – imprevistos estes que intensificam a instabilidade destas corporações ainda em estruturação no mercado – reduzindo assim probabilidades de decadência irremediável, além do bônus de elevação da reputação das instituições que a usufruem, salvo o valor público da imagem destas, que terão maior confiabilidade

em relação às demais, devido serem agora assimiladas com princípios visionários e sustentáveis, fidelizando mais facilmente a identidade de seus consumidores e trazendo novos.

Destarte, conclui-se em argumentos irrefutáveis, a relevância dos benefícios do investimento em energia solar direcionados às empresas de pequeno porte.

REFERÊNCIAS

ABSOLAR. **Geração de energia solar cresce durante a pandemia.** São Paulo, 2020a. Disponível em: <https://www.absolar.org.br/noticia/geracao-de-energia-solar-cresce-durante-a-pandemia-rp10/>. Acesso em 24 maio de 2021.

ABSOLAR. **Geração distribuidora fotovoltaica cresce 230% ao ano o Brasil.** São Paulo, 2020b. Disponível em: [https://www.absolar.org.br/noticia/geracao-distribuida-fotovoltaica-cresce-230-ao-ano-no-brasil/#:~:text=Desde%202013%2C%20a%20GD%20\(gera%C3%A7%C3%A3o,de%20pot%C3%Aancia%20instalada%20de%20GD](https://www.absolar.org.br/noticia/geracao-distribuida-fotovoltaica-cresce-230-ao-ano-no-brasil/#:~:text=Desde%202013%2C%20a%20GD%20(gera%C3%A7%C3%A3o,de%20pot%C3%Aancia%20instalada%20de%20GD). Acesso em: 24 maio 2021.

COMBATE A FOME DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19: UM ESTUDO DAS AÇÕES E INSTITUIÇÕES EM PONTA-GROSSA (PR)

FIGHTING HUNGER DURING THE COVID-19 PANDEMIC: A STUDY OF ACTIONS AND INSTITUTIONS IN PONTA-GROSSA (PR)

Mirna De Lima Medeiros
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Augusta Pelinski Raiher
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Eliana Queiroz Bortolozo
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Edina Schimanski
Universidade Estadual de Ponta Grossa

RESUMO

A pandemia de COVID-19 gerou interrupções e agravou diversos problemas sociais e econômicos a nível global. Especificamente no Brasil, as políticas, programas e instituições que visavam garantir o direito humano à alimentação adequada, construídas ao longo do tempo, já passavam por um processo de enfraquecimento desde antes da pandemia. Então, com sua chegada, o cenário piorou e, diante da situação diversas entidades passaram a se mobilizar no combate à fome. O presente trabalho buscou analisar se e como as instituições de Ponta Grossa (PR) atuaram no combate a fome durante a pandemia de COVID-19. Para esse fim realizou-se uma pesquisa exploratória-descritiva com a aplicação de um questionário por meio telefônico e formulário virtual no período de agosto a setembro de 2021. Obteve-se um total de 26 respostas válidas que permitem compreender quais foram alguns dos atores que atuaram em Ponta Grossa e seu *modus operandi*. Entende-se que essa pesquisa, além de difundir o trabalho realizado pelas entidades, aponta algumas demandas de capacitação e apoio à sua atuação tais como, por exemplo, no controle financeiro, no conhecimento nutricional e recursos (humanos e monetários) para o planejamento, organização, execução e avaliação das ações.

Palavras-Chave: pandemia; COVID-19; combate à fome; segurança alimentar e nutricional; Ponta Grossa – PR.

ABSTRACT

The pandemic of COVID-19 generated disruptions and aggravated several social and economic problems globally. Specifically in Brazil, the policies, programs, and institutions that aimed to guarantee the human right to adequate food, built up over time, had been going through a weakening process since before the pandemic. Then, with its arrival, the scenario worsened and, in face of the situation, several entities started to mobilize in order to facing hunger. The present work sought to analyze if and how the institutions in Ponta Grossa (PR) acted in facing hunger during the pandemic of COVID-19. To this end, an exploratory-descriptive research was carried out with the application of a questionnaire by telephone and virtual form in the period from August to September 2021. A total of 26 valid answers were obtained, allowing us to understand which were some of the actors who acted in Ponta Grossa and their *modus operandi*. It is understood that this research, in addition to

107

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



disseminating the work done by the entities, points to some demands for training and support for their actions such as, for example, financial control, nutritional knowledge, and resources (human and monetary) for the planning, organization, implementation and evaluation of actions.

Keywords: COVID-19; combating hunger; food and nutritional security; Ponta Grossa - PR.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia da COVID-19 gerou o agravamento da fome no Brasil e no mundo. A estimativa anterior à pandemia (2019) era de que cerca de 690 milhões de pessoas (8,9% da população mundial) se encontravam subalimentadas e acredita-se que a pandemia adicionou mais de 130 milhões de pessoas a esse grupo (FAO *et al.*, 2020). Além disso, para além da fome, um número cada vez maior de pessoas tende a reduzir a quantidade e/ou a qualidade dos alimentos que consome. Isso significa que mais pessoas estão em situação de insegurança alimentar no mundo.

No Brasil dados compilados pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (PENSSAN) indicam que mais da metade da população estava na insegurança alimentar (IA) em 2020 (55,2%), e destes, 9% conviviam com a fome, ou seja, estavam em situação de IA grave (REDE PENSSAN, 2021). Esse cenário tende a se agravar, pois existe expectativa de forte volatilidade dos preços dos alimentos na América Latina e Caribe e soma-se à queda dos rendimentos dos trabalhadores e incremento de outros custos de vida. Schneider *et al.* (2020, p.169) apontam que “os preços dos alimentos e a inflação correspondente deverão ser mais altos justamente nos itens que compõem a cesta básica, o que afetará em cheio as populações mais vulneráveis, que são aquelas afetadas pelo desemprego e a perda de renda”.

As políticas e programas públicos para a segurança alimentar e nutricional (SAN) dos brasileiros, que já vinham sendo sistematicamente enfraquecidas, foram suplantadas por ações emergenciais decorrentes da pandemia. Contudo, essas ações e auxílios são insuficientes. A situação dá indícios de tragédia humanitária (FREITAS; PENA, 2020) e esse cenário leva diversos atores a se mobilizar para

suprir lacunas nesse processo que caberia ao Estado estar conduzindo ativamente. Da Silva Filho e Gomes (2020) apontam que diante do enfraquecimento do papel do Estado, principalmente do Poder Executivo Federal, outras instituições (movimentos sociais, sindicatos, universidades, partidos políticos, organizações sociais e associações) têm reforçado a dimensão da solidariedade em defesa da vida, com base em ações que atendam às necessidades materiais e também de conscientização das medidas de enfrentamento ao vírus e dos direitos das famílias nos mais diversos âmbitos. Assim se indagou: Se e como as instituições não governamentais tem atuado para mitigar a insegurança alimentar em uma cidade de médio-porte do Paraná?

O objetivo delineado para pesquisa foi, então, analisar se e como as instituições de Ponta Grossa (PR) atuaram no combate a fome durante a pandemia de COVID-19. Para esse fim foi necessário: compreender a trajetória do combate à fome à segurança alimentar e nutricional no país; verificar quais entidades realizaram ações de doação de alimentos; descrever qual foi o seu *modus operandi* e suas perspectivas.

O trabalho é atual já que o país o presente se encontra em momento pandêmico. Além disso, ainda que já existam vacinas e protocolos de tratamento estejam em testes, os efeitos sociais e econômicos devem perdurar (CRANFIELD, 2020; NICOLA *et al.*, 2020; ROGGEVEEN; SETHURAMAN, 2020). Também se considera a pesquisa útil, em termos mercadológicos, para enaltecer as instituições e os esforços que têm sido realizados no município, bem como apontar possibilidades de melhorias e apoio (público ou privado) para as mesmas. Por fim, em termos acadêmicos, almeja-se contribuir à discussão da garantia do direito humano à alimentação adequada na conjuntura atual brasileira.

À continuidade, apresenta-se uma breve discussão com relação ao combate a fome no país, destacando as concepções e institucionalidades constituídas e desconstituídas ao longo do tempo. Em seguida são descritas as escolhas metodológicas realizadas para consecução da pesquisa e os dados e discussões

resultantes dessas escolhas. Por fim são realizadas algumas considerações e listadas as referências utilizadas no artigo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As políticas de combate à fome no Brasil evoluíram de ações pontuais e esporádicas no século XIX, passando por intervenções contínuas e estruturais no século XX, chegando ao seu ápice com intervenções contínuas e estruturais no século XX (NASCIMENTO, 2009). Contudo, se em um momento da história o Brasil chegou a ser exemplo, hodiernamente tem-se uma fragilização das estruturas construídas e retorno às ações esporádicas e imediatas. A presente seção pretende fazer uma breve recuperação dessa trajetória e dos conceitos que a balizaram.

A fome pode ser concebida “enquanto uma manifestação biossocial decorrente da insuficiência alimentar que ocorre cotidianamente e de modo permanente” (FREITAS; PENA, 2020, p. 23.). Além da insuficiência aguda ou crônica, a fome pode apresentar outras faces quantitativas, bem como qualitativas as quais somente adiante passam a ser reportadas e incorporadas na concepção de segurança alimentar e nutricional que se tem hoje (NASCIMENTO, 2009; MONTEIRO, 2003).

O fenômeno da fome como um problema social passível de se intervir só surgiu na agenda pública brasileira no início do século XX (NASCIMENTO, 2009). A produção de conhecimento sobre a fome e os esforços para a inclusão desse tema como prioridade em âmbito mundial teve a contribuição expressiva do médico Josué de Castro (FRUTUOSO; VIANA, 2021), que pode ser considerado um dos responsáveis pela emergência da perspectiva social crítica sobre a questão alimentar no Brasil e colaborou para as primeiras políticas de alimentação no país (SCHAPPO, 2021). O autor apontava que a fome poderia ser expressa de diferentes maneiras: individual ou coletivo; endêmico ou epidêmico; parcial (oculto) ou total. Ademais os diferentes tipos de deficiência nutricional seriam resultantes não apenas de fatores naturais (como a seca) ou biológicos, mas também, e principalmente, de

uma estrutura econômico-social-cultural-histórica provocadora de situações de insuficiência tanto na quantidade quanto na qualidade da dieta (CASTRO, 2005; FRUTUOSO; VIANA, 2021; SCHAPPO, 2015).

Conforme Leão (2013), o termo segurança alimentar passou a ser utilizado na Europa, durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), relacionado a segurança nacional e com a capacidade de cada país produzir a sua alimentação de forma a não se tornar refém por questões políticas ou militares. O conceito se fortalece, contudo, a partir da Segunda Guerra (1939-1945), especialmente a partir da constituição da Organização das Nações Unidas (ONU) quando o acesso ao alimento (sua produção) passa a ser o foco. Assim, mundialmente, a partir dos anos de 1940 – especialmente em decorrência da grande depressão e das Guerras Mundiais – iniciou-se diversas políticas e ações para o combate à fome, tratando-se preponderantemente de “iniciativas de promoção de assistência alimentar que utilizavam, em geral, os excedentes de produção dos países ricos” (LEÃO, 2013, p.11). Entretanto, conforme infere Castro (2010), no Brasil ainda havia a ideia de que a população se alimentava bem, admitindo a ocorrência da fome apenas em períodos e em áreas atingidas por problemas climáticos, somada à conjuntura política da época que não dava espaço para a mitigação dos problemas sociais.

Com efeito, a concepção de segurança alimentar da época centrava-se na busca pela produção de alimentos, com o objetivo de elevar a oferta, implementando a Revolução Verde no país; entretanto, essa intensificação da produção não necessariamente diminuiu a fome como se prometia. Passa-se então a discutir a regularidade do abastecimento (anos 1970) e a questão econômica (anos 1980) para então englobar as noções de alimentos seguros e de qualidade e se agregar o aspecto nutricional nos anos 90 (LEÃO, 2013). A concepção de segurança alimentar que surge no período entre guerras, chega ao Brasil de fato somente nos anos 1980, ganhando similarmente o termo nutricional nos anos 1990 (NASCIMENTO, 2009).

Neste sentido, foram tímidas as ações contra a fome efetivadas Brasil entre as décadas de 1940 e 1980 (PELIANO, 2010). Dentre os atos de destaque tem-se o I Plano Nacional de Alimentação e Nutrição no Brasil na década de 1950 e o II

Programa Nacional de Alimentação e Nutrição nos anos de 1970, ressaltando que este último, embora não tenha auferido plenamente seus objetivos, é considerado um marco na política de alimentação e nutrição do País, cuja ênfase pautou-se na “utilização de alimentos básicos nos programas alimentares e o apoio aos pequenos produtores rurais, com vistas à elevação da renda do setor agrícola e ao aumento da produtividade da agricultura familiar” (PELIANO, 2010, p.29).

Com a redemocratização, espaços de participação e debates sobre o tema da fome e desnutrição foram se estruturando, com a concretização do protagonismo da sociedade civil especialmente a partir dos anos de 1990, questionando a efetivação das ações governamentais nesta área.

Desta forma, as atuações das organizações sociais foram cruciais para o avanço das ações de combate à fome efetuadas na década de 1990 (como o Plano de Combate à Fome e à Miséria em 1993; criação do CONSEA por meio do Decreto n. 807, de 24 de abril de 1993; Programa Comunidade Solidária em 1995 etc.), assumindo um protagonismo cada vez maior no cenário político (SILVA, 2014).

Importante ressaltar que a luta da sociedade civil contra a fome não ficou apenas no debate, tendo ações concretas, tais como: atuação da Pastoral da Criança, nos anos de 1980; a ação do Programa Comunidade Solidária, campanha liderada por Herbert de Souza, em 1993; e diversas ONGs, como “Ágora”, “Associação Prato Cheio”, “Associação Beneficente Benedito Pacheco”, “Amigos do Bem”, dentre outras (PINTO, 2005). Ou seja, após a redemocratização do Brasil, a sociedade civil passou a ter uma participação ativa na luta contra a fome no país.

O CONSEA foi extinto e substituído no período de 1995 a 2003 pelo Programa Comunidade Solidaria do governo do Fernando Henrique Cardoso, contudo isso ampliou ainda mais a importância da sociedade civil já que houve “uma tendência de desresponsabilização do Estado, pois muitas ações eram assumidas por organizações da sociedade civil [...]” (RECINE; GARCIA, 2020, p.111). Essas ações, conforme os autores, sofreram diversas críticas principalmente relativas ao monitoramento das ações, seleção das entidades e repasse de verbas.

A partir dos anos 2000, concomitantemente a essa participação, a temática ganha ênfase nas pautas das políticas públicas. Com efeito, a fome ganha as agendas públicas e culmina em programas e políticas de SAN que lograram retirar o país do Mapa da Fome da ONU em 2014 (CASTRO, 2019; FRUTUOSO; VIANA, 2021). Nesse período houve a reconstituição do CONSEA enquanto instância formal de participação e controle social e o novo marco político centrado na garantia de SAN e enfrentamento da pobreza: o Programa Fome Zero (criado em 2003) (RECINE; GARCIA, 2020). Destaca-se que houve uma decisão política relacionada à visibilidade/enunciação do termo fome em detrimento de outros termos como desnutrição, subnutrição ou IA e essa escolha “pode ter acarretado um alcance e uma eficácia diferente de outros programas com a mesma temática” (FRUTUOSO; VIANA, 2021, p.08).

Como corolário, neste período criou-se e descentralizou-se diversas políticas e programas (como a Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - PNSAN) e estabeleceu-se vários marcos legais (como a Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional – LOSAN, e a própria inclusão do direito à alimentação na Constituição Federal), conforme destacado por Peliano (2010).

A partir deste arcabouço, o Estado passa a ter a obrigatoriedade quanto à promoção do direito à alimentação adequada, entendida como um direito fundamental do ser humano, e indispensável para a realização dos demais direitos consagrados na Constituição Federal (BRASIL, 2006). Adota-se a concepção de que

Art. 3º A segurança alimentar e nutricional consiste na realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis (BRASIL, 2006).

Propõe-se que haja participação da sociedade civil organizada na formulação e implementação de políticas, planos, programas e ações que garantam o direito humano à alimentação adequada (RECINE; GARCIA, 2020) e não necessariamente atuem na garantia da alimentação em si. Havia um ambiente

113

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



político-institucional que favorecia o diálogo do poder público com a sociedade-civil para a definição de agendas, propostas e estabelecimento de prioridades tendo como objetivo a realização do direito humano à alimentação adequada e a garantia da SAN em um conjunto de políticas públicas articuladas.

Contudo, a partir de 2016 notam-se cortes e desmontes tanto na estrutura do Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional quanto em seus programas e ações (RODRIGUES DA CRUZ, 2021). O Estado como garantidor da SAN perdeu relevância, enfraquecendo o papel das centrais de abastecimento e dos estoques públicos de alimentos, bem como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e suprimindo as iniciativas de reforma agrária (SILVA FILHO; GOMES, 2020). Em 2019 há a extinção do CONSEA, por meio da medida provisória 870, fragilizando sobremaneira o funcionamento do SISAN e desmontando o espaço de participação social construído (CASTRO, 2019). Esse ato conseqüentemente afasta a sociedade das discussões, desenho e controle das políticas públicas de alimentação e nutrição.

A situação que provavelmente já não era a desejada, certamente veio se afastar ainda mais do ideal com a crise decorrente da pandemia da COVID-19. E com a lacuna deixada pelo Estado no que tange a segurança alimentar e nutricional da população brasileira,

a organização da sociedade civil tem contribuído para o enfrentamento emergencial da fome e é dos territórios das ruas e da periferia – territórios da vida – que emergem as iniciativas de apoio e articulação comunitária, gestão coletiva, solidariedade e compartilhamento de comida (FRUTUOSO; VIANA, 2021, p.11).

Como dito acima, a problemática da fome no Brasil passa a apresentar um agravamento com a pandemia e não está, portanto, restrita a determinados espaços com mais dificuldades financeiras do ponto vista econômico-social. Municípios como Ponta Grossa, tidos como prósperos e com boas condições financeiras, tem visto o crescimento contínuo da pobreza e com ela a ausência das condições básicas de vida como a comida, por exemplo. Este trabalho está centrado na compreensão

deste fenômeno a partir da forma como as instituições sociais têm enfrentado a situação.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa realizada foi exploratório-descritiva de natureza quantitativa. Sua concepção e execução deu-se no âmbito de um Núcleo de Pesquisa Questão Ambiental, Gênero e Condição de Pobreza vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da UEPG com a participação ativa de professores e alunos de graduação e pós-graduação. Trata-se de uma etapa inicial de um projeto maior que se preocupa com a (in)segurança alimentar em Ponta Grossa (Paraná) e região, em especial de grupos que podem ser considerados mais vulneráveis.

Tendo em vista o conhecimento prévio dos pesquisadores com relação a existência de algumas ações, optou-se por iniciar a pesquisa a partir de uma listagem que combinava uma relação divulgada por uma emissora de televisão referente a sua campanha “Juntos Contra a Fome” e as entidades cadastradas como socioassistenciais no Conselho Municipal de Assistência Social, entendendo que poderiam ter algum tipo de atuação no combate à fome. Utilizando esses critérios partiu-se de um total de 44 organizações para abordagem inicial da pesquisa.

As organizações foram contactadas via telefone pelos participantes da pesquisa que explicaram os procedimentos em andamento e que podiam preencher as respostas em conjunto com os sujeitos ou disponibilizar um *link* para autopreenchimento por meio do Google® Formulário. O questionário iniciava-se com uma breve explicação da finalidade da pesquisa juntamente com um termo de consentimento sintético. Em seguida passava-se ao início da investigação em si, com questões relacionadas à categorização do respondente e os tipos de ações desenvolvidas pelos mesmos. Por fim havia questões a respeito do processo de escolha dos beneficiados pelas ações, formas de controle e de composição das refeições ou cestas ofertadas.

Houve uma ampla divulgação, com menções na mídia local, bem como postagens nas redes sociais (*instagram®* e *facebook®*) da Instituição de Ensino Superior, do Programa de Pós-Graduação e de seus participantes. Essa publicidade foi realizada com vistas a facilitar respostas dos que seriam contatados por telefone já que se vive um momento de profusão de golpes e era importante destacar que de fato havia uma pesquisa séria sendo realizada e que nenhum tipo de dado sigiloso, doação ou código seria solicitado. Além disso, também se abriu a possibilidade para o preenchimento voluntário, especialmente das ações individuais, já que nas exposições também foi disponibilizado o *link* para o questionário.

O período de coleta de dados foi de um mês, de 10 de agosto de 2021 a 10 de setembro de 2021. Foram obtidas 26 respostas válidas cujos resultados são expostos na seção que segue. Cabe destacar que dentre as organizações inicialmente listadas houve alguns casos nos quais não se desenvolvia ações relacionadas a alimentação, bem como casos de recusa em participar.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

A pandemia agravou as questões sociais ao longo de todo o País. Segundo dados do Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar (REDE PENSSAN, 2021) 19 milhões de brasileiros passavam fome no final de 2020, com o país regressando ao nível de insegurança alimentar observado em 2004.

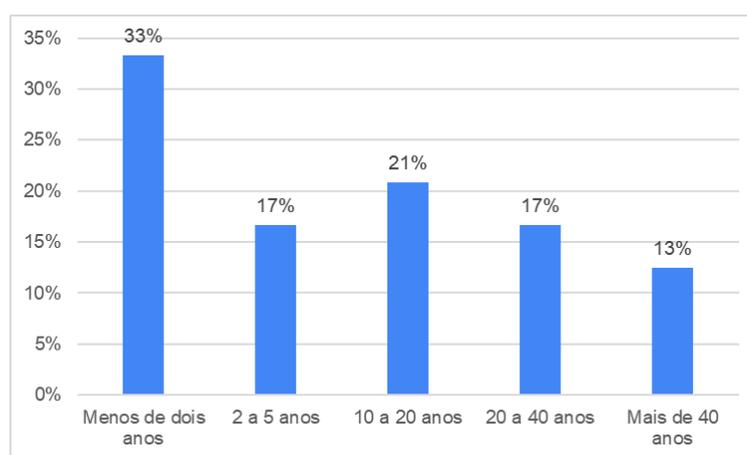
Dentre os determinantes deste agravamento da fome durante a pandemia está a queda da renda, e o próprio fechamento das escolas com o não acesso ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Conforme dados da Unicef (2021), 48% dos domicílios brasileiros com crianças e adolescentes não tiveram acesso à merenda escolar durante o período em que as escolas estavam fechadas. Ademais, 80% das famílias com crianças e adolescentes que tinham renda de até um salário-mínimo apresentaram redução da remuneração familiar em decorrência principalmente da perda de emprego (UNICEF, 2021).

E Ponta Grossa não ficou imune a esse cenário, com uma queda de 1.213 postos de trabalho formal somente no mês de abril de 2020, período que iniciou mais fortemente as restrições de circulação no município (CAGED, 2021). Neste sentido, as ações de combate à fome da sociedade civil se apresentaram importantes para mitigar a insegurança alimentar que foi agravada com a pandemia.

Com efeito, na composição dos doadores identificados nesta pesquisa tem-se a participação de pessoas físicas (15% dos entrevistados), de empresas privadas (12%), cooperativas (4%), instituições religiosas (19%) e socioassistenciais (15%). As duas categorias com maior percentual (ONGs e religiosas) representam juntas mais da metade das ações encontradas na pesquisa.

Nem todas essas organizações e pessoas realizavam ações relacionadas à mitigação da fome antes da pandemia. De todos os pesquisados que efetivaram algum tipo de doação, 33% iniciaram suas ações após o início da pandemia (Gráfico 1) e esse fato pode denotar um aumento de demanda decorrente do contexto pandêmico supramencionado que arrefeceu a vulnerabilidade social da população.

Gráfico 1 - Percentual de entidades/pessoa física conforme tempo de atuação – Ponta Grossa – agosto de 2021



Fonte: As autoras.

Com relação a atuação das entidades/pessoas, nota-se que houve novas ações durante a pandemia (menos de dois anos) de cooperativas, empresas,

organizações sem fins lucrativos, pessoas físicas e entidades socioassistenciais. Destaca-se que apenas entidades religiosas não aparecem dentro desse grupo recente. Todas as que responderam à pesquisa atuam a mais de 10 anos no município. As entidades religiosas têm longo histórico de combate a fome no município, contudo, mesmo que não tenham iniciado novas ações, elevaram o número de doações com a pandemia.

Ao todo, as entidades/pessoas físicas que participaram da pesquisa doaram um total de 4.243 cestas e 4.110 refeições no mês anterior à pesquisa (em julho de 2021), totalizando aproximadamente 8340 doações. Tendo em vista o número de respondentes (26), pode-se inferir como alto o número médio de doações efetuado ao longo do mês de referência.

Ao associar o percentual de refeições e de cestas doadas conforme o tempo de atuação, observa-se que quase metade das doações foram efetivadas por entidades/pessoas físicas que iniciaram suas ações após o início da pandemia (Tabela 1). Esse resultado é bastante relevante, pois demonstra a movimentação da sociedade diante da eclosão de uma questão social grave, assumindo, parcialmente, a responsabilidade acerca da mitigação da fome no município. Essa rede de solidariedade condiz com a mobilização de diversos grupos para atender às demandas prementes da sociedade mencionado por Da Silva Filho e Gomes (2020).

Tabela 1 - Percentual de cestas e refeições doadas no último mês (julho de 2021) – por tempo de atuação – Ponta Grossa

Tempo de atuação	Refeições	Cestas
Menos de 2 anos	42%	43%
2 a 5 anos	0%	10%
10 a 20 anos	8%	17%
20 a 40 anos	19%	15%
Mais de 40 anos	31%	15%
Não informou	0%	0%

Fonte: As autoras

De todas as cestas doadas no mês de referência, 45% foram ações de empresas, 23% das entidades religiosas e 19% das ONGs; já no caso das refeições, 50% advieram das entidades socioassistenciais, 31% de pessoas físicas e 19% das

ONGs. Assim, com exceção desta última que tem uma participação similar tanto na doação de cestas como de refeições, as demais focam, em geral em um tipo de ação.

Ao serem questionados se a pandemia gerou alguma mudança na(s) ação(ões) desenvolvidas (Tabela 2), todos os participantes apontaram um aumento na demanda por doações após o início da pandemia. Além disso, 47% alteraram a forma de atuar, focando na distribuição de alimentos; 39% aumentaram a área de atuação das suas doações, abrangendo mais regiões de Ponta Grossa; 34% identificaram um aumento de pessoas e de patrocinadores auxiliando e; 15% apontaram menor quantidade de interessados em ajudar. Esses dados ratificam as inferências feitas anteriormente quanto à intensificação da fome ao longo do município, evidenciada pelo aumento da demanda por essas ações e pelas regiões atendidas.

Tabela 2 - Percentual de entidades/pessoas físicas conforme mudanças nas ações após a pandemia – Ponta Grossa – agosto de 2021

Mudanças nas ações após a pandemia	Entidades/pessoas físicas
Aumento de pessoas buscando auxílio	100%
Mudança na forma do auxílio com alimentos	47%
Aumento das áreas atendidas (regiões do município)	39%
Aumento de interessados em auxiliar (voluntários e patrocinadores)	34%
Diminuição de interessados em auxiliar (voluntários e patrocinadores)	15%
Não tivemos ajuda do poder público para às doações de certas básicas.	4%
Não houve mudanças	8%

Fonte: As autoras.

Importante ressaltar que, com exceção das cooperativas, todas as demais categorias de entidades/pessoas físicas apontaram à ampliação dos interessados em auxiliar (seja na execução das ações como também no patrocínio). Isso demonstra a união da sociedade civil, buscando contribuir com a mitigação da fome num dos períodos mais críticos da nossa história. Na contramão, em torno de 20% das entidades que compõe as ONGs e entidades Religiosas, juntamente com as

ações das pessoas físicas, inferiram quanto a queda de interessados em ajudar. Neste sentido, considerando o percentual de entidades/pessoas físicas que reconheceram a ampliação dos auxílios *versus* o percentual que identificou uma diminuição dessa ajuda, pode-se inferir que, durante a pandemia, se teve uma ampliação líquida de pessoas ajudando nas ações de combate à fome em Ponta Grossa.

Com relação à frequência de atuação dos respondentes aponta-se que em mais de 60% das entidades/pessoas físicas, as ações de combate a fome são contínuas, ou seja, periodicamente as doações são feitas. Isso é relevante àqueles que recebem as doações, pois, saber que podem contar com aquelas doações periodicamente mitiga, em parte, o seu desalento. “A ausência ou a carência das condições adequadas de segurança alimentar tendem a tornar-se um vetor de sofrimento físico, material e emocional, assim como fator de disrupção” (PREISS; SCHNEIDER; COELHO-DE-SOUZA, 2020, p.09).

Nesta pesquisa, além de investigar se as entidades/pessoas físicas de Ponta Grossa (PR) atuaram no combate a fome durante a pandemia de COVID-19, também se avaliou como foram essas atuações. Para isso, indagou-se quanto ao seu sistema de controle (de beneficiados e financeiro), bem como analisou-se a organização e composição das refeições e/ou das cestas.

Com relação ao controle verifica-se tanto no aspecto dos beneficiários quanto do financeiro uma certa organização por parte dos respondentes. Com relação ao primeiro aspecto apenas 15% não possui algum tipo de cadastro de beneficiários, já com relação ao segundo 12% mencionaram não possuir controle financeiro e outros 12% não souberam responder (pondera-se que pode existir, mas não é do conhecimento do responsável que respondeu à pesquisa).

São diversas as questões que podem ser compiladas como as doações de alimentos ou de valores monetários para montagem de refeições ou cestas; os parceiros ou patrocinadores; as regiões e famílias ou indivíduos atendidos. Ter algum tipo de controle pode ser importante para a manutenção das atividades, bem como para avaliação das ações ao longo do tempo. Cabe destacar que esses

podem ser mais ou menos sofisticados utilizando sistemas manuais ou *softwares*. O método mais simples, mas talvez não tão eficiente, é o manual, adotado na maioria das organizações (46%) e apenas 30% utiliza planilhas eletrônicas para o controle interno/financeiro.

O controle também pode contemplar os alimentos, seus estoques, desperdícios, destinação etc., entretanto optou-se por indagar apenas com relação ao número de doações efetivado (supra exposto) e com relação à composição dessas. Essa última questão foi colocada de forma a analisar não só a quantidade, mas também a qualidade do que se oferta pelas organizações à população vulnerável do município em estudo.

No caso das refeições, 86% das entidades/pessoas físicas afirmaram ter feijão, frutas e hortaliças na composição das refeições doadas; 71% inferiram ter cereal, leite/derivados e carne/ovos/proteínas nas refeições fornecidas e; 43% afirmaram ter guloseimas e refrigerante/bebidas açucaradas. Considerando o atual contexto de aumento da pobreza e insegurança alimentar na população, a qualidade das refeições doadas, podem impactar de forma positiva no padrão alimentar das famílias assistidas nos programas sociais (CARVALHO *et al.*, 2020). Infere-se que os alimentos que compõe as refeições são também os mais consumidos pela população brasileira em geral, que fazem parte da Cesta Básica Nacional e do Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL., 2014; COUTINHO; SARTI, 2007).

A presença de feijão, frutas e hortaliças nas doações e de cereais, leite/derivados, carnes/ovos/fontes proteicas, podem contribuir de forma positiva na qualidade nutricional da dieta, sobretudo no aporte de proteína e micronutrientes. Dados das últimas Pesquisas de Orçamento Familiar (IBGE, 2019), demonstraram baixo consumo de frutas e hortaliças, que sinalizam inadequação da qualidade da alimentação de indivíduo do Brasil (SANTOS; CONDE, 2020; SANTANA; SARTI, 2020). Entretanto, alimentos de baixo valor nutricional, como guloseimas e refrigerantes/bebidas açucaradas, podem demonstrar, em alguns casos, consumo de alimentos de baixa qualidade nutricional (MALTA *et al.*, 2020). Vale ressaltar que

precárias condições de vida, podem desencadear nos indivíduos, estados nutricionais inadequados ambíguos, como desnutrição e obesidade.

Ainda no que concerne à composição das refeições, a maior parte afirmou que são preparadas conforme a disponibilidade de doações do dia, ressaltando que em apenas 10% das entidades/pessoas físicas tinha-se a presença de um nutricionista para determinar essa composição. Diante do exposto cabe ressaltar que programas de complementação alimentar devem garantir à população atendida, alimentação de qualidade, do ponto de vista nutricional e sanitário, e, neste sentido, a presença de um profissional da área de nutrição e alimentação seria importante (SILVA *et al.*, 2021).

Talvez a forma como é preparada a maioria das refeições - efetuadas conforme a disponibilidade de doações do dia - decorra da ausência de planejamento das ações, uma vez que, conforme inferido pelos entrevistados, aqueles que utilizam do profissional de nutrição são os que tem algum tipo de controle interno/financeiro, havendo certa organização interna, podendo ser esse o diferencial dos demais que não tem um profissional responsável pela composição das refeições.

No caso das cestas, 95% das entidades/pessoas físicas afirmaram terem arroz, feijão, açúcar, macarrão e óleo de soja; 90% inferiram ter bolacha; 84,2% farinha de trigo; 79% molho de tomate; 74% sal; 47% das entidades/pessoas físicas afirmaram tem leite; 37% achocolatado; 32% chá mate, e; apenas 11% carne/proteína/mistura. Observa-se, a partir dos dados coletados, que os itens que compõe a maioria das cestas, enquadram-se em alimentos não perecíveis, tradicionais na dieta do brasileiro, como arroz; feijão; cereais; óleo; sal e açúcar. Alimentos como arroz, feijão e cereais (farinha de trigo, macarrão, bolacha), representam um aumento do aporte calórico na alimentação diária, que podem suprir de forma quantitativa o consumo alimentar (SANTANA; SARTI, 2020). Alimentos como sal, extrato de tomate, óleo, fermento em pó, achocolatado e chá, são insumos que podem auxiliar no preparo e sabor das refeições. Porém, do ponto de vista de proteínas e fontes alimentares de vitaminas e minerais, as cestas

apresentam pouca qualidade, com exceção daquelas compostas também com leite. Assim, as cestas básicas doadas podem ser caracterizadas como complementação das necessidades nutricionais, não garantindo oferta diária de uma alimentação equilibrada, do ponto de vista quantitativo e qualitativo. As doações de alimentos frescos, como ovos, frutas e hortaliças, precisariam ser ofertadas em outros programas.

De forma mais específica, mensurou-se a média de alimentos por cesta doada (Tabela 3).

Tabela 3 - Peso/quantidade média de produtos em cada cesta doada – Ponta Grossa – Agosto de 2021

	Todos os pesquisados	Apenas nas cestas que há o produto
Arroz (kg)	3,50	3,69
Feijão (kg)	2,29	2,42
Açúcar (kg)	3,19	3,38
Farinha de trigo (kg)	2,31	2,59
Macarrão (kg)	1,55	1,64
Sal (kg)	0,74	0,89
Molho de tomate (unid)	0,84	1,07
Achocolatado (kg)	0,36	0,93
Café em pó (Kg)	0,71	0,90
Bolacha (KG)	0,89	1,00
Chá Mate (kg)	0,29	0,92
Leite (l)	0,55	1,17
Óleo de soja (l)	1,21	1,28
Carne/proteína/mistura (KG)	0,55	5,25

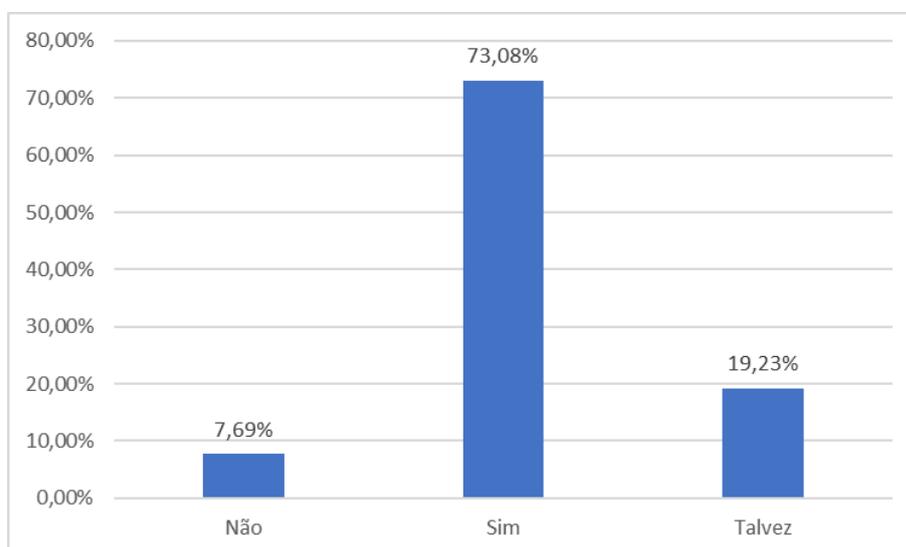
Fonte: As autoras.

Os dados evidenciam que as cestas doadas pelas entidades são complementares às necessidades alimentares diárias, sobretudo no aporte energético, com menor participação nos demais grupos alimentares. Ademais, a composição das cestas básicas não é proporcional ao número de beneficiários nas famílias assistidas, não garantindo acesso básico dos alimentos a todos os membros da família, assim como há deficiência em termos de alimentos *in natura*, leite e derivados.

A questão é preocupante tendo em vista o momento que se apresenta com diminuição da capacidade das famílias de compra de alimentos frescos e voltados a uma dieta saudável decorrente da perda de renda, da volatilidade dos preços dos alimentos ou incremento de outros custos como o de transporte ou do gás para o preparo dos alimentos. Esses fatores também podem impulsionar o consumo de alternativas não saudáveis ultra processadas prontas para o consumo (SAWAYA *et al.*, 2019) e alimentos de pouca qualidade sanitária (RIBEIRO-SILVA *et al.*, 2020). Desse modo a continuidade da atuação das instituições, mesmo que não consiga contemplar plenamente todos os nutrientes e possa ser considerada paliativa de certo modo, torna-se fundamental.

Assim, coube a indagação com relação à manutenção das ações após um suposto término da pandemia. O gráfico 02 traz as respostas apontando para um cenário positivo

Gráfico 02 - Percentual de entidades/pessoas físicas que irão continuar suas ações após a pandemia



Fonte: As autoras.

Ao responder ao questionamento de continuidade 73% inferiram que sim, o que sinaliza o comprometimento da sociedade civil na luta contra a vulnerabilidade

social e também sua compreensão de que o cenário atual deve perdurar, ou ainda piorar, após o almejado término da pandemia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia tem afetado duramente o Brasil, ampliando a vulnerabilidade social. Diante desse fato e da fragilidade do estado em atender às demandas prementes que se exacerbam, tais como a garantia da alimentação adequada, vários atores não governamentais passam a atuar. Diante disso, o presente artigo buscou analisar se e como as instituições de Ponta Grossa (PR) atuaram no combate a fome durante a pandemia de COVID-19.

As informações coletadas, por meio de um questionário estruturado, nesta pesquisa evidenciam um aumento na demanda por doações de cestas básicas e refeições no município de Ponta Grossa, com ampliação das áreas atendidas de boa parte das entidades/pessoas físicas.

Tendo em vista a pretensão da continuidade de atuação dentre as organizações respondentes, algumas fragilidades percebidas podem ser endereçadas por meio de capacitações e apoio (público e privado) ao relevante trabalho de combate a fome que tem sido desenvolvido. Sugere-se especificamente que essas abordem conhecimentos gerenciais, financeiros, de bancos de dados e nutricionais.

A pesquisa traz reflexões importantes em relações a conceitos fundamentais para a compreensão da sociedade atual. A vulnerabilidade social de muitas famílias tem crescido continuamente. Com isto é importante perguntar que perspectivas temos para nossa sociedade levando em consideração a questão inclusão e exclusão social. Por mais que a solidariedade traga a sociedade civil e organizações para atuar na mitigação da fome, cabe lembrar que a alimentação adequada é um direito humano a ser garantido pelo estado. Algumas ações públicas emergenciais são observadas nos âmbitos federal, estadual e municipal, contudo essas parecem ser insuficientes no atual momento. Neste sentido, ressalta-se a

alimentação adequada e, sobretudo, o seu acesso como um fator de direito para as famílias.

Paradoxalmente à fome, tem-se o desperdício de alimentos. Os alimentos desperdiçados poderiam manter quanti e qualitativamente centenas de famílias. Nossa sociedade, centra-se num modo de vida que valoriza bens que nem todos tem acesso. E, para aqueles desprovidos das condições materiais, a alimentação torna-se um bem inacessível. São muitos os que vivem das sobras, quando tem uma produção imensa de bens. Vale lembrar aqui o famoso Ilha das Flores (1989) de Jorge Furtado através do qual fica evidenciado o valor que o ser humano deixa de ter no contexto da sociedade capitalista. O processo de exclusão é perverso e mantém os menos favorecidos abaixo da linha de pobreza.

Os dados da pesquisa revelam a importância da sociedade civil e de ações de combate à fome, entretanto, é preciso ver além do imediato e de ações paliativas. É preciso acima de tudo pensar em alternativas que reduzam as desigualdades e promovam a valorização dos direitos sociais.

O aumento da abrangência vacinal traz otimismo com relação a recuperação econômica, que pode melhorar um pouco esse cenário alimentar. Contudo, mesmo que cheguemos ao término dessa pandemia, haverá sequelas em muitos âmbitos inclusive com relação a saúde e nutrição da população que devem ser endereçados pelo governo, bem como devem ser investigados e monitorados em pesquisas futuras.

AGRADECIMENTOS

Aos respondentes da pesquisa, bem como a todos os pesquisadores (professores, alunos e voluntários) que fazem parte da pesquisa. -

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional**: Lei N° 11.346 de 15 de setembro de 2006. Brasília, 200, p. 28.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para a população brasileira**. Brasília:Secretaria de Atenção à Saúde, 2014.

CAGED. **Novo Caged**. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged>. Acesso em outubro de 2021:

CARVALHO, B. L. *et al.* A política municipal de segurança alimentar e nutricional: capacidades e diretrizes para o enfrentamento aos efeitos da Covid-19. **Cadernos OBHA. Observatório Brasileiro de Hábitos Alimentares**, Brasília, v. 1, n. 1, p., mês 2020.

CASTRO, A. M. Trajetória de combate a fome no Brasil. *In*: ARANHA, A. V. (Ed.). **Fome Zero: Uma história brasileira 2**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2010. p. 18–25.

CASTRO, I. R. R. A extinção do conselho nacional de segurança alimentar e nutricional e a agenda de alimentação e nutrição. **Cadernos de Saude Publica**, , v. 35, n. 2, p. 1–4, 2019.

CASTRO, J. DE. **Geografia da Fome**. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

COUTINHO, L.; SARTI, F. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro: Instituições e Políticas Públicas de Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

CRANFIELD, J. A. L. Framing consumer food demand responses in a viral pandemic. **Canadian Journal of Agricultural Economics**, p. 1–6, April. 2020.

FAO *et al.* **El Estado de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición**. Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2020.

FREITAS, M. C. S. DE; PENA, P. G. L. Fome e Pandemia de Covid-19 no Brasil. **Tessituras: Revista de Antropologia e Arqueologia**, v. 8, n. 1, p. 34–40, 2020.

FRUTUOSO, M. F. P.; VIANA, C. V. A. Artigos Quem inventou a fome são os que comem *: da invisibilidade à enunciação – uma discussão necessária em tempos de pandemia. **Interface: comunicação, saúde, educação**, v. 25, p. 1–14, 2021.

IBGE. **POF-Pesquisa de orçamento familiares 2017-2018**: primeiros resultados. Rio de Janeiro: IBGE/Coordenação de Trabalho e Rendimento, 2019.

LEÃO, M. **O Direito Humano à Alimentação Adequada e o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional**. Brasília: Ação Brasileira pela Nutrição e Direitos Humanos (ABRANDH), 2013.

MALTA, D. C. *et al.* A pandemia da COVID-19 e as mudanças no estilo de vida dos brasileiros adultos: um estudo transversal, 2020. **Epidemiologia e serviços de saude: revista do Sistema Unico de Saude do Brasil**, v. 29, n. 4, p. e2020407, 2020.

MONTEIRO, C. A. A dimensão da pobreza, da desnutrição e da fome no Brasil. **Estudos Avançados**, v. 17, n. 48, p. 7–20, 2003.

NASCIMENTO, R. C. A fome como uma questão social nas políticas públicas brasileiras. **IDeAS**, v. 3, n. 2, p. 197–225, 2009.

NICOLA, M. *et al.* The Socio-Economic Implications of the Coronavirus and COVID-19 Pandemic: A Review. **International Journal of Surgery**, Cidade, v. 78, p. 185–193, Apr. 2020.

PELIANO, A. M. Lições da História – Avanços e Retrocessos na Trajetória das Políticas Públicas de Combate à Fome e à Pobreza no Brasil. *In*: ARANHA, A. V. (Ed.) **Fome Zero: Uma história brasileira**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2010. p. 26–41.

PREISS, P. V.; SCHNEIDER, S.; COELHO-DE-SOUZA, G. **A Contribuição Brasileira à Segurança Alimentar e Nutricional sustentável**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020.

RECINE, E.; GARCIA, G. A sociedade civil e a garantia da Segurança Alimentar e Nutricional. *In*: PREISS, P. V.; SCHNEIDER, S.; COELHO-DE-SOUZA, G. (Eds.) **A Contribuição Brasileira à Segurança Alimentar e Nutricional sustentável 2**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2020. p. 107–125.

REDE PENSSAN. **Insegurança Alimentar e Covid-19 no Brasil**. 2021. Disponível em: http://olheparaafome.com.br/VIGISAN_Inseguranca_alimentar.pdf. Acesso em: 4 nov. 2021.

RIBEIRO-SILVA, R. C. *et al.* Implicações da pandemia COVID-19 para a segurança alimentar e nutricional no Brasil. **Ciencia e Saude Coletiva**, v. 25, n. 9, p. 3421–3430, 2020.

RODRIGUES DA CRUZ, S. Uma Análise Sobre O Cenário Da Fome No Brasil Em Tempos De Pandemia Do Covid-19. **Pensata: Revista dos Alunos do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UNIFESP**, v. 9, n. 2, 2021.

ROGGEVEEN, A. L.; SETHURAMAN, R. How the COVID-19 Pandemic May Change the World of Retailing. **Journal of retailing**, v. 96, n. 2, p. 169–71, 2020.

SANTANA, A. B. C.; SARTI, F. M. Avaliação dos indicadores de aquisição, disponibilidade e adequação nutricional da cesta básica de alimentos brasileira. **Ciencia e Saude Coletiva**, v. 25, n. 10, p. 4001–4012, 2020.

SANTOS, I. K. S.; CONDE, W. L. Tendência de padrões alimentares entre adultos das capitais brasileiras. **Revista Brasileira de Epidemiologia**, v. 23, p. e200035, 2020.

SAWAYA, A. L. *et al.* A família e o direito humano à alimentação adequada e saudável. **Estudos Avançados**, v. 33, n. 97, p. 363–382, 2019.

SCHAPPO, S. Avanços e Desafios na Erradicação da pobreza e da fome no Brasil.

In: SEMINÁRIO NACIONAL DE SERVIÇO SOCIAL, TRABALHO E POLÍTICA SOCIAL, 1., 2015, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2015

SCHAPPO, S. Fome e insegurança alimentar em tempos de pandemia da Covid-19. **Ser Social**, Brasília, v. 23, n. 48, p. 28–52, 2021.

SCHNEIDER, S. *et al.* Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 34, n. 100, p. 167–188, 2020.

SILVA, B. G. *et al.* (In)segurança alimentar e nutricional em famílias do município de Gramados dos Loureiros (RS) e a percepção acerca da atuação do profissional Nutricionista. **Saúde (Santa Maria)**, Santa Maria, v. 47, n. 1, 2021.

SILVA, S. **A trajetória histórica da segurança alimentar e nutricional na agenda política nacional**: projetos, continuidades e consolidação. Brasília: IPEA, 2014.

SILVA FILHO, O. J.; GOMES, N. N. O amanhã vai à mesa: abastecimento alimentar e COVID-19. **Cadernos de Saude Publica**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 5, p. e00095220, 2020.

UNICEF. **Impacto primários e secundários da Covid-19 em crianças e adolescentes**. 2021. Disponível em:

<https://www.unicef.org/brazil/media/9966/file/impactos-covid-criancas-adolescentes-ibope-unicef-2020.pdf>. Acesso em nov. 2021.

**DESAFIOS DA INCLUSÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (PCDS) NAS
ORGANIZAÇÕES: REVISÃO SISTEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DO EVENTO
SEMEAD NOS ANOS DE 2009 A 2020**

**CHALLENGES OF INCLUDING PEOPLE WITH DISABILITIES (PCDS) IN
ORGANIZATIONS: SYSTEMATIC REVIEW OF SEMEAD EVENT PUBLICATIONS
FROM 2009 TO 2020**

Bianca Bezerra da Silva
biancabezerra2014@outlook.com
Universidade do Oeste Paulista

Thayla Bianca Bueno Martins
thaylabueno@hotmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Valdecir Cahoni Rodrigues
cahoni@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

Gustavo Yuho Endo
gustavo@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO: Identifica-se a dificuldade de inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho, mesmo após a criação da Lei 8.213/91 que assegura os direitos delas, pois ainda que haja legislações protetoras do pleno direito dessas pessoas, elas por si só não resolvem os problemas de inclusão dos indivíduos. Atualmente no Brasil, segundo o censo de 2010 realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), aproximadamente 24% da população possui algum tipo de deficiência, ou seja, quase 46 milhões de brasileiros. Deste modo, o presente artigo tem como objetivo analisar as dificuldades encontradas pelas pessoas com deficiência na inserção do mercado de trabalho, além de conceder a devida importância ao assunto abordado. Os métodos utilizados para a realização deste escrito consistem em pesquisa descritiva exploratória e abordagem qualitativa, embasado na revisão sistemática dos anais publicados entre os anos de 2009 a 2020, no evento Semead (Seminários de Administração). Concluiu-se que as organizações realizam contratações em função da lei determinada pelos órgãos governamentais e que, além disso, a maioria dos gestores alega possuir dificuldades nas contratações dos indivíduos com limitações, devido a sua baixa qualificação, acarretando a ocupação de funções e ou cargos mais baixos.

Palavras-chaves: deficiência; mercado de trabalho; inclusão; dificuldades.

ABSTRACT: The difficulty of including people with disabilities in the labor market is identified, even after the creation of Law 8.213/91 that guarantees their rights, because even if there are laws that are protective of the full right of these people, they alone do not solve the problems of inclusion of individuals. Currently in Brazil, according to the 2010 census conducted by IBGE (Brazilian Institute of Geography and Statistics), approximately 24% of the population has some type of disability, that is, almost 46 million Brazilians. Thus, this article aims to analyze the difficulties encountered by people with disabilities in the insertion of the labor market, besides giving due importance to the subject

130

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



addressed. The methods used to carry out this writing consist of exploratory descriptive research and qualitative approach, based on the systematic review of the annals published between 2009 and 2020, at the Semead event (Management Seminars). It was concluded that organizations perform contracts according to the law determined by government agencies and that, in addition, most managers claim to have difficulties in hiring individuals with limitations, due to their low qualification, resulting in the occupation of functions and or lower positions.

Keywords: deficiency; job Market; inclusion; difficulties.

1 INTRODUÇÃO

A inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho é um tema muito discutido na atualidade. Segundo dados do censo de 2010, aproximadamente 24% da população brasileira possui algum tipo de deficiência (IBGE, 2010).

Considera-se pessoa com deficiência aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas (BRASIL, 2015).

Dessa forma, as organizações devem estar abertas à inserção dos deficientes no âmbito profissional, além de oferecer igualdade de trabalho e uma estrutura adequada para o exercício das suas atividades.

A Lei N°8.213/91, conhecida como “Lei de Cotas”, criada em 24 de julho de 1991, define que as empresas com cem ou mais empregados precisam, obrigatoriamente, preencher de 2% a 5% dos seus cargos com indivíduos portadores de deficiências habilitadas. Assim, a lei amplia a igualdade e o direito de participação de todos os tipos de deficientes nas organizações, realizando também fiscalizações constantes sobre sua prática (BRASIL, 1991).

Hodiernamente, o meio social manifesta prejulgamentos em relação às capacidades físicas, mentais, intelectuais ou sensoriais daqueles que possuem determinada limitação. Conseqüentemente, esses estereótipos são refletidos nas organizações, causando efeitos negativos nas contratações dos PcDs. Sasaki (1997, p. 65) pondera que:

Na construção de uma sociedade para todos, as empresas constituem-se em um de seus sistemas, que precisa ser reorientado com base nos princípios do paradigma da inclusão. Ser uma empresa inclusiva implica em um novo entendimento a respeito da contratação da pessoa com deficiência, pois tradicionalmente tinha-se como ideia central modificar as pessoas a fim de torná-las aceitáveis, com base no hoje questionável perfil de “pessoa normal” e que, atualmente, é norteada pela necessidade da sociedade adequar suas estruturas humanas, físicas e técnicas a fim de que se torne capaz de acolher todos os segmentos populacionais que compõem a diversidade humana e todas as diferenças que distinguem uma pessoa da outra.

É válido ressaltar também que a base para a formação de qualquer ser humano é a família, principalmente na vida de alguém com necessidades especiais. Assim, o poder de influência positiva dos familiares sobre eles é indispensável para o convívio social dessas pessoas, inclusive no ambiente de trabalho.

Contudo, muitas vezes a interferência familiar se torna um aspecto negativo, isto é, causa efeitos contrários e prejudiciais ao deficiente em diversos sentidos. Isso traz reflexos danosos para o desenvolvimento desse público, como a falta de conclusão dos estudos básicos escolares, por exemplo, ou então a ausência de continuidade estudantil após o término dos graus de ensino obrigatórios.

Desse modo, por supressão de estímulos “dentro de casa”, alguns deficientes não têm a oportunidade de ingressar em um curso de graduação, a fim de obter qualificações competitivas no mercado de trabalho. Então, com um número baixo de pessoas com deficiência academicamente formadas, a conquista de empregos em empresas se torna mais difícil, visto que o âmbito de atuação trabalhista anda cada dia mais competitivo (PINTO; SCATOLIN, 2020).

Ao considerar os fatores apresentados, destaca-se que os desafios para a inclusão daqueles que possuem determinadas limitações nas empresas ocorrem por diversos fatores, seja por razão familiar, social, governamental e/ou organizacional. Neste sentido, é preciso modificar as dificuldades e barreiras encontradas para que sejam traçados novos caminhos, capazes de realizar a inserção e a fixação dos deficientes na esfera trabalhista.

À vista disso, o objetivo geral dessa pesquisa foi o de analisar os desafios de inclusão das pessoas com deficiência nas organizações, por intermédio de uma

revisão sistemática das publicações do evento Semead, nas edições dos anos de 2009 a 2020.

Por conseguinte, foram elencados os referidos objetivos específicos: a) Identificar, por meio da literatura nacional acerca da área, os desafios encontrados pelos PcDs nas organizações; b) Realizar uma revisão sistemática das publicações do evento Semead das edições, referente aos anos de 2009 a 2020, a fim de responder ao problema de pesquisa apresentado; c) Apresentar estratégias para os gestores minimizarem os desafios encontrados na inclusão das pessoas com deficiência nas organizações.

Desse modo, essa pesquisa buscou responder ao seguinte questionamento: quais as dificuldades de inclusão de indivíduos com deficiência nas organizações? A hipótese apresentada foi acerca do preconceito existente por parte dos colaboradores e o pouco investimento que os gestores das empresas destinam aos funcionários PcDs.

Assim, esse estudo foi justificado pelo desejo das pesquisadoras em abordar uma reflexão sobre o tema de inclusão de deficientes nas organizações, além do anseio das mesmas em incentivar os gestores, por meio dos resultados aqui demonstrados, a buscarem novas estratégias de implementação em suas empresas. Houve também a vontade de fomentar o assunto referido para que tais conclusões desse artigo oferecessem auxílio aos demais pesquisadores acadêmicos, em futuras investigações.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O propósito desta pesquisa foi o de responder a seguinte problemática: quais são as dificuldades para a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações? Para retorguir a esse questionamento, as pesquisadoras trilharam o método de realizar uma pesquisa bibliográfica que ajudasse a replicar a indagação proposta.

A pesquisa bibliográfica foi de grande importância no processo de maximizar o conhecimento das pesquisadoras sobre o tema abordado. Em seguida, foi utilizado o método descritivo exploratório que facilitou a descrição do conjunto de dados obtidos, a fim de uma análise mais precisa.

Para apresentar e discutir os resultados adquiridos pela revisão sistemática foi usado o tipo de pesquisa qualitativa. Já a revisão sistemática foi empregada para rever publicações do evento SemeAd, nas edições dos anos de 2009 a 2020. Por fim, foram aplicadas as análises de conteúdo e de dados.

2.1 Pesquisa bibliográfica

Nos dizeres de Cervo (2007), a pesquisa bibliográfica consiste em explicar um problema a partir de referências teóricas que poderão ser publicadas em artigos, livros, dissertações e teses.

Além disso, o mesmo ainda relata que esse tipo de investigação pode ser realizado de forma independente ou como uma parte da pesquisa descritiva ou experimental. Porém, em qualquer um dos casos, ela busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre um assunto, tema e até mesmo um problema.

O uso da pesquisa bibliográfica no presente estudo foi fundamental para a exploração do assunto abordado, assim como a perspectiva dos principais autores que refletem sobre o tema, em suas explorações individuais, colaborou para a edificação deste artigo.

2.2 Pesquisa Descritiva Exploratória

Compreende-se que a pesquisa descritiva é o melhor método para a realização de investigações científicas, uma vez que seu propósito é descrever uma grande quantidade de ideias sobre o tema referido, apresentando as características dos conceitos, a fim de analisar as relações das variáveis inseridas no tema.

Portanto, a pesquisa descritiva constitui-se em expor, classificar e interpretar alguns fatos ou fenômenos, realizando a análise mais precisa possível. Deste modo Cervo (2007, p. 61) explica que “a pesquisa descritiva procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características”.

2.3 Pesquisa Qualitativa

A abordagem qualitativa é utilizada para levantar dados e realizar suas análises logo após o levantamento. Neste caso, o estudo é sempre descritivo e pode fazer uso de dados como imagens, reportagens, vídeos, textos, entre outros.

Este tipo de pesquisa busca examinar evidências de cada uma das informações levantadas, a fim de entender o fenômeno em profundidade. O pesquisador nessa modalidade possui grande influência sobre a pesquisa, assim como exemplifica o autor do livro Metodologia Científica: “A pesquisa qualitativa não é formada por etapas engessadas como as da quantitativa: aqui, o pesquisador fica à vontade para desenhar o estudo da forma que julgar mais adequada” (MASCARENHAS, 2012, p. 47).

Decidimos usufruir desse método de pesquisa para oferecer uma base mais segura de análise, além de proporcionar confiança e capacidade de generalizar os dados para conclusão.

2.4 Pesquisa de revisão sistemática

O método de pesquisa de revisão sistemática tem como objetivo adquirir maior confiabilidade e validade na pesquisa, por meio de fontes e dados literários referentes ao tema abordado. Os autores De-La-Torre-Ugarte-Guanilo, Takahashi e Bertolozzi (2011, p. 1261) revelam que a revisão sistemática é “uma metodologia rigorosa proposta para: identificar os estudos sobre um tema em questão, aplicando métodos explícitos e sistematizados de busca; avaliar a qualidade e validade desses

estudos”. Sendo assim, este método ajudou as pesquisadoras ao trazer evidências comprovadas sobre o assunto em vigor.

2.5 Análise de conteúdo

A análise de conteúdo busca analisar as comunicações, utilizando procedimentos sistemáticos e descritivos de conteúdos presentes nas mensagens. Moraes (1999, p. 7) corrobora que “a análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos”. As pesquisas que atenderam aos critérios estabelecidos, logo que foram detectadas, passaram por uma leitura detalhada a partir do objetivo de trazer à tona os seus resultados.

2.6 Análise de dados

O item da análise de dados teve como finalidade demonstrar a partir de quais instrumentos os dados da pesquisa foram analisados e, se por meio deles, houve respostas para os questionamentos apresentados no projeto. Segundo os autores Barros e Lehfeld (2007, p. 110), “é nesse momento que os dados são examinados e transformam-se em elementos importantes para a comprovação ou não das hipóteses”.

2.7 Coleta de dados

Para realizar a coleta de dados foi estabelecida uma pesquisa no site do evento Semead, a fim de verificar os anais do evento referentes às publicações de 2009 a 2020. Ao acessar o site www.semead.com.br, uma busca aos índices por temas relacionados à área de gestão de pessoas foi realizada. Assim, após a seleção do tema, foram definidas as duas palavras-chave. Então, efetuou-se a procura por artigos que continham no título os vocábulos “deficiência” e

“organizações”, totalizando em 641 artigos. Em seguida desta procura, foi executado um filtro nos artigos selecionados, objetivando verificar e selecionar apenas os que possuíam afinidade com a problemática deste referido estudo. Sendo assim, restaram 13 artigos selecionados, que equivaliam a 2,03% do total de artigos.

3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Esse fragmento do estudo apresenta as conclusões referentes aos dados das pesquisas publicadas no SemeAd - Seminários de Administração - no recorte temporal dos anos de 2009 a 2020, resultando em onze edições do referido evento. À vista disso, de um total de 641 artigos relacionados com o tema “gestão de pessoas”, apenas 13 artigos (2,03%) foram utilizados, pois correspondiam com a problemática que norteia esta pesquisa.

De modo mais esmiuçado, abaixo se encontra um quadro onde é demonstrado o detalhamento acerca dessa coleta de dados, provenientes das pesquisas referidas no parágrafo anterior. Essas informações circundam em: número do evento, quantia de artigos na área do evento, quantos deles foram aproveitados, além da quantidade de livros, artigos e afins utilizados nos estudos.

Quadro 01 - Informações sobre os artigos selecionados no decorrer da pesquisa

Nº evento	XII	XIII	XIV	XV	XV I	XVII	XVIII	XIX	XX	XXI	XXII
Quant. Artigo na área	50	65	42	55	36	36	40	54	86	88	89
Quant. Artigos	1	2	0	3	2	1	1	2	0	0	1

aproveitados											
Quant. Livros Ref.	3	32	0	36	30	16	16	17	0	0	15
Quant. Artigos Ref.	17	11	0	31	29	6	3	40	0	0	45
Outras Ref.	6	9	0	8	12	3	4	17	0	0	2

Fonte: As autoras

Nota: Dados do SemeAd (2021)

Na edição XII do evento foram identificados 50 artigos. Contudo, somente 1 deles foi aproveitado, por apresentar afinidade com a temática desenvolvida nesse presente estudo.

Após a realização das reflexões sobre os dados exibidos no quadro acima, verifica-se que (BAHIA; SANTOS, 2009) fizeram um estudo de caso que tinha como objetivo principal estabelecer uma discussão sobre como as organizações do terceiro setor atuavam. Neste, também foi feita uma referência à inclusão de pessoas que possuíam alguma deficiência.

Como conclusão, as pesquisadoras averiguaram que as empresas promovem a contratação de funcionários com alguma limitação devido à obrigatoriedade legal. O real cenário é justificado pela baixa qualificação que esse público analisado apresenta, assim como a dificuldade da empresa em adaptar o ambiente de trabalho, conforme a deficiência de cada indivíduo.

Já na edição XVIII do evento, foi analisado um total de 65 artigos e dos quais apenas 2 tiveram alta relevância com essa proposta de trabalho. Em 2010, dentro dessa mesma edição do evento, (SILVA *et al.*, 2010) apresentaram um estudo onde foi abordado o propósito de identificar as ações predominantes para o processo de

inserção daqueles que possuem alguma deficiência no mercado de trabalho, cumprindo as exigências legais e o papel deles na sociedade.

A partir de uma abordagem qualitativa, o estudo de caso apresentou conclusões de uma coleta de dados com cinco colaboradores, dos quais três deles trabalhavam com a introdução de Profissionais Portadores de Deficiências (PPDs) e dois líderes que atuavam no processo produtivo.

Os resultados dessas entrevistas demonstraram que existe um planejamento para a inclusão dos colaboradores PPDs nessa organização e a forma de recrutamento da empresa é a de inserção competitiva. Então, quando há uma contratação dos PPDs, são realizadas adaptações adequadas nos postos de trabalho e locais de convivência. Contudo, a barreira constatada na busca de profissionais com limitações é a qualificação deles.

Os estudiosos (CALADO; BRAGA JUNIOR; RAMOS, 2010) elaboraram uma investigação que tinha como finalidade analisar os desafios práticos e conceituais das medidas de inclusão das empresas, assim como avaliar a capacitação e as habilidades de um deficiente, e o que dificultava o exercício desse público em um trabalho ou atividade social. Da mesma forma, foi averiguada a participação de empresas, de instituições e do Governo, por meio da Política de Integração e Apoio às Pessoas com Deficiência e da Política Nacional de Educação Especial.

A referida investigação retratou os aspectos relacionais entre o deficiente e a inserção deste no mercado de trabalho, através de uma pesquisa de campo que fez uso de questionários, observações e de buscas da literatura sobre o tema. No resultado obtido, foram enxergadas questões de intolerância, preconceito, tratamento desigual e desrespeito, sendo que estas afetam diretamente no papel da empresa ao propor integração e qualidade de vida no trabalho.

Na edição seguinte, no ano de 2011, a quantidade de artigos da área abordada foi de 42, contudo nenhum deles apresentou uma totalidade de conexão temática com o este artigo. Já na XV edição do evento, no ano de 2012, a quantidade de artigos que apresentaram alguma relação com esse estudo foi de 55, porém apenas 06 desses foram realmente aproveitados.

Nessa citada edição, (BAPTISTA, 2012) estabeleceu uma pesquisa que possuía como intuito central investigar nas empresas a existência de práticas que visam a inclusão organizacional de Pessoa com Deficiência (PcD), além de verificar se as mesmas estão relacionadas com as estratégias organizacionais e com a gestão da diversidade.

A referida pesquisa analisou algumas empresas, tidas como “as melhores do país para se trabalhar”, considerando as práticas de recursos humanos delas, que se baseavam na realização de palestras educativas e no treinamento para os colaboradores, tendo como objetivo promover a inclusão no ambiente de trabalho. Contudo, foi constatado que a maior parte das ações é feita por obrigatoriedade da legislação de cota inclusiva.

Na mesma edição, (SILVA; ALVES; MORAIS, 2012) construíram um estudo científico que destaca como intuito principal a identificação de adaptações das Políticas de RH, visando à inclusão de pessoas com deficiência em quatro indústrias localizadas em Campina Grande, Paraíba.

A pesquisa, por meio de uma abordagem qualitativa, teve sua coleta de dados adquirida através de uma entrevista semiestruturada com quatro gerentes do departamento de Recursos Humanos das empresas analisadas. Concluiu-se que nas referidas indústrias houve algumas adaptações, mas que não foram suficientes para que de fato tivesse um maior desempenho no processo de inclusão das pessoas com alguma deficiência.

Os discentes (SILVA; GOMES, 2012) se dedicaram para a escrita de um artigo científico com o objetivo geral de identificar as concepções dos empregadores acerca da admissão de pessoas com deficiência (PcDs) no quadro de funcionários da empresa. Esse estudo, por sua vez, trouxe uma proposta de analisar as práticas de inclusão no mercado de trabalho e que, a partir de uma coleta de dados analisados de modo qualitativo e provindos de indicadores quantitativos, estabeleceram tal estudo em treze empresas da cidade de Jales, São Paulo.

Como resultado, os pesquisadores puderam concluir que é necessária a promoção de ações como, por exemplo, análises, discussões, debates e afins, na

tentativa de solucionar os possíveis conflitos da inclusão dos PcDs no meio social. Ademais, ressaltaram que as citadas ações devem ser tomadas em conjunto com todos os segmentos sociais.

Em 2013, na décima sexta edição do evento utilizado como base para a escrita desse artigo, o total de textos que demonstrou alguma conexão com a temática desenvolvida aqui foi de 36, porém somente 2 foram tidos como referenciais. Desse modo, (RODRIGUES; OLIVA; KUBO, 2013) fomentaram uma pesquisa, de cunho científico, com o propósito de averiguar o quanto de acessibilidade as empresas do ABC Paulista destinavam para deficientes no ambiente de trabalho.

Por meio de um estudo exploratório, o escrito dos estudantes apresentou um viés distinto de reflexão acerca do tema abordado, uma vez que a acessibilidade para pessoas com deficiência, segundo os acadêmicos, é discutida e implementada apenas em locais públicos e estâncias turísticas, ao invés de incluir também os âmbitos profissionais dos deficientes. Como conclusão dos estudos, os mesmos puderam apurar que a acessibilidade para cadeirantes, deficientes visuais e auditivos em muitas das organizações verificadas é precária ou talvez inexistente.

No mesmo ano de edição, (SILVA; PINTO, 2013) desenvolveram um artigo a fim de investigar o impacto do convívio com pessoas deficientes, nas concepções de deficiência dos discentes do curso acadêmico de Administração.

O citado estudo buscou abordar a ligação entre a convivência com deficientes e as concepções de deficiência. Uma vez que os alunos da graduação referida se tornarão os possíveis gestores de organizações, a finalidade foi modificar a perspectiva que o empregador pode ter acerca da temática. Foi verificado então que o convívio com os deficientes impacta de forma positiva, algumas vezes, as concepções de deficiência.

No ano de 2014, na XVII edição do SemeAd, foram vistos 36 escritos sobre a área de pesquisa desse trabalho, porém apenas 1 apresentou mais semelhanças com a linha de raciocínio edificada aqui.

Os autores (MENDONÇA; BA, 2014) construíram uma proposta de estudo com os intuitos de, a partir da visão das PcDs inseridas no mercado de trabalho, descobrir o que contribui para a sua empregabilidade, além de estabelecer conclusões sobre a inclusão de pessoas com deficiência na esfera empregatícia da cidade e região de Catalão – GO.

O estudo de caso teve uma entrevista semiestruturada para a coleta de dados, assim como uma estatística descritiva e análise de conteúdo nas técnicas de análise de dados. Desse modo, foi visto que as pessoas com deficiência entrevistadas, que estão inseridas no mercado de trabalho, têm limitado conhecimento das leis regulamentadoras da inclusão, isto é, sabem da existência legislativa, mas não informações suficientes sobre ela.

Na edição seguinte do evento utilizado como base para a construção desse artigo, (PADILHA; CASAGRANDE; NUNES, 2015) produziram um texto científico, motivados pelo intuito de apurar nas organizações os processos de inclusão, procurando indicar se as mesmas reconhecem profissionalmente o indivíduo com deficiência.

Referindo-se a um estudo de caso na universidade corporativa, a coleta de dados foi por meio de questionários aplicados com pessoas que possuíam alguma limitação. Por sua vez, o estudo concluiu que aqueles que têm deficiência motora detêm a vontade de continuar seus estudos, mas os deficientes visuais, devido à dificuldade de locomoção, revelaram que não desejam o progresso nos estudos.

Foi constatado também que os deficientes trabalhadores geralmente ocupam níveis mais “baixos” de ofício nas empresas e não recebem capacitações da empresa onde atuam.

Na XIX edição do SemeAd, (BARBOZA; SILVA, 2016) estabeleceram uma ponderação acerca do objetivo geral de colaborar na função de Consultor em Emprego Apoiado, demonstrando informações para a definição ocupacional, além de auxiliar o Ministério do Trabalho e Emprego incluir a profissão na CBO.

O Emprego Apoiado (EA) citado no artigo, trata-se de uma metodologia que ajuda a PcD ser incluída no mercado de trabalho, ao verificar as competências da

pessoa deficiente e as tarefas a serem realizadas no cargo que vai ocupar, fazendo as adequações necessárias. É esperado pelos acadêmicos que o estudo escrito por eles sensibilize e desperte outros pesquisadores a investigar sobre a temática de regulamentação profissional do Consultor em Emprego Apoiado.

Ainda na mesma edição do evento, (FIALHO *et al.*, 2016) construíram um escrito embasado no propósito de investigar como as empresas realizam o planejamento de inclusão dos deficientes no espaço organizacional.

Os pesquisadores averiguaram a opinião de dois gestores do ramo de consultoria na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, que recrutam PcDs para as empresas. Foi constatado que as organizações efetuam a contratação de colaboradores com deficiência, de acordo com as suas estruturas físicas, para que não haja a necessidade de adaptações para a acessibilidade. Além disso, foi notado que as empresas contratam pessoas com determinada limitação apenas para o cumprimento da Lei de Cotas, instituída pelos órgãos governamentais.

Na edição posterior do referido evento, em 2017, houve a escrita de 86 artigos sobre o mesmo assunto aqui, todavia nenhum deles apresentou uma proeminência significativa com a problemática descrita nesse artigo.

O mesmo ocorreu com os artigos da edição XXI, no ano de 2018, onde foram contabilizados 88 textos científicos na mesma área, mas que não apresentavam informações altamente relevantes para a edificação desta pesquisa.

Em 2019, o evento do SemeAd XXII teve o número de 88 trabalhos no mesmo campo de investigação, onde apenas 1 foi de total proveito. (PAPA *et al.*, 2019) produziram uma exploração com a meta de mapear os conteúdos científicos nacionais acerca das práticas de Recursos Humanos para a inclusão de deficientes no mercado de trabalho, indexada no Portal CAPES, até o mês de janeiro de 2019.

O levantamento de dados aconteceu por meio de um estudo bibliométrico com delineamento bibliográfico, além do uso de análises qualitativa e quantitativa para a ponderação dos dados.

Desse modo, compreendeu-se que no ano de 2018 houve uma “baixa” no número de publicações, mas foi possível verificar um significativo aumento de produções ao longo de nove anos (do ano 2009 até 2017).

Ao término das análises de publicações científicas apresentadas no evento do SemeAd, foi permitido avaliar algumas questões de mensurável importância para este estudo.

A autoria dos citados textos foi predominada por acadêmicas, com um total de 16 autores do sexo masculino e 21 do feminino. Assim, subentende-se que mais mulheres se dedicaram para essas pesquisas sobre o tema de inclusão de indivíduos com deficiência nas organizações, ao comparar com a quantidade de homens investigadores do assunto.

Quanto às instituições de ensino, onde os discentes que realizaram essas averiguações eram alunos, prevaleceram as universidades públicas, sendo uma soma de 10 publicações, comparada a 3 provindas de instituições privadas. Isso remete a ideia de que a pesquisa acerca da temática de inclusão é maior nos institutos acadêmicos públicos.

Já na observação dos métodos de abordagem, a de base qualitativa foi a mais vista dentre as demais, mesmo que os trabalhos tenham demonstrado outros métodos, como a quantitativa e a exploratória, por exemplo.

Assim, ao verificar a quantidade de livros, artigos e outros nas referências bibliográficas, foi constatado que a de livros resultou no total de 165, a de artigos em 171 e outros tipos de material chegou a 61. Dessa forma, é visível que a maior parte dos pesquisadores embasou seus argumentos em artigos científicos sobre o tema que desenvolviam.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa referida pesquisa buscou elucidar o tema de inclusão dos indivíduos com deficiência nas organizações, a partir de argumentos constituídos na

fundamentação teórica, embasados em ponderações já realizadas por outros especialistas da área.

À vista disso, escrito se baseou em dados que foram coletados por meio da aplicação de análise do conteúdo, de pesquisas publicadas no SemeAd - Seminários de Administração - no recorte temporal dos anos de 2009 a 2020, resultando em onze edições desse evento. Este evento, por sua vez, é considerado um dos mais renomados e realiza a discussão das produções científicas relacionadas com o ramo da Administração.

Desse modo, a razão da escolha pela temática enaltecida nesse estudo foi motivada pelo anseio das pesquisadoras em averiguar a participação de pessoas, com determinadas limitações, nas empresas, indagando de como era feito o processo inclusivo das organizações.

Sendo assim, as análises das publicações do SemeAd demonstraram que é verídica a ausência da devida inclusão dos deficientes nas organizações em diversos aspectos.

Conseqüentemente, a hipótese elencada pelas autoras desse artigo foi correspondida em parte, uma vez que é apresentada a carência de investimento dos gestores nos PcDs, ao se tratar de treinamentos internos nas organizações.

Contudo, não é comum o preconceito dos outros colaboradores da empresa diante dos funcionários com deficiência, pois essa intolerância foi relatada em apenas uma das pesquisas analisadas no referido evento científico.

Os acadêmicos revelaram em suas investigações que a maioria das empresas efetua contratações de deficientes apenas para cumprir as determinações legais de cotas, impostas pelos órgãos governamentais.

Ainda foi salientado que existe a dificuldade das companhias em adaptar os ambientes físicos, conforme a limitação do colaborador, especialmente daqueles com restrições motoras em que os ajustes dos espaços devem ser maiores.

Foi visto também que uma das dificuldades dos gestores, ao contratarem os PcDs, é o baixo nível de qualificação que estes possuem e, portanto, desenvolvem

nos estabelecimentos de labor as funções mais modestas e ocupam os cargos menos elevados.

Algumas empresas contribuem com treinamentos e capacitações destinados aos funcionários com deficiência, porém o número representativo dessas organizações é muito pequeno ao comparar com a quantidade de instituições que oferecem oportunidades de trabalho.

É válido ressaltar que uma das limitações desse artigo foi o uso de somente um evento científico para a coleta de dados, tido como base para sua construção.

Posto isto, para futuras melhorias dessa linha de pesquisa será necessário:

- Analisar outros eventos científicos, a fim de aumentar a quantidade de análises dos expostos;
- Determinar estudos de cada área regional do país para levar em consideração os aspectos socioculturais de cada uma delas;
- Verificar se fatores culturais e econômicos interferem diretamente no processo de inclusão dos deficientes nas organizações.

Tratar sobre inclusão de pessoas deficientes nas empresas é de suma importância para os estudos das organizações como um todo, assim como refletir quais são as políticas desenvolvidas por elas quando se refere à inclusão.

Igualmente, é imprescindível verificar se as empresas apenas seguem leis impostas ou se realmente se preocupam com esse público de colaboradores, ao proporcionar oportunidades laborais justas e adequadas a eles.

REFERÊNCIAS

BAHIA, M. S.; SANTOS, E. M. A Atuação das organizações do terceiro setor na inserção profissional de pessoas com deficiência: um estudo de caso. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 12., 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos ...** São Paulo: FEA/USP, 2009. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/1027.pdf>. Acesso em: 15 set. 2021.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, Neide A. S. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BARBOZA, F. V.; SILVA, F. A. F. Consultor em emprego apoiado - Uma nova profissão que se vislumbra no processo de inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho resumo. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 19., 2016, São Paulo. **Anais eletrônicos ...** São Paulo: FEA/USP, 2016. Disponível em: <https://login.semead.com.br/19semead/arquivos/852.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

BATISTA, F. C. C. Análise das práticas de RH voltadas às pessoas com deficiência nas organizações. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 15., 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2012. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/15semead/resultado/trabalhosPDF/954.pdf>. Acesso em: 15 set. 2021.

BRASIL. **Lei nº13.146, 6 de julho de 2015.**

Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, 2015. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm.

BRASIL. **Lei nº8.213, 24 de julho de 1991.** Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Brasília, 1991. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm.

CALADO, J. C.; BRAGA JUNIOR, S. S.; RAMOS, A. L. A integração, socialização e os fatores que interferem no processo de contratação de pessoas com deficiência. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 13., 2010, São Paulo. **Anais eletrônicos ...** São Paulo: FEA/USP, 2010. Disponível em:

<http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/845.pdf>. Acesso em: 15 set. 2021.

CERVO, A. L. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DE-LA-TORRE-UGARTE-GUANILO, M. C.; TAKAHASHI, R. F.; BERTOLOZZI, M. R. Revisão sistemática: noções gerais. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 45, n. 5, p. 1260–1266, 2011. Disponível em:

<https://www.scielo.br/pdf/reeusp/v45n5/v45n5a33.pdf>. Acesso em setembro de 2021:

FIALHO, C. B. *et al.* Inclusão de Pessoas com Deficiência no ambiente organizacional: responsabilidade social ou obrigação legal? *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 19., 2016, São Paulo. **Anais eletrônicos ...** São Paulo: FEA/USP, 2016. Disponível em:

<https://login.semead.com.br/19semead/anais/arquivos/1073.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

GOLDSCHMIDT, R.; PALMA D. C. O direito fundamental do deficiente físico ao trabalho digno e sua inclusão no mercado de trabalho. **Dimensões Materiais e Eficacia dos Direitos Fundamentais**, Chapecó, v. 1 n. 1, p. 245-257, nov. 2011,

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9749&t=destaques>. Acesso em outubro de 2021:

MASCARENHAS, Sidnei. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html. Acesso em novembro de 2021:

MENDONÇA, M. M.; BA, S. A. C. A visão da pessoa com deficiência sobre a empregabilidade em Catalão. *In*: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 17, 2014, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2014. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/17semead/resultado/trabalhosPDF/164.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

PADILHA S. S.; CASAGRANDE, J. L.; NUNES, N. A. Processos de inclusão de pessoas com deficiência: limites e possibilidades das ações corporativas na construção do reconhecimento profissional. *In*: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 18, 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2015. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/18semead/resultado/trabalhosPDF/1217.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

PAPA, A. C. *et al.* Recursos humanos e inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho: uma análise bibliométrica. *In*: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 22, 2019, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2019. Disponível em: <https://login.semead.com.br/22semead/anais/arquivos/1241.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

PINTO, S. R.; SCATOLIN, H. G. Os desafios da inserção de deficientes no mercado de trabalho. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, p. 131–148, 15 jun. 2020. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/psicologia/insercao-de-deficientes>. Acesso em setembro de 2021:

RODRIGUES, E. B.; OLIVA, E. C.; KUBO, E. K. M. Um olhar sobre a acessibilidade para o trabalho de pessoas com deficiência em empresas privadas do ABC Paulista. *In*: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 16., 2013, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2013. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/16semead/resultado/trabalhosPDF/544.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

SASSAKI, R. K. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. Rio de Janeiro: WVA, 1997.147p.

SILVA, A. H. *et al.* Homem um ser social? Os desafios na inserção de portadores de deficiência no mercado de trabalho. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 13., 2010, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2010. Disponível em:

<http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/868.pdf>. Acesso em: 15 set. 2021.

SILVA, A. G. C.; ALVES, M. B.; MORAIS, G. L. F. V. Inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho: adaptação das políticas e práticas da gestão de pessoas. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 15., 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos ...** São Paulo: FEA/USP, 2012. Disponível em:

<http://sistema.semead.com.br/15semead/resultado/trabalhosPDF/514.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

SILVA, R. D.; GOMES, E. A. F. O mercado de trabalho para pessoas com deficiência sob a ótica do empregador. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 15., 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2012. Disponível em:

<http://sistema.semead.com.br/15semead/resultado/trabalhosPDF/830.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

SILVA, J. S.; PINTO, F. R. O impacto da convivência com pessoas deficientes nas concepções de deficiência de uma amostra de discentes de administração. *In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 16., 2013, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA/USP, 2013. Disponível em:

<http://sistema.semead.com.br/16semead/resultado/trabalhosPDF/1116.pdf>. Acesso em: 09 set. 2021.

EMPRESA FAMILIAR E AS DIFICULDADES ENFRENTADAS DURANTE A PANDEMIA

FAMILY BUSINESS AND THE DIFFICULTIES FACED DURING THE PANDEMIC

João Pedro Campioni Balotari
jp-balotari@hotmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Renato Carlos Camacho Neves
camacho@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO

As empresas familiares, apesar de ser uma estrutura com formato mais antigo de organização, são as que se mantêm fortemente presentes no mundo de hoje. De pequenas às grandes organizações, elas permeiam a economia mundial em diferentes formas. Há anos vem sendo estudadas por consultores e interessados no assunto. Até mesmo membros da família que direcionam seu próprio negócio procuram melhorar seu conhecimento sobre as empresas familiares para que estas tenham uma vida econômica mais prolongada. Dentro deste contexto, o propósito deste trabalho é realizar um estudo sobre as dificuldades enfrentadas pelas empresas familiares durante a pandemia. A pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2), ao afetar várias áreas da vida moderna, que teve a quarentena como medida preventiva em várias partes do mundo, atingiu a economia global, gerando preocupações nas empresas. Assim, durante a pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2), os empresários tiveram que se adaptar às novas medidas e protocolos para ambos clientes e seus colaboradores, o que levou a reinventar e adaptar várias estratégias independentemente do tipo de empresa. Para sua realização, utilizou-se a pesquisa explicativa, qualitativa e bibliográfica.

Palavras-chaves: empresa familiar; pandemia; coronavírus; desenvolvimento econômico.

ABSTRACT

Family businesses, despite being a structure with an older organizational format, are those that remain strongly present in today's world. From small to large organizations, they permeate the world economy in different ways. It has been studied for years by consultants and those interested in the subject. Even family members who run their own businesses seek to improve their knowledge of family businesses so that they have a longer economic life. Within this context, the purpose of this work is to carry out a study on the difficulties faced by family businesses during the pandemic. The pandemic of the new coronavirus (SARS-CoV-2), affecting several areas of modern life, which had quarantine as a preventive measure in various parts of the world, reached the global economy, generating concerns in companies. Thus, during the pandemic of the new coronavirus (SARS-CoV-2), entrepreneurs had to adapt to new measures and protocols for both clients and their employees, which led to reinventing and adapting various strategies regardless of the type of company. For its realization, explanatory, qualitative and bibliographic research was used.

Keywords: family business; pandemic; coronavirus; economic development.

1 INTRODUÇÃO

As empresas familiares nascem pelo sonho de construir seu próprio negócio e se unem através das pessoas da família, para aperfeiçoamento do seu patrimônio. Hoje no Brasil, essas empresas familiares somam mais de 90% do total de empresas e 65% do PIB. Dentro deste contexto, inúmeros pesquisadores têm procurado entender o que faz com que algumas empresas familiares inovem e cresçam, enquanto que outras estão fadadas ao insucesso, desaparecem antes de chegar à segunda geração de sucessões, seja em períodos de maior estabilidade ou de crise como essa que a economia mundial vivencia decorrente da pandemia do COVID-19 (MUCCI, 2020).

A pandemia do novo coronavírus (Sars-CoV-2) gerou uma grave crise, não somente no sistema de saúde, mas também na economia mundial, que mudou radicalmente (SCHNEIDER *et al.*, 2020).

Assim, no último ano, inúmeros estabelecimentos comerciais foram fechados, desde que a epidemia do novo coronavírus, que ficou inicialmente circunscrita à China e a alguns países europeus, alcançou outros países e, saindo do controle de autoridades sanitárias nacionais, transformando-se em uma pandemia, reconhecida pela Organização das Nações Unidas e Organização Mundial da Saúde no início de março de 2020 (SESSA *et al.*, 2020).

Diante deste cenário, em decorrência da grave crise instalada no mundo todo, os países têm adotado medidas de enfrentamento ao novo coronavírus, utilizando, principalmente, estratégias de distanciamento social para minimizar o contágio, que geraram impactos no mercado (CORRER *et al.*, 2020).

Deste modo, de um dia para o outro, tanto empresas quanto consumidores tiveram que se adaptar a este novo panorama imposto pela pandemia. E, às empresas, coube, em pouco tempo, o desenvolvimento e a realização de estratégias que viabilizassem a continuação de suas atividades com o intuito de não sofrer o

baque econômico, sem, no entanto, deixar de lado a necessidade de manter a si e a seus funcionários em segurança (WECKER *et al.*, 2021).

Sendo assim, questiona-se: Quais os impactos provocados pela pandemia da Covid-19 às empresas familiares? O que fazer para garantir a continuidade do negócio em tempos de pandemia? Os familiares serão capazes de dar continuidade a esse negócio?

Diante destes questionamentos, o objetivo deste artigo é realizar um estudo sobre as dificuldades enfrentadas pelas empresas familiares durante a pandemia, juntamente com as ações administrativas utilizadas para enfrentar a crise apresentada.

Como objetivos específicos têm: (1) abordar a questão da Empresa Familiar, apresentando alguns de seus aspectos como: características, vantagens, pontos fracos, profissionalização, sucessão, entre outros; (2) verificar como a pandemia afetou a empresa familiar, juntamente com as diretrizes e procedimentos administrativos utilizados para fazer face à crise apresentada; e (3) discorrer sobre os impactos causados pela pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2) às empresas familiares.

A administração em um cenário pandêmico exige rigidez e capacitação dos dirigentes. Sendo assim, é de suma importância trazer à discussão sobre as dificuldades enfrentadas pelas empresas familiares durante a pandemia, onde muitas tem atuado com soluções que desenvolvem a melhoria para esse tipo de administração, pois uma empresa que não se prepara para as mudanças que vem ocorrendo diante de um mercado cada vez mais instável e dinâmico, está fadada ao fracasso.

Neste sentido, em razão da extensão da pandemia e suas consequências, as empresas que almejam se manterem competitivas, estão sendo forçadas a implementar processos inovadores, adotando práticas ágeis e implementação de uma cultura de excelência, com o propósito de produzir mais com menos, superando assim, esses momentos críticos, para que possa conquistar a satisfação e lealdade de seus clientes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com as constantes mudanças do mercado nos dias atuais as empresas devem estar preparadas e atentas ao comportamento do contexto em que estão inseridas, além da necessidade de manter um bom relacionamento com seus clientes, pois são estes o fator mais importante da organização. Para tanto é “preciso buscar estratégias adequadas a partir de um conhecimento sólido do mercado e também das limitações dos recursos da empresa” (LAS CASAS, 2012, p.81).

Segundo Mintzberg *et al.* (2007), uma estratégia ser for bem ordenada, auxilia a classificar os recursos de uma organização, com o propósito de ter uma postura mais singular e viável com base nas suas competências e deficiências, alterações antecipadas no ambiente e providências tomadas por concorrentes inteligentes.

Dentro deste contexto, Costa (2012) entende que, a organização que possuir uma estratégia bem elaborada e se manter atenta as tendências do mercado, pode estar sempre um passo à frente dos seus concorrentes, ou seja, através de estratégias certas pode se antecipar aos seus concorrentes em uma determinada mudança previsível do mercado.

Para Porter (1989, p.17), a “estratégia é a criação de uma posição única e valiosa, envolvendo um conjunto diferente de atividades”. Deste modo, a estratégia mede o desempenho qualitativo quanto o desempenho quantitativo. Quando uma instituição adota uma estratégia, ela está padronizando o seu modo realizar as coisas.

No entendimento de Villar *et al.* (2017), a estratégia, quando bem elaborada, ajuda a empresa a ter foco, orientação para uma melhor tomada de decisões e adequada alocação de recursos; com isso, traz melhores benefícios para seus acionistas, clientes, empregados e comunidade na qual atua.

De acordo com Oliveira (2014), para que se possa elaborar uma estratégia, é preciso considerar três aspectos indispensáveis: (1) a empresa; (2) o ambiente; e (3) a integração entre a empresa e o ambiente.

A elaboração de uma estratégia gira em torno de três elementos: (1) adequação da empresa em seu ramo de atividade; (2) alocação de recursos escassos entre diversas oportunidades de investimento; e (3) perspectivas de longo prazo.

Para Lobato *et al.* (2009), a empresa necessita de uma avaliação de sua estratégia atual e de onde pretende chegar através dela. A implementação da estratégia deve levar em conta o ambiente da organização, as pessoas que nela trabalham e como a alta administração vê todas essas mudanças em busca da excelência.

2.1 Missão, Visão e Valores

A missão de uma organização, segundo Chiavenato (2014), representa a razão de sua existência.

No entendimento de Drucker (1992 *apud* RODRIGUES *et al.*, 2011, p.41), "a definição da missão é um processo arriscado, difícil e penoso, porém o único meio de desenvolver estratégias e concentrar recursos para trabalhar". Responder as necessidades dos clientes não é suficiente, as organizações também devem compreender porque elas existem, e dessa forma entender porque o cliente necessita e prefere o seu produto ou serviço ao da concorrência. A organização precisa de um propósito básico que norteará seus negócios e que não deve mudar ao longo dos anos, ele consiste em atender em uma ou mais das necessidades básicas de seus clientes que motivam o surgimento de suas expectativas em relação a produtos e serviços.

No que se refere a visão, Costa (2012) retrata ser um estado futuro desejado que deve ser claramente definido atendendo sua missão. Uma organização visionária é aquela que tem uma sequência de visões de longo prazo no decorrer de

sua existência. Quanto mais desafiadora for a visão, um maior tempo levará para que ela seja atendida.

Entretanto, ressalta-se que, para que a empresa consiga alcançar os seus objetivos, é preciso que ela trabalhe de forma correta sem deixar de atender o seu público-alvo. Assim, será necessário que ela adote valores para estruturar as suas decisões pensando no seu sucesso, nas necessidades dos seus clientes e na sociedade onde a empresa está inserida. Segundo Oliveira (2014, p.70) os “valores representam o conjunto de princípios e crenças fundamentais de uma empresa, bem como fornecem sustentação a todas as suas principais decisões”.

Diante do exposto, pode-se concluir que missão e visão caminham juntas, a missão é a razão pela qual a organização existe, é o motivo pelo qual ela foi criada, esse motivo deve estar de acordo com a visão, de forma a descrever e projetar em uma esfera mais ampla, o que a organização irá criar para atingir sua missão, obedecendo aos valores que estão intrínsecos a empresa. Quanto mais abrangente a missão, maior poderá ser o caminho de oportunidade de negócios que uma organização pode ter (RODRIGUES *et al.*, 2011).

A concepção de missão quando bem definida projeta um rumo, a visão ao longo dos anos irá se modificar de acordo com os objetivos já atingidos e com o surgimento de ideias ainda maiores, e isso quando bem distinto pelas pessoas dentro de uma organização colabora para um ambiente cooperativo, onde as pessoas sabem onde, porque e a razão pela qual elas devem caminhar juntas.

Deste modo, a missão, visão e valores devem fazer parte da cultura organizacional da empresa, pois elas irão criar valor para aqueles que estão expostos a elas. Servirão também de norteadores para os gestores, funcionários e até mesmo para os clientes, desenvolvendo assim um senso de direção e oportunidade, que sem dúvida é fundamental para o processo de formulação de estratégias organizacionais.

2.2 Análise SWOT

A análise SWOT, strengths, weaknesses, opportunities e threats – pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças -, é um instrumento empregado pelos gestores, com o propósito de auxiliar na seleção de estratégias apropriadas para determinado produto/serviço (FERRELL; HARTLINE, 2010).

Para Ferrell e Hartline (2010, p.82), a “análise SWOT é um modelo simples e objetivo que fornece direcionamento à empresa [...]. Ela cumpre esse papel estruturando a avaliação da adequação entre o que a empresa pode e não pode fazer”.

Para Nishikito *et al.* (2014), a análise SWOT, permite a construção de um balanço estratégico da empresa. Com isso, deve-se reunir todos os fatores internos da organização, inclusive os pontos fortes (o que faz de melhor?) e fracos (o que ainda deixa a desejar?); em seguida avaliar esses fatores em relação às forças externas identificadas, assim como as oportunidades e riscos que a organização enfrenta em consequência de forças competitivas ou tendências em seu ambiente de negócio.

Ainda segundo Nishikito *et al.* (2014), para facilitar o entendimento, alguns autores preferem chamá-la de matriz FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

“Esta análise é indispensável para o sucesso do planejamento estratégico, porque exige avaliação detalhada do ambiente externo e interno e permite que o administrador determine os rumos que o negócio deve tomar” (MORAES, 2005, p. 49).

Assim, pode ser considerada uma ferramenta de suma importância para orientar as decisões das organizações e balizar a prática empresarial.

2.3 As Cinco Forças de Porter

O índice de concorrência nas empresas depende de cinco forças competitivas básicas. Essas forças estão diretamente ligadas ao potencial do lucro

final à medida que o conjunto das forças se diferem, podendo variar dependendo do ramo em que a empresa está inserida (PORTER, 2004, p.22).

O fato de que a concorrência em uma indústria não está limitada aos participantes estabelecidos. Clientes, fornecedores, substitutos, e os entrantes potenciais são todos "concorrentes" para as empresas na indústria, podendo ter maior ou menor importância, dependendo de circunstâncias particulares (PORTER, 2004, p.24).

As cinco forças são: concorrentes, fornecedores, substitutos, entrantes potenciais e compradores/consumidores como demonstra a figura abaixo entre as cinco forças que moldam a competição em uma empresa.

De acordo com Porter (2009, p.12) há seis grandes barreiras para quem entra que são:

- Economias de escala: forçam os entrantes a iniciarem na indústria com uma escala grande, com altos custos;
- Diferenciação de produto: força as empresas a gastarem muito com vendas e marketing para superar marcas já bem conhecidas pelo público no mercado;
- Necessidade de capital: força as empresas a investir alto para competir, além de gastos com investimento.
- Desvantagens de custo independentes do porte: geralmente os entrantes por não possuírem a curva da experiência, acabam em desvantagem as empresas já instaladas.
- Acesso a canais de distribuição: os iniciantes devem garantir a distribuição de seu novo produto na indústria;

Deste modo, o alvo da estratégia competitiva dentro de uma empresa é encontrar a melhor forma possível de se defender dessas cinco forças que estão relacionadas diretamente a competitividade e fazer com elas fiquem a seu favor.

Analisando as fontes de cada força é possível identificar os pontos fortes e pontos fracos críticos da empresa, animando o posicionamento da mesma, definindo as áreas que ao mudar as estratégias podem resultar em um retorno maior, e

destacar as áreas em que as tendências da empresa são de maior importância, sendo oportunidades ou ameaças (PORTER, 2004).

As cinco forças em conjunto determinam a intensidade da concorrência da empresa, uma ou mais forças juntas podem predominar e se tornarem críticas do ponto de vista da implantação de estratégias. Independentemente da posição, concorrentes, produtos ou empresas que possam substituir essa indústria, a rivalidade entre concorrentes existirá, limitando o retorno potencial (PORTER, 2004).

A intensidade de cada força deve ser distinguida dos muitos fatores a curto prazo, pois podem afetar a concorrência e a rentabilidade de uma forma temporária, Porter (2004, p.25), dá um exemplo:

Flutuações nas condições econômicas no decorrer do ciclo econômico influenciam a rentabilidade a curto prazo de quase todas as empresas em muitas indústrias, do mesmo modo que as faltas de materiais, as greves, os piques na demanda e outros fatos semelhantes.

Esses fatores podem ser táticos, mas é importante que as empresas tenham foco na análise da estrutura da indústria para identificar as características básicas da empresa, apontando qual estratégia competitiva mais se enquadra para ser aplicada e se manter no mercado de negócios (PORTER, 2004).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Busca-se neste capítulo apresentar os procedimentos metodológicos utilizados para elaborar o presente estudo. Deste modo, quanto aos objetivos da pesquisa, está trata-se de uma pesquisa explicativa, que conforme mencionado por Gil (2007, p.43), este tipo de pesquisa “preocupa-se em identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. É o tipo que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas”. Ainda no entendimento do autor, “a pesquisa explicativa pode ser a continuação de uma pesquisa descritiva, posto que a identificação de fatores que determinam um fenômeno exige que esteja suficientemente descrito e detalhado”.

Logo, em razão do estudo proposto ter objetivado efetuar uma análise sobre as dificuldades enfrentadas pelas empresas familiares durante a pandemia, apoiou-se na abordagem qualitativa, que tem por objetivo examinar minuciosamente um acontecimento por meio de análises, interpretações e descrições subjetivas de cada situação (RAMPAZZO, 2013).

Quanto aos dados que foram coletados para compor esta pesquisa, estes incidem de fontes secundárias. Lakatos e Marconi (2010) ressaltam que as fontes de dados secundários se referem àqueles já coletados, tabulados, ordenados e até mesmo analisados.

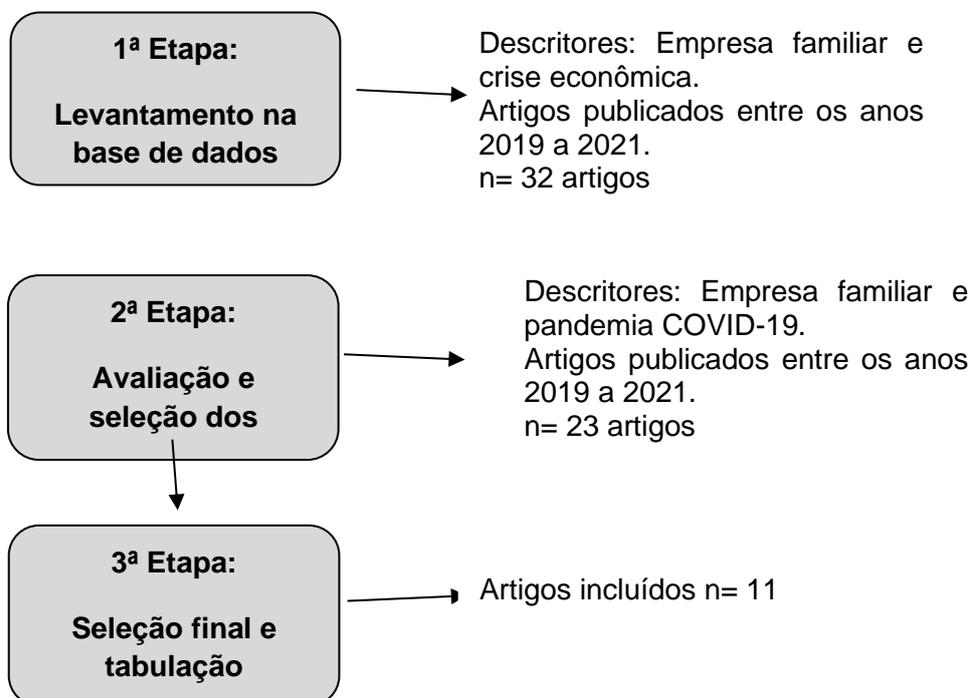
Deste modo, em virtude desta pesquisa se apoiar em fontes de dados secundários, utilizou-se a pesquisa bibliográfica. Sendo assim, as fontes de informações e conhecimentos dessa pesquisa constituem-se em livros, e artigos científicos, publicados nas bases de dados do Google Acadêmico e *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO), utilizando os descritores: empresa familiar e pandemia COVID-19.

Como critérios para a seleção dos artigos científicos, foram considerados: apresentar como objeto de estudo, empresa familiar e pandemia COVID-19, textos completos, publicação nacional e internacional, período 2019 a 2021.

Já como critérios de exclusão foram: artigos que apresentam ambiguidade e trazem resultados insuficientes; artigos com metodologia deficiente, sobretudo, quanto ao objetivo, métodos e resultados. Entretanto, convém destacar que tomou-se o cuidado necessário para que os artigos não fossem incluídos duas vezes, tendo em vista que muitas vezes poderiam estar indexados em bases de dados diferentes.

Da leitura foram extraídas as temáticas que respondem ao objetivo proposto, sendo assim, selecionados 11 artigos, criando posteriormente as categorias a serem analisadas, como pode-se observar na Figura 1.

Figura 01 – Fluxograma de seleção dos artigos para análise.



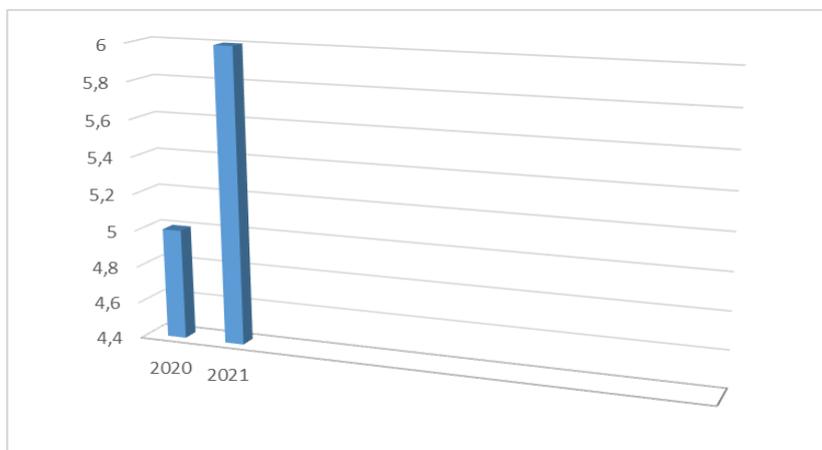
Fonte: Elaborado pelos autores

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

De acordo com os achados, evidencia-se que a maioria dos estudos selecionados foram publicados no ano de 2021 (06 estudos); seguido do ano de 2020 (05 estudos).

Visando uma melhor compreensão, ilustrou-se no Gráfico 1 a distribuição das publicações, no período de 2019 a 2021.

Gráfico 01 – Distribuição dos artigos quanto ao ano de publicação.



Fonte: Os autores.

A análise do delineamento metodológico utilizado nas produções científicas apresenta que há maior prevalência de estudos do tipo pesquisa bibliográfica (06 estudos); seguidos por produções de abordagem qualitativa (03 estudos); estudo de caso (03 estudos); pesquisa exploratória (02 estudos); e pesquisa descritiva (1 estudo), conforme mostrado no quadro 1.

Quadro 1 – Descrição dos estudos incluídos.

ANO	PERIÓDICO	AUTORES	TÍTULO	METODOLOGIA
2020	RAE-Revista de Administração de Empresas	Alessandra de Sá Mello da Costa <i>et al.</i>	Impactos da COVID-19 nas organizações	Pesquisa bibliográfica
2020	SciELO Preprints	Célia Futemma <i>et al.</i>	A Pandemia da Covid-19 e os Pequenos Produtores Rurais: Superar ou Sucumbir?	Pesquisa de dados secundários (IBGE, Conab, Ministérios da Educação e da Cidadania e relatórios técnicos de agências governamentais e não governamentais) e (2) aplicação de questionários com foco na pandemia, via plataforma online ou por telefone (oralmente)

2020	Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC	Emilly Laurindo Lúcio Minni/Gisele Baumgarten Rosumek/Marta Brod	Processo de adaptação digital da Empresa Artesanato Blumenau em tempos de pandemia global	Estudo de caso
2020	IfesCiência	Celso Bissoli Sessa <i>et al.</i>	Das recentes crises econômicas à crise da covid-19: reflexões e proposições para o enfrentamento da pandemia na economia brasileira e capixaba	Pesquisa bibliográfica
2020	Estudos avançados	Sergio Schneider <i>et al.</i>	Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação	Pesquisa bibliográfica
2021	Desafio Online	Raquel Breitenbach	Estratégias de enfrentamento dos efeitos da pandemia na agricultura familiar	Pesquisa bibliográfica
2021	Inova+ Cadernos de Graduação da Faculdade da Indústria	Alana Leticia Maccarini <i>et al.</i>	Gestão no âmbito familiar: em busca de soluções inovadoras	Estudo de caso
2021	RGO - Revista Gestão Organizacional	Ana Cláudia Wecker <i>et al.</i>	Capacidades dinâmicas e estratégias para enfrentamento da crise diante da pandemia da COVID-19	Estudos de caso múltiplos, com pesquisa descritiva, e abordagem qualitativa.
2021	Gestão - Revista Científica	Giovanna Dias Lima/André Luiz Zuchi Conceição	Os impactos da pandemia do SARS-Cov-2 no resultado financeiro das empresas do setor de confecção de São João Nepomuceno - MG: estudo de caso da empresa Bela Confecção	Estudo de caso e pesquisa exploratória
2021	Estudios Gerenciales	Ana Cristina Gonzales/Miguel Ángel Perez-Urbe.	Family business resilience under the COVID-19: A comparative study in the furniture industry in the United States of America and Colombia	Pesquisa exploratória e qualitativa
2021	Revista de Administração Contemporânea	Carolina Lescura de C. Castro Volta/Alex Fernando Borges/Mônica	Sucessão em Empresas Familiares: Um Olhar a partir do Conceito de Conatus	Pesquisa bibliográfica

		Carvalho Cappelle	Alves		
--	--	----------------------	-------	--	--

Fonte: Os autores.

Conforme observado na literatura pesquisada o coronavírus é um dos principais patógenos que atinge principalmente o sistema respiratório humano. Surtos anteriores de coronavírus (CoVs) incluem a síndrome respiratória aguda grave (SARS) - CoV e a síndrome respiratória do Oriente Médio (MERS) - CoV que foram anteriormente caracterizados como agentes que são uma grande ameaça à saúde pública. No final de dezembro de 2019, um grupo de pacientes foi admitido em hospitais com diagnóstico inicial de pneumonia de etiologia desconhecida. Esses pacientes estavam epidemiologicamente ligados a um mercado atacadista de frutos do mar e animais úmidos em Wuhan, província de Hubei, China. Os primeiros relatórios previram o início de um potencial surto de Coronavírus dada a estimativa de um número de reprodução para o Novo Coronavírus 2019 (COVID-19, nomeado pela OMS em 11 de fevereiro de 2020) (GONZALEZ; PEREZ-URIBE, 2021).

O surto tornou-se uma emergência de saúde pública na China. As autoridades chinesas e agências de saúde dedicaram grandes esforços para controlar esta doença (SCHNEIDER *et al.*, 2020).

Durante o surto, o governo da China se esforçou ao máximo para isolar todos os pacientes com suspeita de COVID-19 por meio de ações como a construção de hospitais com cabines móveis em Wuhan, que garantiu que todos os pacientes com suspeita de doença fossem atendidos por uma equipe médica profissional e que a transmissão do vírus fosse efetivamente interrompida. Esse vírus evoluiu rapidamente, espalhando-se para outras partes do mundo.

Dentro deste contexto, em 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) classificou a disseminação do Novo Coronavírus (COVID-19), como uma pandemia, com a indicação de contágio de mais de 118 mil pessoas em 114 países. De acordo com Schneider *et al.* (2020), diante desta pandemia, o mundo vem passando por uma situação que afetou inesperadamente milhões de pessoas em centenas de países, desequilibrando a economia nacional e global. Aspectos

como o aumento de pobreza, taxas de desigualdade, desemprego, doença mental, e entre outros, tem afligido nossa sociedade atualmente.

Entretanto, em sua pesquisa, os autores ressaltaram que a pandemia promoverá uma exposição internacional ainda maior do agronegócio do Brasil. A demanda por alimentos está aumentando e é possível que em um contexto de acirramento da disputa comercial (Estados Unidos versus China) abra-se ainda mais espaço para as exportações de produtos agrícolas.

O estudo de Sessa *et al.* (2020), apresentou os desafios da crise econômica vivenciado pelas empresas diante da pandemia do pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2). Historicamente o ser humano teve que enfrentar vários desafios associados a guerras, questões de saúde, crises econômicas e políticas e outros que tiveram um impacto direto nos sistemas organizacionais, fazendo com que o homem buscasse alternativas para enfrentar esses desafios. Para este século, o pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2), se tornou uma das maiores lutas para governos, empregadores e trabalhadores, especialmente porque tocou aspectos profundos e enraizados de questões relacionadas à cultura tanto de países e regiões, como de organizações.

Sendo assim, o enfrentamento desta pandemia fez frear abruptamente a economia, tanto pelo lado da oferta como pelo da demanda. Isso levou a uma necessidade urgente de combinação entre a agenda política e a econômica, valendo-se de vários instrumentos econômicos e de estão públicas para ser capaz de enfrentar os desafios que rapidamente se desenharam.

O estudo de Rosumek *et al.* (2020), buscou narrar os principais desafios enfrentados por empreendedoras na economia criativa e assinalar os aprendizados relatados por elas. De acordo com os autores, ficou evidenciado que diante do cenário de incerteza proporcionado pela pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2), a empresa analisada buscou fortalecer a sua marca e expandir o seu produto, passando de mercadorias físicas para a proposta digital. Todavia, os clientes iniciais permanecem firmes, as encomendas de artesanato ainda chegam,

naturalmente. Porém, agora a opção de venda é mais ampla e prática, passando a funcionar não somente por encomenda, mas por produto disponível no site online.

Na produção de Gonzales e Peres-Urbe (2021), os autores se propuseram a realizar um estudo comparativo de empresas familiares resiliência durante a pandemia do pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2).

Para os autores, as empresas familiares não foram isentas dos desafios ocasionados pela pandemia. Elas foram consideradas mais capaz de responder a interrupções do que não pertencente à empresas familiares, portanto, elas tendem a ser mais resilientes. A resiliência da empresa familiar é definida como o reservatório de recursos individuais e familiares que protege a empresa familiar contra interrupções e é caracterizado pela criatividade individual e coletiva utilizada para resolver problemas e fazer o trabalho. Indiscutivelmente, o novo coronavírus (SARS-CoV-2), é uma ruptura que forçou as empresas familiares a criar, reduzir, encontrar e alterar recursos e capacidades para permanecer sustentável e sobreviver, ou seja, para ser resiliente.

Assim, este estudo contribuiu para abrir a "caixa preta" da resiliência da empresa familiar, explicando por que e como famílias de negócios reagem e até prosperam sob condições extremas pressão durante a própria crise.

No estudo de Maccarini *et al.* (2021), os autores buscaram analisar a gestão de pessoas no âmbito familiar e a adoção de medidas inovadoras e estratégicas com foco no crescimento e desenvolvimento da empresa em tempos de pandemia.

Essa crise tem levado empresas a repensar suas estratégias corporações, com o objetivo de adaptar e modificar seus processos produtivos. Neste sentido, o planejamento estratégico desempenha um papel vital, pois é implementado como uma ferramenta de análise situacional para redirecionar estratégias e objetivos do negócio.

A pesquisa de Breitenbach (2021) consistiu em discutir os efeitos da Pandemia para a agricultura e a segurança alimentar, além de identificar e descrever estratégias e ações direcionadas à minimizar impactos da pandemia para a agricultura familiar.

De acordo com a sua pesquisa a autora classificou as estratégias em duas categorias, sendo: (a) ações governamentais e políticas públicas emergenciais e (b) ações da sociedade civil, agricultores, suas organizações representativas e demais atores da sociedade. Tais estratégias permeiam o campo econômico, ao evitar ou reduzir problemas de baixa renda para os agricultores familiares, mas também contemplam ações sociais e humanitárias que garantam as condições de vida e reprodução familiar.

De acordo com Volta *et al.* (2021), ao longo do tempo, as empresas familiares têm sido um tipo de negócio que permite aos sucessores identificar os procedimentos e práticas do fundador a ponto de se sentirem apaixonados pelo trabalho e contemplar na organização a oportunidade de se vincularem para dar continuidade à empresa e atingir os objetivos traçados.

No entanto, Maccarini *et al.* (2021) observam que, como as gerações passam, as organizações são mais exigentes na formação de sucessores. Isso está diretamente relacionado ao aumento da profissionalização que as empresas adquirem com o passar das gerações. Portanto, quando uma empresa familiar começa com a sucessão, ela deve selecionar quem será a pessoa que conduzirá a empresa em um futuro próximo. Para fazer uma boa escolha é necessário levar em consideração vários fatores: capacidades, aptidões, competências, formação acadêmica e trabalho, etc. de possíveis sucessores.

De acordo com Sessa *et al.* (2020), em empresas familiares grandes e bem estabelecidas, esta sucessão tornou-se um grande problema e até mesmo levou à falência, no entanto, há muitas exceções em que essa sucessão é bem-sucedida e tudo depende do processo, do plano estratégico e outros fatores que podem influenciar essa mudança.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste trabalho, este estudo nos permitiu explorar as dificuldades das empresas familiares enquanto enfrenta a pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2).

Para que as empresas familiares possam sobreviver e se mantarem fortes e operantes em tempos de pandemia, o processo de tomada de decisão e a realização de objetivos destas empresas devem realizadas de forma mais eficaz, por meio da aplicação do planejamento estratégico.

O planejamento estratégico fornece as ferramentas necessárias para enfrentar e orientar essas empresas em situações de incerteza. Entretanto, o sucesso dos resultados dependerá em grande parte da correta aplicação dos conceitos, avaliação e critérios que o compõem.

A literatura nos mostrou que as empresas familiares são de fato resiliente. No entanto, não conseguiu explicar como e o porquê de suas reações ao ambiente conturbado. Assim, os resultados mostraram que, a pandemia coloca muita pressão no ajuste das empresas familiares ao novo, uma situação que também é afetada pelo tamanho da empresa e idade, o modelo de negócios e o contexto em que os negócios operaram, como fatores de contingência afetam os recursos e suas reações a interrupções, ou seja, sua resiliência.

A dimensão de resiliência mais proeminente identificada em todas as empresas familiares é a capacidade adaptativa, ou seja, a pandemia acabou forçando estas empresas a se flexibilizarem e diversificarem os produtos, apesar uma redução da força de trabalho, há evidências de adaptação capacidade de resposta e sustentabilidade no meio de uma crise.

Conclui-se, portanto, que a resiliência da empresa familiar se manifesta de maneiras heterogêneas e outros tipos de empresas também podem implantar recursos, principalmente impulsionado pelos contextos em que operam.

REFERÊNCIAS

BREITENBACH, Raquel. Estratégias de enfrentamento dos efeitos da pandemia na agricultura familiar. **Desafio Online**, Campo Grande, v.9, n.1, jan./abr. 2021.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

CORRER, Ivan *et al.* Ferramentas da Engenharia de Produção no ambiente familiar: aplicação durante a pandemia da COVID-19. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO –CONBREPRO*, 10., 2020, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: APREPRO, 2020.

COSTA, Alessandra de Sá Mello da *et al.* Impactos da COVID-19 nas organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 60, n. 6, p. 385-387, nov./dez. 2020.

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão estratégica**: da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. ed. São Paulo: Saraiva UNI, 2012.

FERRELL, O.C.; HARTLINE, Michael D. **Estratégia de Marketing**. 4. ed. São Paulo: Cengage, 2010.

FUTEMMA, Célia *et al.* A Pandemia da Covid-19 e os Pequenos Produtores Rurais: Superar ou Sucumbir? **SciELO Preprints**, 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GONZALEZ, Ana Cristina; PEREZ-URIBE, Miguel Ángel. Family business resilience under the COVID-19: A comparative study in the furniture industry in the United States of America and Colombia. **Estud.Gerenc.**, Cali, v. 37, n. 158, p. 138-152, março/2021.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Serviços**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LIMA, Giovanna Dias; CONCEIÇÃO, André Luiz Zuchi. Os impactos da pandemia do SARS-Cov-2 no resultado financeiro das empresas do setor de confecção de São João Nepomuceno - MG: estudo de caso da empresa Bela Confecção. **Gestão – Revista Científica**, v.3, n.1, 2021.

LOBATO, David Menezes *et al.* **Estratégia de empresas**. 9. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009. (Gestão Empresarial – FGV Management).

MACCARINI, Alana Letícia *et al.* Gestão no âmbito familiar: em busca de soluções inovadoras. **Inova+ Cadernos de Graduação da Faculdade da Indústria**, n. 2, v.1, p. 390-405, fev./2021.

MINTZBERG, Henry *et al.* **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MORAES, Roberto Tadeu Ramos. **Planejamento estratégico**: um bem ou mal necessário? Igrejinha: FACCAT, 2005.

MUCCI, Daniel Magalhães. A profissionalização como pilar para a preservação da essência da empresa familiar. **RMC - Revista Mineira de Contabilidade**, Belo Horizonte, v.21, n.3, set./dez. 2020.

NISHIKITO, João Marcos Marins; MARTINS, Luiz Gustavo; NOVO, Murilo Marques. **O planejamento estratégico como ferramenta de crescimento e desenvolvimento das organizações do setor 2.5**. 2014. 50f. Monografia (Graduação em Administração) - Curso de Administração, Fundação de Ensino "Eurípides Soares da Rocha", mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – NIVEM. Marília, 2014.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de Oliveira. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas**. 32. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PORTER, Michael E. **Estratégia: A busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PORTER, Michael E. **Vantagens Competitivas: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias**. Tradução de Elizabeth Maria Pinho Braga. 2.ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2004.

PORTER, Michael E. **Competição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2013.

RODRIGUES, Murilo Ramos Alambert *et al.* **Estratégia de empresas**. 9. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

ROSUMEK, Gisele Baumgarten; MINNI, Emilly Laurindo Lúcio; BROD, Marta. Processo de adaptação digital da Empresa Artesanato Blumenau em tempos de pandemia global. **Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC**, , v. 8, n.1, 2020.

SCHNEIDER, Sérgio *et al.* Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 34, n. 100, p. 167-188, dez./2020.

SESSA, Celso Bissoli *et al.* Das recentes crises econômicas à crise da COVID-19: reflexões e proposições para o enfrentamento da pandemia na economia brasileira e capixaba. **Revista IhesCiência**, Cidade, v. 6, Edição Especial, n. 1, p. 40-62, 2020.

VILLAR, Eduardo Guedes *et al.* Da estratégia clássica à estratégia como prática: uma análise das concepções de estratégia e de estrategistas. **Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE**, v. 16, n. 1, jan./mar. 2017.

VOLTA, Carolina Lescura de Carvalho Castro; BORGES, Alex Fernando; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. Sucessão em Empresas Familiares: Um Olhar a partir do Conceito de Conatus. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 25, n. 4, p. e200021, 20 jan. 2021.

WECKER, Ana Cláudia *et al.* Capacidades dinâmicas e estratégias para enfrentamento da crise diante da pandemia da Covid-19. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 10-32, jan./abr. 2021.

IMPACTOS DA COVID-19 NOS NEGÓCIOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS

IMPACTS OF COVID-19 IN THE BUSINESS OF BRAZILIAN GEOGRAPHIC INDICATIONS

Hellen Vitória Silva
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Mirna De Lima Medeiros
Universidade Estadual de Ponta Grossa

RESUMO: O novo coronavírus afetou empreendimentos de todos os portes a nível global, contudo, os maiores efeitos recaíram sobre pequenos negócios, os quais edificam majoritariamente a cadeia produtiva e distributiva das Indicações Geográficas (IGs) nacionais. Sendo reconhecidas pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), estas configuram-se como instrumentos da Propriedade Industrial (PI), atestando aos consumidores a procedência de bens/serviços por meio de Indicações de Procedência (IPs) e Denominações de Origem (DOs). Tendo em vista sua importância em proteger os aspectos socioculturais e ambientais da localidade produtora, elaborou-se o presente estudo objetivando analisar o impacto da pandemia da COVID-19 na produção e comercialização dos produtos e serviços brasileiros detentores de indicação geográfica. Para isso, além da revisão bibliográfica, formulou-se um questionário acerca das repercussões percebidas durante a atual crise, enviado às 78 associações responsáveis pelos registros existentes no país até 04 de maio de 2021. Constatou-se que, em geral, as indicações geográficas foram beneficiadas nos limites externos às suas áreas delimitadas, enquanto localmente o cenário não foi tão vantajoso. Isso pode ter ocorrido por haver mais disseminação e valorização do tema entre clientes externos, já que foram identificadas IGs com gestões desarticuladas e distantes dos atores locais, podendo, inclusive, terem sido agravadas pelo contexto pandêmico. Apesar disso, é preciso que as barreiras sejam superadas a partir de procedimentos administrativos adequados, promovendo sinergia entre os *stakeholders* a fim de fortalecer e manter no mercado empresas que podem valer-se das IGs como diferencial competitivo.

Palavras-chaves: indicações geográficas; Brasil; pandemia; adaptação de negócios.

ABSTRACT: The new coronavirus affected enterprises of all size in global level, however, the biggest effects relapsed on small business, which build majoritary the production and supply chain of national Geographic Indication (IGs). Being recognized by INPI (National Institute of Industrial Property), these are configured as instruments of Industrial Property (PI), attesting to the customers the origin of products/services through Indications of Origin (IPs) and Denominations of Origin (DOs). Bearing in mind its importance in protect the sociocultural and ambiental aspects of the production location, elaborated the present study to analyze the impact of the COVID-19 pandemic in Brazilian products and services holders of geographic indications. For that, beyond the literature review, formulated one questionnaire about the perceived repercussions on added value by the distinctive sign during the current crisis, send to the 78 associations responsible for the existents records on the country until May, 4th 2021. It was found that, in general, the geographic indications was benefited at the external limits of their delimited areas, while locally the scenario was not so advantageous. This may have occurred because there is more dissemination and value of the tematic between external clients, since was identified IGs with disarticulated and distants managements of the local actors, can even have been aggravated by the pandemic context. Nevertheless, is need that the barriers are overcome

171

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

through appropriate management procedures, promoting synergy between the stakeholders in order to strengthen and keep in market the companies that can use the IGs as competitive diferencial.

Keywords: geographic indication; Brazil; pandemic; business adaptation.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Rezende, Marcelino e Miyaji (2020), o panorama causado pela COVID-19 em todo o mundo foi responsável por perturbar a normalidade da sociedade, da economia e da ciência. Sendo assim, sobreviveram no mercado, entidades que já possuíam ou passaram a dispor do “mínimo de preparação, como o domínio da tecnologia, por exemplo, para manter ativos os negócios, as parcerias e a cooperação” (NASSIF; ARMANDO; LA FALCE, 2020, p.2).

No caso de pequenas e médias empresas - que majoritariamente, edificam a cadeia de produção e distribuição das Indicações Geográficas (IGs) nacionais – as inferências da pandemia recaíram, provavelmente, com maior intensidade. As IGs são ferramentas da Propriedade Industrial (PI) que atestam a origem geográfica de produtos/serviços aos consumidores através de suas categorias: Indicações de Procedência (IPs) e Denominações de Origem (DOs). Sua peculiaridade é viabilizar a confecção e venda de bens/serviços locais de forma mais abrangente, defendendo do comércio predatório internacional, os aspectos naturais e socioculturais da localidade (NASSIF; ARMANDO; LA FALCE, 2020; INPI, 2021a; BOWEN, 2012).

Segundo Dos Anjos e Caldas (2013), a temática das IGs na América Latina é recente em comparação à Europa, onde a legislação relativa ao assunto se encontra bem estruturada. Este cenário, entretanto, vem transformando-se desde o século XX em virtude da proposição de acordos mercantis multinacionais para a defesa mútua de IGs dos Estados envolvidos nos tratados (DURÁN; RADOMSKY, 2020).

Atualmente, há quase uma centena de IGs reconhecidas no país, totalizando 68 IPs e 29 DOs. Dentre essas destacam-se os registros de bens agroalimentares (como vinhos e espumantes, cafés, queijos, frutas, aguardentes e cacau) e

artesanatos (em estanho, capim dourado, renda, prata, bordado, etc.) (INPI, 2021b). Visando a presente crise, é importante verificar se houve vantagem ou não decorrente do valor agregado pelas 78 IGs nacionais abordadas na pesquisa. Por isso, o presente estudo buscou analisar o impacto da pandemia da COVID-19 na produção e comercialização dos produtos e serviços brasileiros detentores de indicação geográfica.

O trabalho pode beneficiar tanto o mercado, ao apontar as IGs e as estratégias de resiliência que estas vêm aplicando, quanto a academia, por versar sobre um tema pouco difundido. Ademais, contribui à disseminação de conhecimento com relação aos signos distintivos para além das marcas e patentes, mais contumazes nas discussões empresariais.

Para isso, inicia-se expondo as principais repercussões do novo coronavírus no âmbito empresarial e contextualizando a questão das Indicações Geográficas no Brasil. Adiante, salienta-se a metodologia utilizada e os respectivos resultados e discussões da pesquisa. Finalmente, apresenta-se as considerações finais e as referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Implicações da COVID-19

Com a emergência do SARS-CoV-2, medidas drásticas e imediatas tiveram que ser tomadas pelas autoridades com a finalidade de proteger a saúde e o bem-estar humano, visando o “alcance global, impacto econômico, e influência política” (RITTER; PEDERSEN, 2020, p.214, tradução nossa). Nesse segmento, o vírus edificou uma dicotomia entre o afastamento social, para prevenir a disseminação da doença, e as “relações interpessoais, compreendendo a necessidade de concretizar parcerias sólidas e efetivas, com parcimônia e foco” (NASSIF; ARMANDO; LA FALCE, 2020, p.6). Apesar da controvérsia, o objetivo comum no meio comercial é atingir a antiga estabilidade socioeconômica, de aprendizagem e superação através

do fortalecimento de práticas empreendedoras (COELHO; MAYER, 2020; SILVA; MEDEIROS, 2021; NASSIF; ARMANDO; LA FALCE, 2020).

Embora as consequências psicossociais sobre “diferentes culturas, raças, gêneros, classes sociais, ocupações, e idades”² (BELK, 2020, p. 640, tradução nossa) acarretadas pela Covid-19 estejam começando a ser compreendidas, os impactos sobre as companhias foram assimilados instantaneamente. Alterações de comportamento – que podem fazer parte do “novo-normal” – com o propósito de sobrevivência na contemporaneidade, foram observadas entre: vendedores – alternativas de venda inovadoras, certificando a lucratividade e a preservação da entidade; governos – políticas públicas voltadas ao auxílio de comércios no enfrentamento à crise (ROGGEVEEN; SETHURAMAN, 2020); e clientes – “quanto, onde, como e por quê” comprar (REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020, p. 53).

Dentre as adaptações empresariais indicadas por Roggeveen e Sethuraman (2020) e Rezende, Marcelino e Miyaji (2020), encontram-se: a correspondência entre espaço digital e real das lojas; a melhoria do método de entregas em virtude da maior adesão ao *e-commerce*; a compreensão de novas vertentes avaliadas pelos usuários (limpeza, arejamento, distanciamento, entre outros) graças a pandemia; a segurança no contato entre funcionários e consumidores; o apoio recíproco entre “pequenos empresários e grandes redes de varejo virtual para [...] alavancar as vendas de ambos” (REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020, p. 53); o oferecimento de benefícios na aquisição de bens (descontos, *cashback*, frete grátis, etc.) devido ao crescente número de desempregados; a valorização do engajamento virtual dos clientes; a otimização dos Serviços de Atendimento para compradores inexperientes; e a disposição de formas variadas de pagamento e parcelamento de compras.

Além disso, houve mudanças decorrentes da pandemia no marketing, que, de acordo com Ritter e Pedersen (2020), pauta-se em quatro fatores: demanda consumidora – quem a instituição serve conforme suas necessidades; proposição de valores – o que se oferece aos clientes e em que medida isso supre seus desejos; demonstração de valores – “quais mensagens devem enviar via quais canais de

² “Different cultures, races, genders, social classes, occupations, and ages” (BELK, 2020, p.640).

comunicação para que tipo de consumidor e quando”³ (RITTER; PEDERSEN, 2020, p.215, tradução nossa) – e capacidades – transformação de matéria-prima em recursos fundamentando-se nas normas, processos e sistemas organizacionais.

Houve, ainda, a formulação de exigências mundiais de segurança pelas autoridades governamentais, sintetizadas por Coelho e Mayer (2020):

- Gestão de Processos e Tecnologias: restrição de contato social, fiscalização de clientes e empregados, práticas de higiene;
- Gestão de Instalações e de Capacidade: distribuição dos consumidores sem aglomeração, readequação dos ambientes com usos diversificados;
- Gestão de Pessoas: controle da saúde dos compradores, qualificação e aumento do quadro de funcionários, opção pelo *home office*;
- Gestão de Interações com os Clientes: experiências digitais, educação para o cumprimento das obrigações sanitárias.

Medeiros e Mascarenhas (2021) ressaltam que, no âmbito do consumo alimentar⁴ – que propicia “a sensação de segurança e proteção a vida” (REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020, p. 55), cresceu a quantia de pessoas preparando refeições em casa. Ademais, veículos digitais passaram a ser largamente utilizados para pedir por comida e por sua entrega. Também aumentou o número de retiradas nos estabelecimentos; a preferência pela compra em negócios locais e por espaços menos frequentados; e a atenção às medidas sanitárias no manejo dos alimentos.

Apesar do caráter intrínseco de necessidade de gêneros alimentícios e de saúde, e da satisfação de desejos de compra por itens como roupas e sapatos, todos comercializam-se como bens de consumo em movimento rápido. Ou seja, têm o intuito de estimular a aquisição massiva e instantânea, e são fabricados para serem substituídos permanentemente (ROGGEVEEN; SETHURAMAN, 2020; O

³ “which message should be send via which communication channel to what kind of costumer and when” (RITTER; PEDERSEN, 2020, p.215).

⁴ O mote dos alimentos é salientado pelo motivo de parte significativa dos registros de IGS reconhecidos no Brasil referirem-se a insumos alimentares (INPI, 2021b) - “siendo la más antigua la de los vinos (tintos, blancos y espumantes) del “Vale dos Vinhedos” (2002), seguido por la del “Café dos Cerrados” (2005), a de la Carne bovina y derivados del “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional” (2006), [e] la del aguardiente “Cachaça de Paraty” (2007)” (ANJOS; CALDAS, 2020, p.42).

QUE..., 2021). Sob uma perspectiva positiva, isso possibilita a recuperação dos fornecedores de tais categorias no presente contexto, através do aprimoramento e intensificação do uso de “canais que permitam realizar vendas de forma eficiente, cômoda e segura aos consumidores” (REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020, p. 57).

Mesmo não havendo garantia de confiança nos estabelecimentos e de aquisição de seus produtos e serviços nos dias de hoje, tais procedimentos retratam a superação de sentimentos negativos atrelados à pandemia e de modelos de negócio pré-definidos. Portanto, a partir do alinhamento dos quatro elementos do marketing – almejado na relação entre IG e seu respectivo território – reinventa-se oportunidades de convencimento e de fidelização à compra, conservando demandas suficientes para a resiliência empresarial (MAYER; COELHO, 2021; SILVA; MEDEIROS, 2021; RITTER; PEDERSEN, 2020; REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020).

2.2 Indicações geográficas brasileiras

Sendo reguladas no Brasil pela Lei da Propriedade Industrial (LPI) nº9.279 de 1996, asseguram a proveniência e a reputação de territórios ofertantes de artigos/ serviços - Indicação de Procedência - (INPI, 2021a) ou a origem e os atributos de mercadorias ou serviços relacionados “aos aspectos físicos (solo, água, clima), humanos e culturais do meio onde houve o processo de obtenção ou produção”⁵ (DOS ANJOS; CALDAS, 2013, p.42, tradução nossa) - Denominação de Origem.

Nacionalmente, são reconhecidas pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), mediante a

⁵ “a los aspectos físicos (suelo, agua, clima), humanos e culturales del medio donde hubo el proceso de obtención o producción” (ANJOS; CALDAS, 2013, p.42).

elaboração do regulamento de uso, articulação do conselho regulador, delimitação da área, comprovação da notoriedade ou da relação entre o produto e o meio geográfico, envio dos documentos, pagamento de taxas etc. (SILVA; MEDEIROS, 2021, p. 1246).

As indicações geográficas são essencialmente mecanismos utilizados para diferenciar bens ou serviços no mercado, reconhecendo sua origem famosa e/ou as características que essa origem aporta ao produto. Mais do que o diferencial comercial, as IGs podem tornar-se estratégicas e servir a diversos fins e atores, podendo funcionar como instrumento: de proteção (ao consumidor e ao produtor rural); de mercado (destacando o diferencial de um bem ou serviço); de desenvolvimento rural (à medida que pode afetar a geração e manutenção de empregos; a distribuição da renda; a identidade local, etc.); e de preservação (de histórias, de *savoir-faire* e até de ingredientes) (MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016).

Mesmo havendo um caráter teórico de defesa geográfica e cultural ligado a esses signos, na prática, constata-se casos em que a territorialidade é imposta como pretexto para ampliar o rendimento de grandes companhias de “elevado peso econômico e político em âmbito local e regional”⁶ (ANJOS; CALDAS, 2013, p. 44, tradução nossa). Isso decorre, em parte, da própria burocracia de concessão das IGs, que embora estimule a cooperação entre os agentes locais em prol da valorização da comunidade, da cultura e da economia, ao repetir a metodologia europeia de reconhecimento – exigindo profissionalização e investimento para a concepção do registro – favorece figuras externas dominantes (SILVA; MEDEIROS, 2021; ANJOS; CALDAS, 2013; DURÁN; RADOMSKY, 2020; BOWEN, 2012).

Desse modo, durante e após a etapa de concessão deve haver não somente sinergia entre operadores locais, mas também um marco político e institucional pautado na otimização do desempenho, na oferta de incentivos fiscais e de assistência técnico-científica (ANJOS; CALDAS, 2013). Ademais, “se se reconhece que a dimensão cultural é fundamental, não se pode ignorar os aspectos ambientais,

⁶ “elevado peso económico y político en el ámbito local y regional” (ANJOS; CALDAS, 2013, p. 44).

posto que os solos, clima, incidência solar, incidência de chuvas e altitude são pontos centrais”⁷ (DURÁN; RADOMSKY, 2020, p.5, tradução nossa) e que devem ser conservados para o mantimento das especificidades de cada IG.

Segundo Silva e Medeiros (2021), a adequação dos produtores e prestadores de serviços ligados a indicações geográficas frente ao novo coronavírus foi indispensável a fim de prolongar e manter as propriedades reveladas pelo registro. As autoras verificaram, ainda, novos métodos de comercialização e novas formas de consumo, bem como confiança na qualidade e na segurança que as mercadorias detentoras dessa ferramenta da PI trazem consigo por meio do seguimento das normas acerca de sua confecção, dispostas no caderno de especificações técnicas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho caracteriza-se como uma pesquisa exploratória de natureza quanti-qualitativa. Além da revisão bibliográfica, baseou-se na aplicação de formulário online semiestruturado inserido na plataforma *Google® Forms* e enviado por e-mail às associações responsáveis pelas 78 indicações geográficas brasileiras reconhecidas até a data de 04 de maio de 2021, durante o intervalo de 6 de maio a 8 de outubro do mesmo ano. Ainda que nos dois primeiros meses tenha sido garantida aproximadamente 52,31% da coleta total, manteve-se a tentativa de resposta através do envio de novos correios eletrônicos, de mensagens transmitidas aos perfis nas redes sociais *Facebook®*, *Instagram®* e *Whatsapp®* dos responsáveis pelas IGs, e de telefonemas aos contatos oficiais das pleiteantes.

Encerrou-se a pesquisa com respostas de 58 indicações geográficas nacionais, listadas no Quadro 1 a seguir. Cabe destacar que a participação foi voluntária e sem qualquer tipo de recompensa material, e que havia um breve termo

⁷ “si se reconoce que la dimensión cultural es fundamental, no se pueden ignorar los aspectos ambientales, puesto que los suelos, clima, incidencia solar, incidencia de fluvias y altitud son puntos centrales” (DURÁN; RADOMSKY, 2020, p. 5).

de consentimento livre e esclarecido adaptado ao meio online, por meio do qual todos os representantes autorizaram a exposição do nome geográfico da IG. A importância da listagem deve-se tanto por promover os bens e serviços detentores de indicação geográfica no Brasil, quanto para evidenciar (e agradecer) a colaboração ao estudo. Embora parte significativa dos respondentes tenha autorizado a exposição de seus nomes, preferiu-se preservá-los tendo em vista a não unanimidade, tal qual o fato de essa informação ser mais relevante ao arquivamento do que à discussão apresentada no artigo.

Quadro 1 - Indicações Geográficas e produtos reconhecidos

Indicação Geográfica (ano de registro) - Produto	
IP Vale dos Vinhedos (2002) - Vinhos	IP Cruzeiro do Sul (2017) - Farinha de mandioca
IP Cerrado Mineiro (2002) - Café	IP Maués (2018) - Guaraná
IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (2006) - Carne bovina	IP Sul da Bahia (2018) - Cacau
IP Paraty (2007) - Aguardente	IP Colônia Witmarsum (2018) - Queijo
IP Pinto Bandeira (2010) - Vinhos	IP Venda Nova do Imigrante (2018) - Socol
IP Pelotas (2011) - Doces	IP Sabará (2018) - Derivados de jabuticaba
IP Goiabeiras (2011) - Panelas de barro	IP Tomé-Açu (2019) - Cacau
IP Serro (2011) - Queijo	IP Oeste da Bahia (2019) - Café
IP São João del-Rei (2012) - Artesanato em estanho	IP Pirenópolis (2019) - Joias em prata
IP Franca (2012) - Calçados	IP Uarini (2019) - Farinha de mandioca
IP Vales da Uva Goethe (2012) - Vinhos	IP Capanema (2019) - Melado
IP Canastra (2012) - Queijo	IP Campanha Gaúcha (2020) - Vinhos
IP Cachoeiro de Itapemirim (2012) - Mármore	IP Novo Remanso (2020) - Abacaxi
IP Norte Pioneiro do Paraná (2012) - Café	IP Caicó (2020) - Bordado
IP Paraíba (2012) - Algodão	IP Campo das Vertentes (2020) - Café
IP Região de Salinas (2012) - Aguardente	IP Matas de Minas (2020) - Café

IP Altos Montes (2012) - Vinhos e espumantes	IP Antonina (2020) - Balas de banana
IP Divina Pastora (2012) - Renda	IP Marajó (2021) - Queijo
IP São Tiago (2013) - Biscoito	DO Litoral Norte Gaúcho (2010) - Arroz
IP Alta Mogiana (2013) - Café	DO Manguzeiros de Alagoas (2012) - Própolis
IP Cariri Paraibano (2013) - Renda	DO Vale dos Vinhedos (2012) - Vinhos e espumantes
IP Monte Belo (2013) - Vinhos e espumantes	DO Cerrado Mineiro (2013) - Café
IP Piauí (2014) - Cajuína	DO Ortigueira (2015) - Mel
IP Microrregião de Abaíra (2014) - Aguardente	DO Corupá (2018) - Banana
IP Maracaju (2015) - Linguiça	DO Campos de Cima da Serra (2020) - Queijo
IP Região das Lagoas de Mundaú-Manguaba (2016) - Bordado	DO Mantiqueira de Minas (2020) - Café
IP Marialva (2017) - Uvas finas de mesa	DO Terra Indígena de Andirá-Marau (2020) - Waraná
IP São Matheus (2017) - Erva-mate	DO Caparaó (2021) - Café
IP Oeste do Paraná (2017) - Mel	DO Montanhas do Espírito Santos (2021) - Café

Fonte: INPI (2021b).

Das 78 IGs reconhecidas no momento da aplicação da pesquisa, 15 não deram nenhum tipo de retorno e tampouco responderam ao questionário e 5 indicações de procedência, declararam-se incapazes de respondê-lo por ainda não utilizarem a ferramenta em seus produtos, apesar de possuírem o registro. Dentre o total das 20 IGs das quais não se obteve retorno, a mais recente possuía pelo menos um ano de registro no início da pesquisa. Por outro lado, mesmo algumas indicações geográficas reconhecidas em 2021 atenderam ao questionário. A amostra obtida correspondeu então a 74,4% do Universo em questão.

O questionário solicitava a participação das entidades representativas das indicações geográficas brasileiras, sendo constituído de cinco seções (contextualização da pesquisa, apresentação, consequências percebidas, inferências da pandemia e finalização) com dois tópicos principais: implicações do registro da IG e efeitos da COVID-19 na comercialização do produto/serviço. Para o

180

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



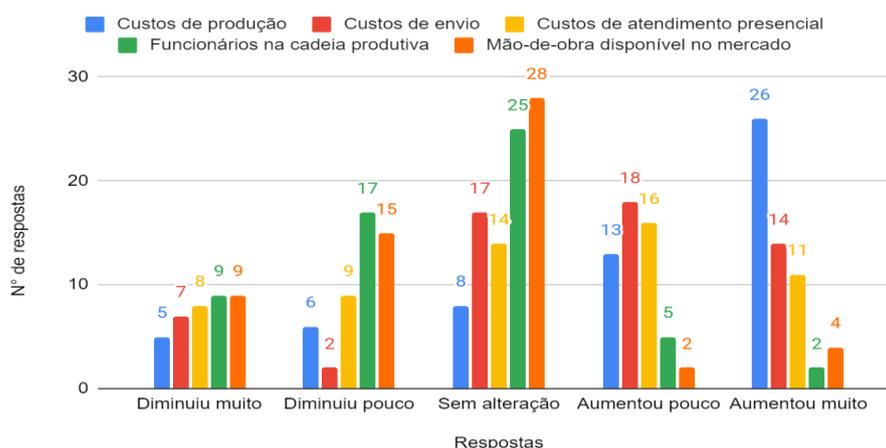
presente artigo optou-se pela abordagem das informações referentes à pandemia, com o intuito de destacar impactos na gestão dos negócios ofertantes de bens/serviços detentores do referido signo distintivo em meio ao cenário atual. Os dados foram compilados por meio de estatística descritiva e discutidos com base no referencial teórico.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

A pandemia gerou disrupções em empresas de diversos setores que precisaram se adaptar. As alterações fizeram-se necessárias em diversos âmbitos das organizações, desde suas operações internas até a comercialização e relacionamento com clientes (CRAVEN *et al.*, 2020; ROGGEVEEN; SETHURAMAN, 2020). Na pesquisa em tela priorizou-se questionamentos acerca dos custos, mão-de-obra, comunicação, resultados (vendas) e atividades turísticas relacionadas aos bens com IG, os quais têm suas informações⁸ sumarizadas nos Gráficos 1, 2 e 3 apresentados na seção.

Com relação às despesas dos negócios, o gráfico 1 sumariza a situação apontada pelas entidades representativas das IGs.

Gráfico 1 - Despesas em meio a COVID-19



Fonte: As autoras.

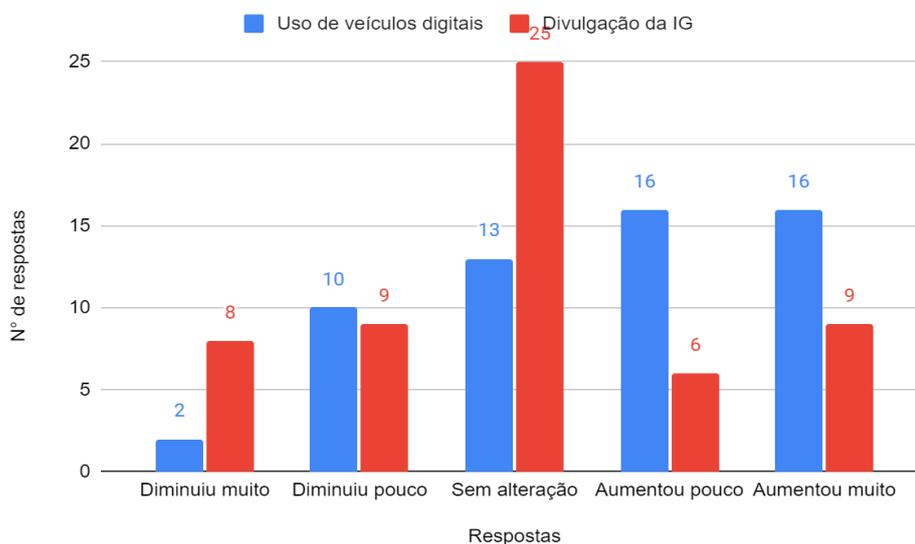
⁸ Em razão da única IG brasileira para serviços não ter participado da pesquisa, privilegiou-se a referência aos produtos detentores do signo no país.

Em geral, as associações encontraram despesas mais elevadas na etapa de produção (44,83%) e um pouco maiores no cumprimento das normas sanitárias para a recepção presencial dos consumidores (27,59%), tal qual nos gastos com o envio (transporte/entrega) dos produtos com IG (31,03%). Sob outra perspectiva, na crise atual, 43,10% não modificou o quadro de funcionários e nem percebeu variações na oferta de mão-de-obra (48,26%).

Devido a paralisação inicial dos fornecedores de matéria-prima, dos transportadores e dos compradores, dificultou-se e encareceu-se todo o processo produtivo. O que também ocorreu após as autoridades permitirem o atendimento presencial de clientes pela necessidade do cumprimento demandas sanitárias, requerendo materiais específicos e maior contingente de funcionários (COELHO; MAYER, 2020), apesar da mão-de-obra (contratada e ofertada no mercado) ter sido considerada equilibrada pelos respondentes.

Tendo em vista a motivação ao consumo através do relacionamento com os usuários, as pleiteantes se posicionaram conforme o gráfico 2.

Gráfico 2 - Comunicação da IG na pandemia do novo coronavírus



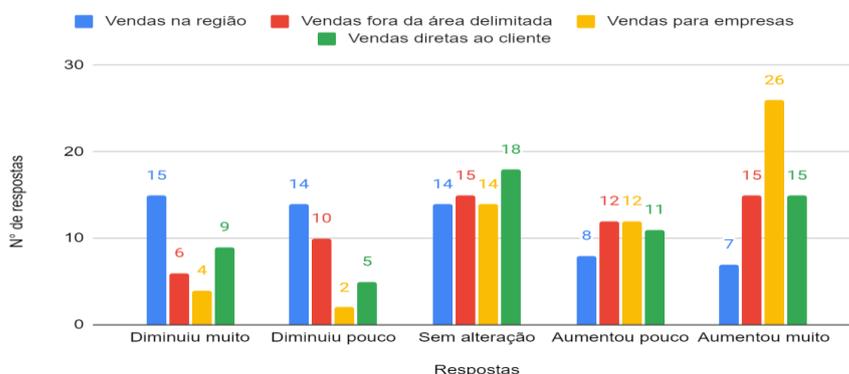
Fonte: As autoras.

Ainda que 29,31% dos participantes tenham alegado considerável intensificação da comunicação com os *stakeholders* por meios digitais, 43,10% permaneceram disseminando o signo distintivo da mesma forma que ocorria antes da pandemia.

Nesse sentido, a conservação do nível de propagação das IGs representa a pequena exploração de uma grande oportunidade por seus administradores, especialmente ao vislumbrar que “o consumidor contemporâneo apresenta-se cada vez mais atento —e eventualmente mais politizado— em relação a alimentação, atento a uma gama bastante ampla de qualidades e valores”⁹ (DURÁN; RADOMSKY, 2020, p.4, tradução nossa). Sendo estes, certamente atestados pelo registro das indicações geográficas alimentares, as quais predominam no país e ocasionalmente figuram como fatores de preocupação para aqueles que passaram a cozinhar em casa em vista do novo coronavírus (SILVA; MEDEIROS, 2021).

Acerca do presente cenário comercial, os responsáveis pelas IGs expressaram-se de acordo com o gráfico 3.

GRÁFICO 3 - Vendas durante a pandemia



Fonte: As autoras.

Haja vista a distribuição dos artigos dotados de indicação geográfica em meio ao contexto atual, 25,86% dos entrevistados constataram grande redução de compradores locais, enquanto 31,03% observou que a taxa de vendas diretas ao

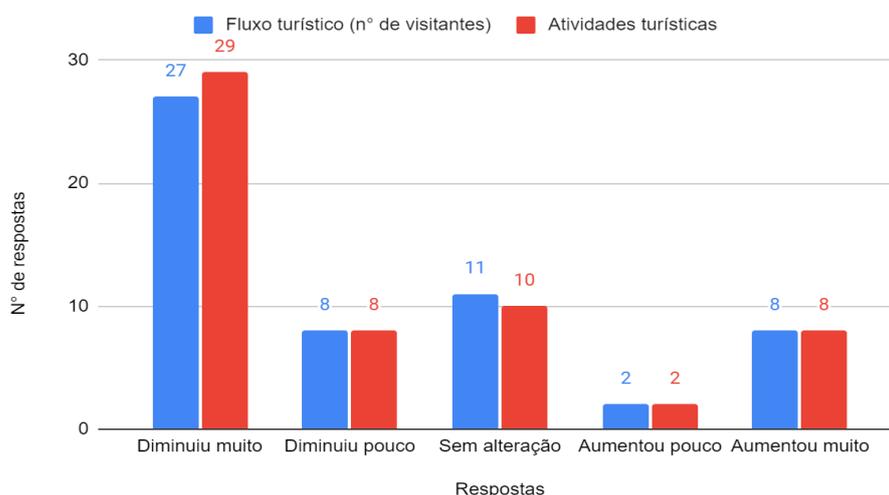
⁹ “el consumidor contemporáneo se presenta cada vez más atento -y eventualmente más politizado- en relación a la alimentación, atenta a una gama bastante amplia de cualidades y valores” (DURÁN; RADOMSKY, 2020, p.4).

cliente (Pessoa Física) se manteve igual ao início da pandemia. Apesar de 15 respondentes não perceberem aumento ou diminuição no comércio fora do território da IG, outros 15 verificaram significativa ampliação, da mesma forma que nas vendas para empresas, como hotéis, restaurantes, etc. (44,83%).

A queda substancial e brusca nas vendas resultou das medidas de contenção da COVID-19, que deixaram os comerciantes à mercê de clientes que dispunham de infraestrutura psicológica, financeira, familiar, etc. adequadas para deslocar-se durante a pandemia, às regiões das indicações geográficas com o intuito de obter seus produtos. No entanto, o emprego de condutas administrativas voltadas à recuperação das entidades (RITTER; PEDERSEN, 2020) possivelmente influenciou o crescimento do comércio com empreendimentos, igualmente a ampliação do uso de meios de comunicação digital (REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020) pode ter contribuído externamente à área da IG.

Com relação às atividades turísticas empreendidas nos territórios produtores de bens com registro de IG, os entrevistados averiguaram as variações demonstradas no gráfico 4.

Gráfico 4 - Turismo nas IGs ao longo da pandemia



Fonte: As autoras.

A maior parte dos responsáveis pelas IGs considerou notável atenuação na quantidade de turistas (48,28%) e na visitação de atrações (51,72%) centradas nos produtos das IPs ou DOs brasileiras.

Tais signos distintivos aproximam-se do turismo por ambos fomentarem o desenvolvimento local, relacionando produtos e serviços com sua origem através de práticas diversas que ampliam as receitas da comunidade e das empresas fixadas no território (FELISBERTO; GUERROUÉ, 2019). Contudo, para que o potencial turístico das IGs seja empregado de fato é preciso que o tema seja melhor disseminado (e assimilado pelos consumidores) e que tanto as atrações relativas aos bens e serviços detentores do signo, como suas especificidades sejam comunicadas ao mercado, dotando-se do apoio de “figuras externas (instituições de ensino superior, secretarias governamentais, figuras públicas, etc.) em prol do progresso e regularização, sobretudo após o registro” (SILVA; MEDEIROS, 2021, p. 20).

Como demonstram Dos Anjos e Caldas (2013), o reconhecimento das indicações geográficas brasileiras é díspar - especialmente se comparado ao modelo europeu - por conceder o registro tanto a serviços, como a produtos, não se limitando a artigos agroalimentares, como no referido continente. Porém, além de colocar em prática nas organizações as medidas administrativas de contenção ao vírus (COELHO; MAYER, 2020), ainda é preciso enfrentar “o forte predomínio de um enfoque excessivamente localista, que impede a consolidação de alianças mais amplas, como as que necessita a construção de uma imagem do território a partir de produtos que reflitam a identidade cultural de uma determinada região”¹⁰ (ANJOS; CALDAS, 2013, p. 47). À vista disso, a recente iniciativa de implementação de um selo brasileiro para as indicações geográficas (BRASIL, 2021) pode ser positiva tanto para um maior reconhecimento da população com relação às mercadorias detentoras de IGs, bem como para uma possível maior articulação entre as

¹⁰ “es el fuerte predominio de un enfoque excesivamente localista, que impide consolidar alianzas más amplias, como las que necesita la construcción de una imagen del territorio a partir de unos productos que reflejen la identidad cultural de una determinada región” (DOS ANJOS; CALDAS, 2020, p.47).

entidades representativas e os produtores dos diversos bens e serviço que possuem (ou almejam possuir) o reconhecimento.

Isso significa que, além dos ajustes compelidos pela pandemia nos estabelecimentos em geral (ROGGEVEEN; SETHURAMAN, 2020; REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020), ao avistar o caos provocado pela COVID-19 e seus mais diversos efeitos sobre os mais distintos gestores das inúmeras indicações geográficas nacionais (BELK, 2020), estes devem dispor-se a trabalhar em conjunto (NASSIF; ARMANDO; LA FALCE, 2020). Particularmente, pequenas e médias empresas - hegemônicas na cadeia produtiva das indicações geográficas nacionais - precisam contar com o apoio de produtores locais, órgãos públicos/privados, organizações não governamentais, instituições de ensino, entre outros, se quiserem impedir que a IG - símbolo de valorização da cultural local - se transforme em mais um mecanismo de lucro e dominação de grandes corporações em meio a crise atual.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tencionando-se analisar o impacto da pandemia do novo coronavírus na produção e comercialização dos produtos e serviços brasileiros detentores de indicação geográfica, estruturou-se a presente pesquisa com base em questionamentos direcionados às pleiteantes das IGs nacionais abrangidas pelo estudo.

Em primeiro lugar, é inevitável o fato de que o SARS-Cov-2 alterou mundialmente a lógica administrativa dos negócios, principalmente de companhias ligadas às indicações geográficas brasileiras. Assim, foram necessárias inúmeras adaptações a fim de manter empreendimentos e produtores/prestadores de serviços no mercado. Posto o valor agregado pelas IGs durante a pandemia, foi possível perceber seu favorecimento entre clientes externos à área delimitada, enquanto no próprio território a situação não foi semelhante.

Isso deveu-se às readequações impostas pelo colapso mundial decorrente do novo coronavírus. Como o fluxo de visitantes e as atividades turísticas foram

praticamente extintas inicialmente, optou-se por veículos comunicativos digitais para manter proximidade com os usuários. Embora a divulgação das IGs tenha permanecido igual em sua maioria, apenas o uso de meios virtuais permitiu ampliar o mercado, visto que as vendas aumentaram entre empresas e consumidores externos, porque apesar das despesas produtivas terem crescido, os custos de transporte e envio foram mantidos.

Comparando-se a redução do comércio local com o acréscimo da distribuição externa, infere-se que o conhecimento e a valorização das características atestadas pelas indicações geográficas podem ter sido melhor assimilados além da área delimitada. Isto comprova-se por fornecedores e comerciantes dos produtos/serviços reconhecidos, contatados para responder ao formulário, que não tinham ciência do registro e/ou não sabiam o significado do signo distintivo, o que limitou a abrangência da pesquisa.

Com exceção de um relato em que o presidente da associação responsável pela IG estava recuperando-se da contaminação da COVID-19, houve outros casos em que se identificou desarticulação entre os administradores e a cadeia produtiva das indicações geográficas nacionais devido à falta de sinergia e comunicação entre os atores, que pode ter sido ocasionada e/ou agravada pela pandemia. De qualquer forma, praticamente todas as atividades que haviam sido paralisadas para conter a propagação da doença já voltaram a ocorrer presencialmente. Portanto, o fato de as reuniões das IGs terem estancado no começo da pandemia e ainda não terem sido retomadas por alguns gestores, ilustra certo atraso e ocasional desinteresse em unir os *stakeholders* para superar os obstáculos postos pelo novo coronavírus.

Por último, como sugestão de estudos futuros aponta-se investigações sobre as razões pelas quais há indicações de procedência e denominações de origem que, mesmo tendo se esforçado para obter o registro, não estão efetivando seu uso posterior ao reconhecimento. Além disso, uma análise mais aprofundada com relação ao setor produtivo de cada IG pode ser interessante de forma a comparar o cenário específico do produto detentor e não detentor do signo distintivo.

REFERÊNCIAS

- ANJOS, F. S.; CALDAS, N. V. ¿Son las indicaciones geográficas una herramienta eficaz para el desarrollo de los territorios rurales? **Agroalimentaria**. Mérida, Venezuela: v.19, n.37, p.39-49, 2013.
- BELK, R. W. Post-pandemic consumption: portal to a new world? **Caderno EBAPE.BR**. Rio de Janeiro: v.18, n.3, p.639-647, 2020.
- BOWEN, S. Las indicaciones geográficas, la globalización y el desarrollo territorial: el caso del tequila. **Agroalimentaria**. Mérida, Venezuela, v.18, n.34, p.91-103, 2012.
- BRASIL. Portaria n° 46, de 14 de outubro de 2021. Institui os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas. **Lex**, São Paulo, n.197, 2021.
- COELHO, M. F.; MAYER, V. F. Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens? **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**. Especial Covid-19, v.14, n.39, p.3698-5756, 2020.
- CRAVEN, M. *et. al.* **COVID-19** : Implications for business. 2021. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/covid-19-implications-for-business>. Acesso em: 27 out. 2021.
- DURÁN, C. A.; RADOMSKY, G. Indicaciones Geográficas em Centroamérica: un crecimiento poco diversificado. **Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad** – RIVAR, Chile, v.7, n.20, p.1-21, 2020.
- FELISBERTO, A. F.; GUERROUÉ, J-L. L. A convergência entre o turismo rural e as indicações geográficas brasileiras. **Desenvolvimento Regional em Debate**. Mafra, v. 9, n. Esp. 2, 2019.
- INPI. **Guia Básico de Indicação Geográfica**. Brasília, 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/guia-basico>. Acesso em: 04 out. 2021.
- INPI. **Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil**. Brasília, 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 21 out. 2021.
- MAYER, V. F. COELHO, M. F. Sonhos interrompidos: memórias e emoções de experiências de viagem durante a propagação da Covid-19. **RBTur** – Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. Chamada Especial: Turismo e Covid-19. São Paulo v.15, n.1, p.1-20, 2021.
- MEDEIROS, M. L.; MASCARENHAS, R. G. T. Comportamento do Consumidor Durante a Pandemia de COVID-19: Estudo das Práticas de Consumo Alimentar em Ponta Grossa (PR). **Management in Perspective** – MIP, Uberlândia, v.2, n.1, p.4-36, 2021.
- MEDEIROS, M. L.; PASSADOR, C. S.; PASSADOR, J. L. Implications of geographical indications: an integrative review of the CAPES article database. **RAI - Revista de Administração e Inovação**, v.13, n.04, p.315–329, 2016.

NASSIF, V. M. J.; ARMANDO, E.; LA FALCE, J. L. O Empreendedorismo e a Pequena Empresa no Contexto do Pós Covid-19: Há Luz no Fim do Túnel. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas** – REGEPE. São Paulo: v.9, n.3, p.1-7, 2020.

O QUE são bens de consumo em movimento rápido? 2021. Disponível em: <https://spiegato.com/pt/o-que-sao-bens-de-consumo-em-movimento-rapido>. Acesso em: 11 out. 2021.

REZENDE, A. A.; MARCELINO, J. A.; MIYAJI, M. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. **Boletim de Conjuntura** – BOCA, Boa Vista, ano II, v.2, n.6, p.53-69, 2020.

RITTER, T.; PEDERSEN, C. L. Analyzing the impact of the coronavirus crises on bussiness models. **Industrial Marketing Management**, n. 88, p. 214-224, 2020.

ROGGEVEEN, A. L.; SETHURAMAN, R. How the COVID-19 Pandemic May Change the World of Retailing. **Journal of Retailing**, v. 96, n. 2, p. 169–171, 2020.

SILVA, G. G.; MEDEIROS, M. L. Os impactos da covid-19 na produção e comercialização de queijos brasileiros com indicações geográficas. **Revista INGI - Indicação Geográfica e Inovação**, Aracaju, v.5, n.2, p.1242-1258, 2021.

SILVA, H. V.; MEDEIROS, M. L. Viajando pelos vinhos brasileiros: uso turístico das Indicações Geográficas. *In*: SEMINÁRIO ANPTUR, 18., 2021, São Paulo. **Anais...** São Paulo:ANPTUR, 2021. p.1-2. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/18/2096.pdf>. Acesso em: 11 out. 2021

INCLUSÃO DIGITAL NA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO: REVISÃO SISTEMÁTICA E INTEGRATIVA SOBRE O TEMA

DIGITAL INCLUSION IN THE ADMINISTRATION AREA: SYSTEMATIC AND INTEGRATIVE REVIEW ON THE TOPIC

Gabriel Vicentini de Melo

bie_stilo@hotmail.com

Universidade do Oeste Paulista (Unoeste)

Vitor Hugo Ederli de Azevedo

vitor.ederli2012@hotmail.com

Universidade do Oeste Paulista (Unoeste)

Erika Mayumi Kato-Cruz

erikakato@unoeste.br

Universidade do Oeste Paulista (Unoeste)

RESUMO: O objetivo deste artigo é analisar, de forma integrativa e sistemática, os trabalhos sobre inclusão digital na área de Administração publicados na base de dados da Biblioteca Eletrônica de Periódicos Científicos – SPELL e eventos da ANPAD no período de 2010 a 2020. Os resultados apresentados mostraram que, vive-se nos dias atuais a era do conhecimento, da informação e da tecnologia. Os avanços tecnológicos têm provocado revoluções no cotidiano das pessoas. Hoje as informações e o conhecimento fluem a velocidades inimagináveis. O conhecimento tornou-se um dos mais importantes fatores para a superação da desigualdade, criando-se empregos qualificados e promovendo-se o bem estar do indivíduo, e o uso das novas tecnologias, coopera para esse desenvolvimento, facilitando o dia-a-dia. Contudo, o episódio vivenciado por diversas pessoas que, muitas vezes não por culpa própria, ou por estarem em territórios desprivilegiados ao investimento de órgãos governamentais, se veem privadas de uma das maiores necessidades: o conhecimento, educação, atualização de informações para acompanhar a sociedade e conseguir trabalhos.

Palavras-chaves: inclusão social e digital; tecnologia da informação; comunicação; sociedade da informação.

ABSTRACT: The purpose of this article is to analyze, in an integrative and systematic way, the works on digital inclusion in the area of Administration published in the database of the Electronic Library of Scientific Journals – SPELL and ANPAD events in the period from 2010 to 2020. The results presented showed that, we live nowadays in the age of knowledge, information and technology. Technological advances have caused revolutions in people's daily lives. Today information and knowledge flow at unimaginable speeds. Knowledge has become one of the most important factors for overcoming inequality, creating qualified jobs and promoting the individual's well-being, and the use of new technologies cooperates for this development, facilitating the day-to-day. However, the episode experienced by several people who, often through no fault of their own, or because they are in territories underprivileged to investment by government agencies, find themselves deprived of one of the greatest needs: knowledge, education, updating of information to keep up with society and get jobs.

190

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



Keywords: social and digital inclusion; information and communication technology; information society.

1 INTRODUÇÃO

A dinâmica tecnológica mundial mudou significativamente nas duas últimas décadas, aliada a grande variedade de invenções e de inovações radicais e incrementais, ocasionando mudanças de paradigmas. Trata-se de uma nova revolução tecnológica que está, assim, afetando todos os setores, embora em níveis distintos (PRIOSTE; RAIÇA, 2017).

Um dos segmentos de grande transformação é o mercado de trabalho, que está cada vez mais exigente com a qualificação do trabalhador frente as novas tecnologias. Pode-se citar o surgimento de novas profissões que requerem um maior grau de conhecimento em detrimento das profissões que estão desaparecendo que exigiam menor grau de conhecimento. Esta mudança tornou o conhecimento da informática um recurso indispensável na busca de emprego, fazendo-se necessário a implantação de políticas de inclusão digital (DEBORTOLI, 2016).

Outro setor é a educação, que é a base para a formação de um profissional. Aqueles que estão em escola que não possui nenhuma estrutura computacional, como a maioria das públicas e algumas privadas, podem ser considerados excluídos digitalmente agravando a exclusão social; esta, por sua vez, depende de dois fatores fundamentais que são a renda e a educação (DEBORTOLI, 2016).

A inclusão digital não diz respeito simplesmente a disponibilização da Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC) para as pessoas. Refere-se também, a questão de capacitá-las de forma que apresentem condições de tomar esse tipo de decisão. Uma comunidade com este tipo de formação poderá requerer com sucesso ações de desenvolvimento (FARIAS *et al.*, 2015).

Diante do exposto, o presente artigo tem como o objetivo geral analisar, de forma integrativa e sistemática, os trabalhos sobre inclusão digital na área de

Administração publicados na base de dados da Biblioteca Eletrônica de Periódicos Científicos – SPELL e eventos da ANPAD no período de 2010 a 2020.

Os objetivos específicos consistem em: (1) identificar os artigos sobre inclusão digital publicados em periódicos nacionais de 2010 a 2020 disponíveis na base de dados da Biblioteca Eletrônica de Periódicos Científicos – SPELL e eventos da ANPAD na área de Administração; (2) analisar quantitativamente os estudos; e (3) comparar qualitativamente os estudos analisados a partir das temáticas descritas.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para efetuar o alcance do objetivo deste artigo, apoiou-se na revisão sistemática integrativa. Galvão, Sawada e Mendes (2003) comentam que revisão integrativa envolve o exame de importantes pesquisas que oferecem apoio para uma tomada de decisão coerente e aprimoramento da prática. Para Whittemore e Knafl (2005) é um método eficaz de pesquisa utilizada na prática baseada nas evidências.

Este método de pesquisa é de suma importância pois permite a síntese de inúmeros estudos e possibilita conclusões abrangentes a respeito de especialidade da área da pesquisa. É um método significativo, e se tratando de uma pesquisa com múltiplos artigos sintetizados, aprimora o conhecimento em determinada temática e de forma resumida. Deste modo, possibilita sumarizar, sintetizar os trabalhos já finalizados e obter conclusões diante de um assunto de interesse. Entretanto, para que os objetivos de uma revisão integrativa sejam alcançados, é importante que se siga com afinco todos os padrões, sumarizando a replicação dos estudos primários já realizados (MENDES; SILVEIRA; GALVÃO, 2008).

De tal forma, as fontes de informações e conhecimentos dessa pesquisa constituem-se em artigos científicos, publicados nas bases de dados da Biblioteca Eletrônica de Periódicos Científicos – SPELL e eventos da ANPAD no período de 2010 a 2020, e os dados foram compilados no Excel. Em seguida, realizou-se a

192

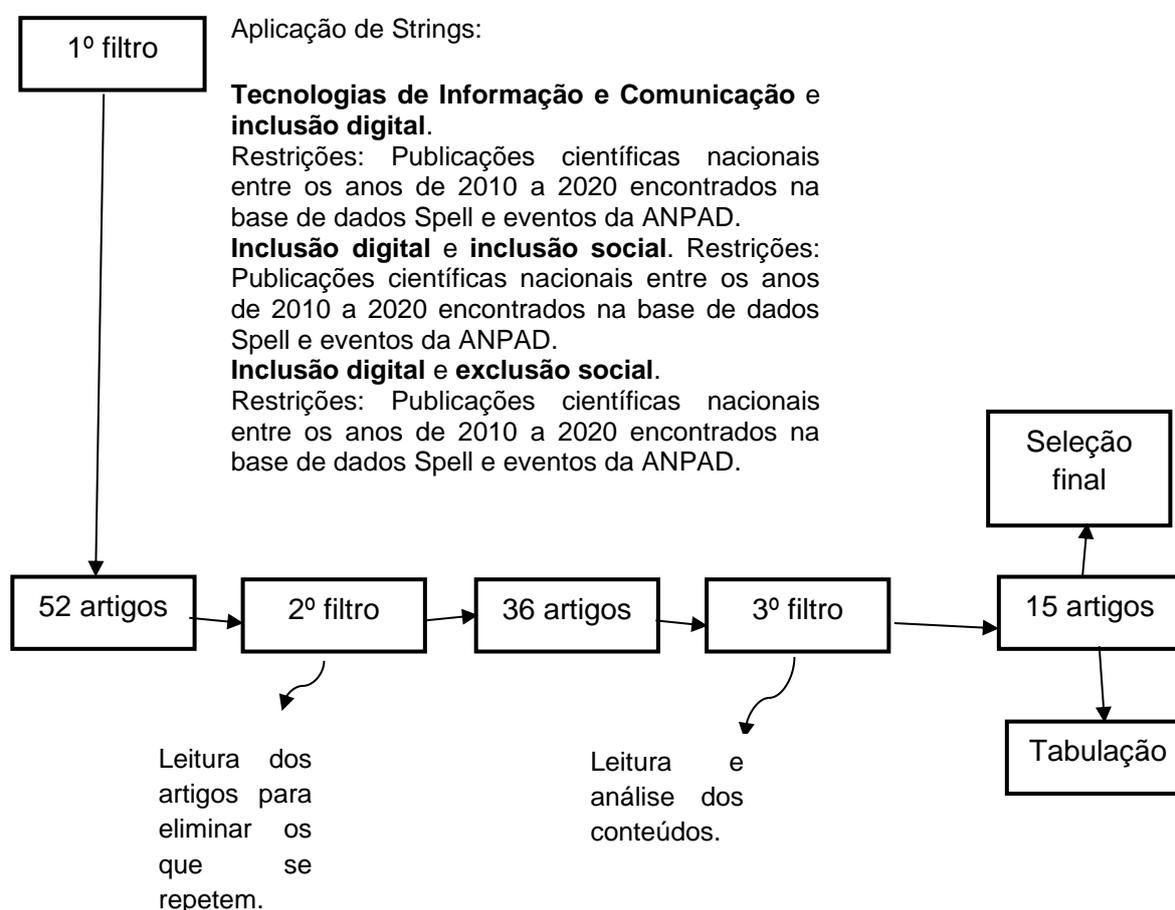
Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



análise dos artigos selecionados na pesquisa, bem como uma interpretação e discussão dos resultados obtidos. Foram separados um total de 52 artigos, sendo que destes apenas 36 foram avaliados e relacionados por atenderem ao objeto da pesquisa. Após a leitura, extraíram-se 15 artigos que corresponderam ao objetivo proposto, conforme apresentado na figura 01.

Figura 01 – Seleção dos artigos na plataforma SPELL e eventos da ANPAD, de acordo com a temática proposta.



Fonte: Os autores.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Tendo em vista a análise dos estudos apresenta-se no Quadro 1 a caracterização da produção científica analisada que atenderam aos critérios de inclusão de acordo com o objetivo proposto.

Quadro 1 – Destaque das principais informações contidas nos artigos analisados.

ANO	PERIÓDICO	AUTORES	TÍTULO	OBJETIVO	METODOLOGIA
2011	XXXV Encontro da ANPAD	Janduhy Camilo Passos/Marco Aurélio Afonso Abreu	A Inclusão Digital como Mecanismo de Inclusão Social: um olhar sobre os resultados de alguns Projetos Sociais.	Conhecer os resultados de quatro projetos sociais concebidos sob a premissa de que é possível realizar a inclusão social através da inclusão digital	Pesquisa bibliográfica.
2013	IV Encontro da Administração de Informação	Larissa Medianeira Bolzan <i>et al.</i>	Processos de Inclusão Digital: Um Estudo Etnográfico	Adentrar-se à inclusão digital e finalidades sociais	Estudo etnográfico.
2013	Inf. & Soc.:Est.	Larissa Medianeira Bolzan <i>et al.</i>	Validação de um instrumento capaz de identificar o nível de inclusão digital individual	Criação e validação para determinar a posição da Inclusão digital Individual.	Estudo tipo survey, quantitativo e descritivo.
2013	Nuances: estudos sobre Educação	Márcia Gorett Ribeiro Grossi <i>et al.</i>	A exclusão digital: o reflexo da desigualdade social no Brasil	Verificação das ações, que tem por finalidade programas e projetos de inclusão digital e social do governo brasileiro.	Pesquisa descritiva, bibliográfica e de caráter exploratório
2015	Palavra Clave	Denise Cogo <i>et al.</i>	Práticas cotidianas de acesso às TIC: outro modo de compreender a inclusão digital	Discussão sobre a inclusão social e digital considerando o uso das TIC diariamente.	Pesquisa bibliográfica
2015	Revista Gestão & Tecnologia	Josivania Silva Farias <i>et al.</i>	Inclusão digital na terceira idade: um estudo sobre a propensão de idosos à	Propender as pessoas mais antigas a filiar-se a tecnologias e também ser	Estudo descritivo e qualitativo.

			adoção de tecnologias da informação e comunicação (TICs)	incluído digitalmente.	
2015	Cadernos Gestão Pública e Cidadania	Kleomara Gomes Cerquinho <i>et al.</i>	Inclusão Digital para quem e para quem? Observação do Portal Inclusão Digital do Governo Federal Brasileiro	Buscar e relatar a Inclusão Digital do Governo Federal Brasileiro utilizando todos seus programas em poder federal, exibindo seus propósitos e o público que quer atingir.	Navegação orientada, a correr links e páginas virtuais.
2016	Revista o&s	Larissa Medianeira Bolzan/Mauri Leodir Löbler	Socialização e afetividade no processo de inclusão digital: um estudo etnográfico	Mostrar a organização do processo de inclusão digital, compreendendo a exibição do processo e averiguação das consequências individuais no processo de inclusão digital de todas as idades	Estudo etnográfico.
2017	RPGE – Revista on line de Política e Gestão Educacional	Cláudia Prioste/Darcy Raíça	Inclusão digital e os principais desafios educacionais brasileiros	Referir os desafios da inclusão digital na educação brasileira, averiguando seus problemas.	Pesquisa qualitativa e exploratória
2017	Perspectivas em Ciência da Informação	Ricardo Bezerra Cavalcante <i>et al.</i>	Inclusão digital e uso de tecnologias dinformação: a saúde do adolescente em foco	Relatar a inclusão digital de adolescentes em uma escola pública do Oeste de Minas Gerais.	Estudo de caso, de abordagem quanti-qualitativa.
2018	E-Tech: Tecnologias para Competitivad e Industrial	Regina Wundrack do Amaral Aires <i>et al.</i>	Indústria 4.0: desafios e tendências para a gestão do conhecimento	Especificar os desafios e tendências da Indústria 4.0 para a Gestão do Conhecimento (GC).	Busca sistemática em artigos científicos publicados na base de dados internacional Scopus®
2019	Rev. Inf. na Soc. Contemp.	Laleska Lebioda <i>et al.</i>	A Homogeneidade da Inclusão Digital no Brasil: Sonho ou Realidade?	Analisar se subsiste diferenças na inclusão digital, entre as regiões do Brasil: Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul.	Estudo de abordagem quantitativa descritiva.
2019	Revista da CGU	Orlando Vieira de Castro Junior	Competência em informação e inclusão digital no Brasil	Apresentando a exclusão digital como conclusão de um contexto mais natural de outras formas de	Pesquisa exploratória que, por meio de uma abordagem

				exclusão, tais como a social, a econômica e a educacional.	qualitativa, usou como técnicas de pesquisa revisão bibliográfica e pesquisa documental.
2020	XLIV Encontro da ANPAD	Ricardo Manoel Damiani/Cleoni r Tumelero	A Influência do Intraempreendedorismo na Aceleração da Transformação Digital em uma Instituição Financeira	Verificar como intraempreendedorismo influencia a transformação digital em uma instituição financeira.	Estudo de caso.
2020	EnANPAD	ED de Almeida Carlos	Inovações em processo e estrutura organizacional como bases para a transformação digital: um caso aplicado no mercado brasileiro de seguros	Colocar a percepção da equipe e os resultados parciais obtidos pela empresa em seu processo de Transformação Digital (TD), buscando sua proposta de valor "digital e ágil".	Pesquisa qualitativa e exploratória, sob a forma de estudo de caso.

Fonte: Os autores.

Após a análise dos artigos selecionados, verificou-se que o mundo vive uma nova era conhecida sociedade do conhecimento. Essa nova era tecnológica e do conhecimento além de refletir no sistema econômico e político do país, fez com que surgissem um novo desafio para a sociedade: a democratização da tecnologia da informação. Todavia, se por um lado o avanço científico trouxe reais benefícios para a humanidade, por outro lado criou vários novos problemas, dentre os quais pode-se citar a exclusão social pela exclusão digital e uma das principais responsáveis por este processo é o desenvolvimento pela qual advém a Tecnologia da Informação e das Comunicações (TIC).

Sendo assim, notou-se que dentre os artigos relacionados, 47% referem-se a inclusão digital como uma ferramenta para inclusão digital; 20% mencionam que a inclusão digital refere-se a um processo que tem por escopo melhorar uma organização, modificando-a a partir de adaptações entre as tecnologias de informação, computação, comunicação e conectividade; 13% ressaltaram que a inclusão digital ocasionou exclusão digital, pois um indivíduo que não tem a

196

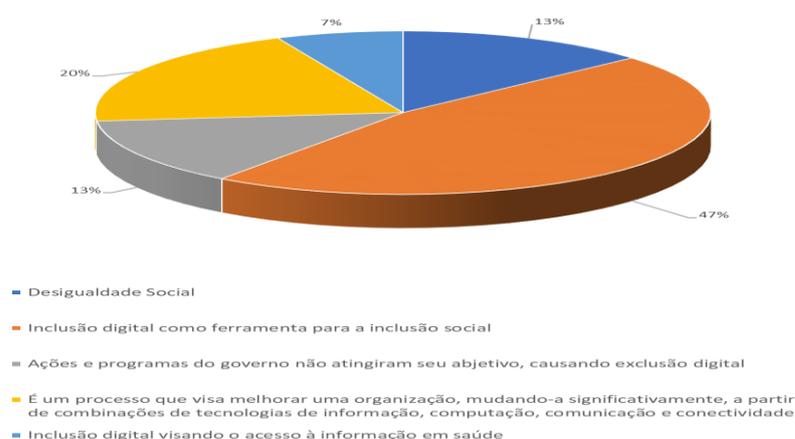
Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



possibilidade de utilizar os meios modernos da tecnologia digital, acaba por comprometer sua mobilidade social e sua empregabilidade, destacando assim, o problema da exclusão social que reflete diretamente na exclusão digital; 13% ressaltaram que ações e programas do governo não atingiram seu objetivo, causando exclusão digital, e 7% mencionaram a inclusão digital almeja obter às informações pertinentes à saúde. Esses dados podem ser conferidos no gráfico 01.

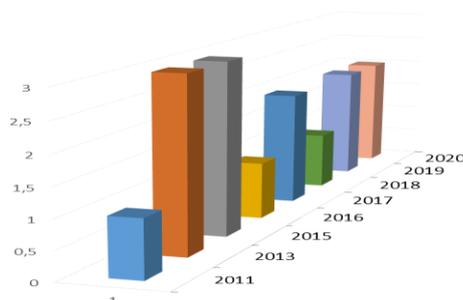
Gráfico 01 – Distribuição dos artigos com relação ao objetivo do estudo.



Fonte: Os autores.

Outro aspecto considerado na revisão sistemática refere-se ao número de publicações. O ano em que mais se obteve publicações foi o ano de 2013 e 2015, totalizando 03 artigos em cada ano, seguido pelo ano de 2017, 2019 e 2020 com 02 artigos publicados em cada ano, e 2011, 2016 e 2018 com apenas 01 artigo.

Gráfico 02 – Distribuição dos artigos quanto ao período.



Fonte: Os autores.

Atualmente, presencia-se um avanço impressionante da tecnologia. Um dos mais significativos foi o surgimento do computador e da internet. Fronteiras foram rompidas e as distâncias encurtadas (PRIOSTE; RAIÇA, 2017). Por meio da internet as pessoas se distraem, tem acesso ao noticiário, pode ser usado como ferramenta de trabalho, entre outras inúmeras vantagens que ocuparia muito só em exemplificar. É possível namorar, comprar ou viajar com apenas um clique (GROSSI; COSTA; SANTOS, 2013).

Hoje, mundo real e virtual se confunde. É inegável que a sociedade do século XXI vive a Era da Informatização. Assim, a evolução tecnológica tem assumido uma atuação estratégica no desempenho econômico, social e cultural. As organizações estão se modernizando e otimizando seus processos e produtos. Nota-se que em todos os tipos de serviços é comum encontrar parte do processo que é intercedido por sistemas informatizados (PRIOSTE; RAIÇA, 2017).

De tal modo, com as Tecnologias da Informação e Comunicação, a maneira de ver e pensar vem sendo alterada, pois o mundo virtual proporciona um ambiente de interatividade, ambiente este que fornece várias formas e espaços de aprendizagem, nesses espaços os agentes podem interagir, atuar de forma colaborativa, construir conhecimentos, enviar mensagens, acessar conta bancária, comprar produtos ou serviços, baixar um filme, ser membro de uma rede social, e desenvolver atividades complexas em áreas como medicina, economia, direito, comunicação, ambiental, acadêmica, pública, corporativa entre outras (CASTRO JÚNIOR, 2019). O autor enfatiza a rede internacional de computadores com um nível de interatividade nunca vista antes, facilitando assim a interação entre as pessoas, não só no âmbito social, como também no comercial. Assim, conforme asseveram Bolzan *et al.* (2013a), nesta nova era da comunicação e informação, a sociedade tem vivido inúmeras mudanças em seu âmbito social, cultural, político, econômico, bem como no âmbito empresarial.

Corroborando com os autores anteriormente descritos, Farias *et al.* (2015) mencionam que há um crescimento do acesso à informação, bem como os serviços relacionados ao comércio eletrônico e empregos de informação do governo. O problema maior é o acesso às redes de informação (internet) e o domínio de suas ferramentas e recursos. As novas tecnologias, muitas vezes tidas como a vilã do desemprego, podem e devem ser utilizadas como parceiras na luta contra a exclusão social. Entretanto, para Aires *et al.* (2018), as tecnologias tem sido bancadas por e para a elite; é de tal modo que trabalha a dialética econômica da produção. A sociedade civil organizada deve interferir neste processo de fazer com que as TICs sejam utilizadas para a redução das desigualdades sociais que elas mesmas auxiliam a crescer. Pode-se até admitir o uso do jargão inclusão digital se significar o uso de TICs como ferramentas facilitadoras para o processo de inclusão social.

Confirmando o exposto pelos autores, Bolzan *et al.* (2013b) afiançam que o propósito da inclusão digital é permitir que todos tenham oportunidades iguais na sociedade da informação. Essa opinião é intensamente expressa por Cavalcante *et al.* (2017), afirmando que a Sociedade da Informação está fundamentada em Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) que nada mais é que os recursos computacionais (hardware e software), sistemas de telecomunicações que dão acesso à web e à gestão de dados e informações, juntamente com as pessoas que farão uso desses recursos.

A literatura tem demonstrado que as diferenças sociais no Brasil são alarmantes e quando assunto é acesso à internet, a realidade não poderia ser diferente. Dentro deste contexto, Lebioda *et al.* (2019), garantem que a desigualdade social é considerada um dos fatores que acarretam a exclusão digital. Pessoas que procuram uma vivência, uma realidade, que buscam um propósito na vida, são impedidos, muitas vezes, por suas condições financeiras e dependem de outros para conseguirem enviar um currículo ou receber algum tipo de informação que,

muitas vezes, são olhados e recebidos de forma trágica sem notar que essas pessoas querem melhorar e se adaptar diante da sociedade.

Ainda sobre o assunto, Grossi, Costa e Santos (2013) também ressaltaram que as dificuldades e problemas enfrentados por um projeto de Inclusão Digital deve ter profissionais que incentivam e ajudam essas pessoas, solucionando assim o problema e reintegrando o indivíduo ao conhecimento exigido pela sociedade atual que evolui cada dia com adequações informatizadas.

Cogo, Dutra-Brignol e Fragoso (2015) asseveram que, as pessoas excluídas socialmente pela deficiência de conhecimento e informatização não possui currículo, uma formação profissional, não está preparado psicologicamente para enfrentar um monte de problemas, coisas que o mercado exige.

Existem na sociedade muitos exemplos de pessoas que estudaram ou aprenderam determinado estudo somente através da internet, como o inglês, o que já faria da vida de um cidadão excluído um grande diferencial exigido em empresas. Dentro deste contexto, o Projeto de Inclusão Digital proporciona aos cidadãos elementos fundamentais para qualquer análise relativa ao mercado de trabalho.

Para Lebioda, Cabral e Tezza (2019), a inclusão digital refere-se à ação de fazer com que a sociedade alcance o conhecimento necessário para usar os recursos da Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), buscando combater a exclusão digital. Deste modo, Passos e Abreu (2011) acreditam que o uso das TICs, sobretudo a internet, alterou a maneira de trabalhar, trocar, acessar informações e relacionar-se com o resto do mundo. Contudo, o emprego destas tecnologias apenas acontece de fato quando a inclusão digital ocorre.

A sentença descrita corrobora com a conclusão de autores como Bolzan e Löbler (2016), ao finalizarem que a inclusão digital é, dentre outras coisas, alfabetização digital.

No entendimento de Bolzan *et al.* (2013b), as Tecnologias da Informação e Comunicação permitem a difusão da informação com capacidade para reduzir a

exclusão social, que nos países em desenvolvimento foi criada uma nova nomenclatura, trata-se da exclusão digital.

Na visão de Cogo, Dutra-Brignol e Fragoso (2015), as ferramentas da Tecnologia da Informação são imprescindíveis para se obter a inclusão digital e que esta advém da inclusão primeiramente social.

Diante dos conceitos apresentados, verifica-se como as ferramentas da Tecnologia da Informação são mediadoras da inclusão digital de forma a desenvolver a cidadania e contribuir para a diminuição dos excluídos socialmente.

Prioste e Raiça (2017) mencionam que não se pode ser ingênuo, acreditando que há lugares e oportunidades para todos, pois as coisas não acontecem dessa forma. O mundo se modificou e se levar em consideração que se vive em um país capitalista, a discussão sobre a compreensão no mundo do conhecimento formal e do emprego é de suma importância, sobretudo em virtude da desigualdade socioeconômica e do acesso restrito ao computador e a internet, fez surgir o “Excluído Digital”.

Diante do exposto, conclui-se que, hoje, o direito à comunicação é sinônimo de direito a comunicação intercedida por computador. Logo, diz respeito a uma questão de cidadania. Uma política pública de qualidade não compreende simplesmente o papel exercido pelo Estado. É claro que o Estado deverá investir a maior parte dos recursos, todavia o planejamento, execução e avaliação carecem de envolver criteriosamente as comunidades locais, os movimentos sociais, entre outras. Pois diante da extrema carência existente no país, tem sido ainda pequena a participação do governo.

Quando se fala de inclusão digital sabe-se que sua definição passa pelo acesso ao computador e aos conhecimentos básicos de informática, bem como ao acesso a rede mundial de computadores. Na era da informação tem-se a ideia de que um computador sem conexão com a internet, é mero instrumento de digitação de textos como uma máquina de escrever. Portanto, a inclusão digital depende de

algumas ferramentas como o computador, o telefone, o provimento de acesso, a formação básica em softwares aplicativos e sua aquisição.

Contudo, dispõe-se atualmente, de um poder sem precedentes para difundir democraticamente as ideias, mas gerou-se uma das novas formas de analfabetismo, a exclusão digital e outros rótulos para pessoas que não são capazes atuar neste processo, sendo apenas meros figurantes.

Não se pode negar que a nova economia mundial e o avanço tecnológico trouxeram grandes benefícios para a humanidade. Houve melhoras efetivas na saúde, a expectativa de vida aumentou, o nosso cotidiano ficou mais confortável, o acesso ao conhecimento e a informação mais fácil e rápido. Hoje, a troca de experiências e culturas acontecem numa velocidade antes jamais imagináveis.

Dentro deste contexto, a inclusão digital é imprescindível, pois permite que a população usufrua dos serviços proporcionados pela via Internet. Hoje, possuir acesso à Internet é ter a oportunidade de acessar a uma gama enorme de informações e serviços que faz jus e precisa ser usado por toda população. Porém, se por um lado o acesso a tecnologia constitui um fato de inclusão social, a falta ao acesso gerou um novo tipo de exclusão: a digital.

Uma vez que o analfabetismo digital atrapalha o cidadão de exercer seus direitos e desfrutar dos benefícios desse avanço tecnológico e econômico moderno. Essas pessoas são impedidas de crescer economicamente e não exercem sua cidadania plena, ficando marginalizadas. Assim, se não ter acesso as tecnologias é um fator de exclusão social, criou-se o termo exclusão digital, ou seja, ambas estão intimamente ligadas, uma vez que o conhecimento é hoje, uma riqueza e um fator de soberania. Como muitas outras maneiras, a exclusão digital é uma amostra da exclusão social. Ela não ocorre isoladamente, e nem se pode compreendê-la separadamente, pois trata-se de mais umas das contendas já existentes na distribuição de renda e poder.

No cotidiano, tanto a iniciativa privada como os órgãos públicos marcham rumo a digitalização dos serviços. O indivíduo digitalmente excluído passa pela

202

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



dificuldade de conhecer esses serviços e deixar de exercer seus direitos de cidadão. Pode-se dizer que a exclusão digital não é sinônimo de pobreza, mas é uma ausência de um padrão de vida incluída nos costumes e atividades. Apesar da exclusão social levar à exclusão digital não se pode dizer que uma inevitavelmente levará a outra, uma vez que há pessoas economicamente incluídas e sem acesso ao mundo digital. O problema se agrava quando da existência de ambas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos argumentos apresentados pode-se chegar à conclusão que a inclusão digital diz respeito a maneira de garantir que todas as pessoas tenham acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), partindo do princípio que estas pessoas, especialmente as de baixa renda, tenham acesso as TICs, que tem por finalidade principal, facilitar a vida delas, tendo em vista que cada vez existe a possibilidade de disponibilizar serviços através da internet em todo o mundo. Sendo assim, uma pessoa incluída digital ganha em qualidade de vida, uma vez que ganha tempo ao fazer uso da tecnologia.

Pode-se concluir também que a exclusão digital não se dá somente por ausência de ter acesso aos computadores, mas também pela ausência de recursos adicionais que consentem o uso certo desta tecnologia.

O Brasil é um país desigual em inúmeros aspectos, e com a inclusão digital, não poderia ser diferente, pois a realidade brasileira está muito aquém do que se espera. Neste sentido, os governos e a sociedade civil vem se empenhando para mudar esta realidade.

A chamada exclusão digital não apenas exclui a sociedade do mundo digital como também a exclui das mudanças no âmbito social, cultural, político e econômico, e conseqüentemente deixando o indivíduo ou grupo de pessoas sem possibilidade de utilizar os meios modernos da tecnologia digital, comprometendo a mobilidade social e a empregabilidade das pessoas.

REFERÊNCIAS

- AIRES, R. W. A. *et al.* Indústria 4.0: desafios e tendências para a gestão do conhecimento. **E-Tech: Tecnologias para Competitividade Industrial**, Florianópolis, v. 6, n. 1, 2018.
- BOLZAN, L. M.; LÖBLER, L. M. Socialização e afetividade no processo de inclusão digital: um estudo etnográfico. **O&S**, Salvador, v. 23, n. 76, p. 130-149, jan./mar. 2016.
- BOLZAN, L. M. *et al.* Processos de Inclusão Digital: Um Estudo Etnográfico. *In: ENADI - ENCONTRO DA ADMINISTRAÇÃO DE INFORMAÇÃO*, 4., 2013. **Anais...** Bento Gonçalves:ANPAD, 2013a. p.254.
- BOLZAN, L. M. *et al.* Validação de um instrumento capaz de identificar o nível de inclusão digital individual. **Inf. & Soc. Est.**, João Pessoa, v.23, n.2, p. 75-88, maio/ago. 2013b.
- CARLOS, E. A. Inovações em processo e estrutura organizacional como bases para a transformação digital: um caso aplicado no mercado brasileiro de seguros. *In: ENCONTRO DA ANPAD – EnANPAD*, 44., Maringá. **Anais...** Maringá: ANPAD, 2020. P.256.
- CASTRO JÚNIOR, O. V. Competência em informação e inclusão digital no Brasil. **Revista da CGU**, Distrito Federal, v.11, n.18, mar./2019.
- CAVALCANTE, R. B. *et al.* Inclusão digital e uso de tecnologias de informação: a saúde do adolescente em foco. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.22, n.4, p.3-21, out./dez. 2017.
- CERQUINHO, K. G. *et al.* Inclusão Digital para quem e para quem? Observação do Portal Inclusão Digital do Governo Federal Brasileiro. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, São Paulo, v. 20, n. 67, jul./dez. 2015.
- COGO, D.; DUTRA-BRIGNOL, L.; FRAGOSO, S. Práticas cotidianas de acesso às TIC: outro modo de compreender a inclusão digital. **Palavra Chave**, Chia, v.18, n.1, p.156-183, mar./2015.
- DAMIANI, R. M.; TUMELERO, C. A Influência do Intraempreendedorismo na Aceleração da Transformação Digital em uma Instituição Financeira. *In: ENCONTRO DA ANPAD – EnANPAD*, 44., Maringá. **Anais...** Maringá: ANPAD, 2020.
- DEBORTOLI, S. **Análise do mercado de trabalho a partir da percepção de pessoas desempregadas**. 2016. Monografia (Graduação em Administração de empresa) - Centro Universitário UNIVATES. Lajeado, 2016.
- FARIAS, J. S. *et al.* Inclusão digital na terceira idade: um estudo sobre a propensão de idosos à adoção de tecnologias da informação e comunicação (TICs). **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 15, n. 3, p. 164-188, set./dez. 2015.

- GALVÃO, C. M.; SAWADA, N. O.; MENDES, I. A. A busca das melhores evidências. **Rev Esc Enferm USP**, São Paulo, v.37, n.4, p.43-50, dez./2003.
- GROSSI, M. G. R.; COSTA, J. W.; SANTOS, A. J. A exclusão digital: O reflexo da desigualdade social no Brasil. **Nuances: estudos sobre Educação**, Presidente Prudente, SP, v. 24, n. 2, p. 68-85, maio/ago. 2013
- LEBIODA, L.; CABRAL, G. O.; TEZZA, R. A Homogeneidade da Inclusão Digital no Brasil: Sonho ou Realidade? **Rev. Inf. na Soc. Contemp.**, Natal, v. 3, n. 1, 2019.
- MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 17, n. 4, p. 758-764, out./dez. 2008.
- MOREIRA, E. S.; LIMA, E. O.; BRITO, R. O. Estudo comparado das políticas públicas educacionais de inclusão digital: Brasil e Uruguai. **Rev. Fac. Educ.** (Univ. do Estado de Mato Grosso), Cáceres, v 32, n2., p.25, 2019.
- PASSOS, J. C.; ABREU, M. A. A. A Inclusão Digital como Mecanismo de Inclusão Social: um olhar sobre os resultados de alguns Projetos Sociais. *In: ENCONTRO DO ANPAD*, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro:ANPAD, 2011.
- POLIT, D. F.; BECK, C. T. Using research in evidence-based nursing practice. *In: POLIT, D. F.; BECK, C. T. (Ed.). Essentials of nursing research: Methods, appraisal and utilization.* Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins, 2006. p. 189
- PRIOSTE, C.; RAIÇA, D. Inclusão digital e os principais desafios educacionais brasileiros. **RPGE– Revista on line de Política e Gestão Educacional**, Araraquara, v. 21, n. esp. 1, p. 860-880, out./2017.
- WHITTEMORE, R.; KNAFL, K. The integrative review: updated methodology. **J Adv Nurs.**; Oxford, v.52, n.5, p.546-53, dec./2005.

MARKETING DIGITAL E COMPORTAMENTO DOS JOVENS INVESTIDORES NA BOLSA DE VALORES

DIGITAL MARKETING AND BEHAVIOR OF YOUNG INVESTORS IN THE STOCK EXCHANGE

Juliano Madia Salamão
julianomadia@outlook.com
Universidade do Oeste Paulista

Thais Rubia Ferreira Lepre
thaisrubia@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO: Nos dias atuais é possível observar que a crescente potencialização de negócios no mercado financeiro, mais especificamente na Bolsa de Valores, tem tido a influência do marketing digital, sendo os jovens um público influenciado por suas estratégias. Dessa forma, se faz necessário compreender o comportamento dos jovens em meio a Bolsa de Valores em decorrência da influência do Marketing Digital, proporcionando ampliar o conhecimento teórico sobre o tema e também traçar estratégias mercadológicas mais certas. Sendo assim, a pesquisa teve como objetivo identificar como o marketing digital impacta o comportamento do jovem consumidor brasileiro com relação a compra de ações na bolsa de valores. Para isso, foi utilizada a abordagem qualitativa, tendo como instrumentos de coleta de dados, a pesquisa bibliográfica e como técnica de análise de dados, a análise de conteúdo. Os achados da pesquisa indicam que a atuação dos jovens em meio a Bolsa de Valores tem crescido, sendo o Marketing Digital um dos responsáveis por isso, especialmente por meio de canais do YouTube e de influenciadores digitais.

Palavras-Chave: bolsa de valores; comportamento do consumidor; jovem investidor; marketing; influenciadores digitais.

ABSTRACT: Nowadays, it is possible to observe that the growing potential of business in the financial market, more specifically in the Stock Exchange, has been influenced by digital marketing, with young people being an audience influenced by their strategies. Thus, it is necessary to understand the behavior of young people in the Stock Exchange as a result of the influence of Digital Marketing, providing to expand theoretical knowledge on the subject and also to draw more accurate marketing strategies. Thus, the research aimed to identify how digital marketing impacts the behavior of young Brazilian consumers regarding the purchase of shares on the stock exchange. For this, a qualitative approach was used, with bibliographic research as data collection instruments and content analysis as a data analysis technique. The research findings indicate that the role of young people within the Stock Exchange has grown, with Digital Marketing being one of those responsible for this, especially through YouTube channels and digital influencers.

Keywords: stock exchange; consumer behavior; young investor; marketing; digital influencers.

1 INTRODUÇÃO

O mundo todo vem sofrendo mudanças nos últimos anos devido ao desenvolvimento da internet e das possibilidades que ela permite. Uma dessas mudanças é a participação de jovens em meio a Bolsa de Valores, que por meio de influências da mídia digital tem se interessado cada vez mais pelo assunto.

A bolsa de valores pode ser definida como uma associação que reúne recursos com o intuito de estabelecer uma relação de compra e venda de ações, de modo que, pessoas que buscam recursos financeiros possam encontra-los por meio da venda de suas ações para outras pessoas que buscam um investimento (MENESES; MARIANO, 2011).

A bolsa de valores promove as condições necessárias para a compra e venda de ações de seus clientes. Essa compra e venda é conhecida como pregão, uma sessão durante a bolsa onde se negociam essas ações. Esse pregão pode ser presencial ou eletrônico.

A ascensão de jovens na bolsa de valores está ligada ao grande investimento de empresas no marketing digital. Diversos sites possuem inúmeras propagandas de como investir seu dinheiro, seja na bolsa de valores ou empresas de investimentos online, que com o avanço da tecnologia possibilitam que ações sejam adquiridas por aplicativos de celular.

Para obter sucesso na vivência de experiências na Bolsa, os profissionais de Marketing estão se reinventando a cada dia, com novos tipos de abordagens, culturas de linguagem (KOTLER; ARMSTRONG, 2007), tipos de mensagem (SILVA; LEPRE, 2019), dentre outras formas de abordagem.

Dessa forma, entender o comportamento do jovem voltado para o sistema financeiro implicará vantagens para esses profissionais. Para isso, é necessário estudar o comportamento do consumidor, levando em consideração as suas

influências sociais e a sua experiência de consumo, de modo que seja possível satisfazer as suas necessidades e desejos (SOLOMON, 2016) e, conseqüentemente, compreender como o ambiente digital tem influenciado no seu comportamento em relação a Bolsa de Valores.

Conhecer tais fatores leva-nos a conhecer melhor o consumidor, logo pode-se melhorar o tipo de marketing para abordar e induzir os jovens a conhecerem mais a fundo o que está no anúncio, despertando curiosidade e até o desejo do investimento.

Tendo em vista tais fatores, o presente artigo tem como problemática: Como o marketing digital impacta no comportamento do jovem brasileiro para investir em ações na bolsa de valores?

Coerentemente com esse questionamento, o estudo tem como objetivo geral identificar como o marketing digital impacta no comportamento do jovem consumidor brasileiro com relação a compra de ações na bolsa de valores. Nesse sentido, os objetivos específicos do presente estudo são: Caracterizar Bolsa de Valores e explicar seu funcionamento; Identificar o comportamento de compra do jovem brasileiro na Bolsa de Valores e sua relação com o marketing digital; e levantar como o investimento na Bolsa de valores tem sido trabalho através do marketing digital.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na presente seção será abordado os fundamentos teóricos para a elaboração do presente estudo, compreendendo o funcionamento do Sistema Financeiro Nacional, da bolsa de valores, do papel do marketing em meio a bolsa de valores e da atuação dos jovens.

2.1. O Sistema Financeiro Nacional

O Sistema Financeiro Nacional pode ser compreendido como uma relação entre agentes financeiros, sendo de um lado os agentes carentes de recursos e do outro os agentes provedores de recursos (BRITO, 2020). Ou seja, o Sistema Financeiro Nacional é composto de pessoas, empresas e governos, no qual alguns estão buscando por recursos financeiros, enquanto outros possuem esses recursos disponíveis para ceder à esses agentes (ASSAF NETO, 2020).

Para o desenvolvimento econômico de qualquer país é necessário um sistema financeiro saudável, de modo que os agentes deficitários consigam encontrar os recursos necessários, por meio dos agentes superavitários, para alavancar os seus negócios, e, dessa forma, prover um retorno para os agentes superavitários e também o desenvolvimento econômico, como a geração de novos empregos, por exemplo (CARRETE; TAVARES, 2019; BRUNI, 2005).

O Sistema Financeiro Nacional é composto por dois grandes subsistemas: o normativo e o intermediário. O subsistema normativo tem como objetivo garantir o seu bom funcionamento e a sua regulamentação e fiscalização, sendo composto pelo conselho monetário nacional (CMN), Banco Central do Brasil (Bacen), Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e instituições especiais (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social) (ASSAF NETO, 2020).

Por outro lado, o subsistema intermediário tem como objetivo realizar um intermédio financeiro entre os agentes deficitários e superavitários, sendo composto pelas instituições financeiras bancárias e não bancárias, pelo Sistema Brasileiro de Segurança e Empréstimo (SBPE), instituições auxiliares e instituições não financeiras (ASSAF NETO, 2020).

Dentre as tantas instituições que compõem o Sistema Financeiro Nacional, o presente artigo tem a intenção de explorar a respeito da bolsa de valores, que se trata de uma instituição auxiliar, conforme será apresentada nos parágrafos que seguem.

A bolsa de valores se trata de um ambiente de negociação cuja intenção é manter as condições adequadas para a negociação entre os seus agentes,

deficitários e superavitários, realizarem compras e vendas de títulos e valores mobiliários já emitidos (CARRETE; TAVARES, 2020).

Além disso, a bolsa de valores também deve garantir a segurança e eficiência das liquidações realizadas em sua entidade, possuir um sistema de registro e liquidação das negociações realizadas, desenvolver um sistema de negociação adequado e eficiente e fiscalizar os agentes e as suas respectivas operações com o intuito de garantir o cumprimento das normas e leis estabelecidas (CARRETE; TAVARES, 2020).

A realização das negociações de compra e venda de ações na Bolsa é denominado de Pregão, sendo que atualmente elas são realizadas de forma virtual, recebendo o nome de pregão eletrônico (BRUNI, 2005). Apenas os operadores de Bolsa que são credenciados pelas Sociedades Corretoras que possuem acesso aos pregões, agindo como intermediários para a compra e venda de ações de seus investidores (ASSAF NETO, 2020). Todos os participantes do pregão devem ter acesso a amplas informações de forma igualitária a respeito das ações em negociação (ASSAF NETO, 2020).

Para realizar uma negociação na bolsa de valores, o investidor, podendo ser tanto uma pessoa física quanto jurídica, deve procurar uma Sociedade Corretora, mesmo que de sua casa por meio de canais digitais, e apresentar as condições do seu desejo de negociação, no qual o operador de Bolsa irá realizar a negociação na Bolsa de Valores conforme foi acordada com o investidor e, dessa forma, será realizada a liquidação física, com a entrega da papelada, e a liquidação financeira, com o pagamento e recebimento das ações adquiridas em negociação (CARRETE; TAVARES, 2019).

Para operacionalizar na Bolsa, algumas Sociedades Corretoras cobram uma taxa de corretagem dos investidores que realizarão negociações na Bolsa, porém, nem todas fazem isso atualmente, devido a crescente competitividade que vem surgindo entre as corretoras para atrair novos investidores (CARRETE; TAVARES, 2019).

Com a facilidade de negociações na Bolsa de Valores por meio do pregão eletrônico, se tornou mais fácil e prático a entrada de novos investidores e o aumento de negociações, já que o investidor não precisa sair de casa para realizar a sua compra ou venda e pode acompanhar as variáveis da bolsa mais de perto (BRUNI, 2005).

Esses potenciais investidores têm recebido muita informação a respeito, dado que existe atualmente bastante divulgação sobre investimento na Bolsa de valores, que tem sido amplamente trabalhado através do marketing digital, e por isso esse assunto será tratado em detalhes na próxima subseção.

2.2. Marketing e serviços financeiros

O marketing, quanto estratégia, possui a missão de criar valor para uma marca, produto ou serviço, incluindo o segmento de serviços financeiros. Os serviços ofertados pelo mercado financeiro, como os investimentos realizados na bolsa de valores, podem ser vistos como produtos, que, conseqüentemente, necessita de estratégias de marketing para posicioná-lo da forma mais adequada no mercado e satisfazer os seus consumidores (COBRA, 2020; WIRTZ; HEMZO; LOVELOCK, 2020; ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2014).

Dessa forma, cabe ao marketing trabalhar na criação de estratégias de modo que crie valor para a marca e, conseqüentemente, para suas ações na bolsa de valores, além de conquistar o seu público-alvo e garantir uma experiência satisfatória de compra.

Além disso, uma subárea presente dentro do Marketing que é de fundamental importância para a compreensão da atuação de investidores é o Comportamento do Consumidor (SOLOMON, 2016). Por meio das pesquisas dessa subárea é possível desenvolver e compreender o papel dos consumidores em meio as finanças comportamentais, como os jovens, por exemplo, de modo que possam ser aplicadas à bolsa e agregar valor para as negociações.

Dessa forma, o comportamento do consumidor se trata do estudo da psicologia aplicada ao consumo, ou seja, do estudo de variáveis psicológicas que possam explicar o comportamento das pessoas em cenários de consumo, de modo que esse conhecimento seja aplicado a estratégias de marketing (SOLOMON, 2016).

Nesse sentido, existem fenômenos psicológicos que permeiam o comportamento dos investidores envolvendo vieses orientados por heurísticas, dependência de *framing* e mercados ineficientes (SAHI, 2017; SHEFRIN, 2000), incluindo os investidores mais jovens, levando em consideração que o grupo etário entre 18 a 24 anos mais que triplicou em 2020 em comparação ao ano anterior de acordo com um estudo da B3 (2020b), ou seja, os jovens estão cada vez mais presentes em meio a Bolsa de Valores e também são influenciados por variáveis comportamentais.

Dessa forma, tendo em vista a crescente presença dos jovens em meio a Bolsa de Valores, o presente estudo tem como objetivo identificar como o Marketing Digital tem colaborado para o comportamento de compra dos jovens em meio a Bolsa, isso porque as novas gerações estão presentes em meio a web de forma cada vez mais precoce. Portanto, cabe ao marketing digital o processo de gerar valor para as negociações na Bolsa em meio a web e atingir públicos específicos, como os jovens.

2. 3. O marketing digital e a bolsa de valores.

O marketing é caracterizado como sendo o estudo das ações e estratégias do mercado que está em constante movimento com o objetivo de atender as suas necessidades e desejo (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). Dessa forma, o Marketing Digital consiste na migração do offline para o on-line, no qual os consumidores passam a ter diferentes formas de interação e conexão por meio de diferentes canais com a intenção de suprir as suas necessidades e desejos (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

O Marketing Digital é um dos aspectos que tem movimentado a Bolsa de Valores nos últimos anos, com o intuito de disseminar informações e gerar conversões que resultem em vendas de produtos financeiros a respeito da Bolsa, como cursos, consultorias e também na compra e venda de ações, conforme aponta uma análise realizada pela B3 (2020b).

Dessa forma, tomando como base o estudo da B3 (2020b) o mercado financeiro tem utilizado de influenciadores digitais, plataformas online, canais do YouTube, podcasts e páginas em redes sociais com a intenção de disseminar dados e informações a respeito do funcionamento das negociações em meio a Bolsa de Valores.

Assim, por meio dos canais do YouTube, principalmente, influenciadores e experts do mercado financeiro têm compartilhado o seu conhecimento com a intenção de captar potenciais investidores na Bolsa de Valores com o objetivo de vender produtos financeiros e realizar transações na Bolsa.

Portanto, é possível perceber a importância que o Marketing Digital possui na atualidade para o consumo e venda de ações na Bolsa de Valores, em especial nos grupos etários mais jovens, que tem crescido nos últimos anos em virtude do surgimento de influenciadores digitais e canais a respeito de investimentos financeiros.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo conta com uma abordagem qualitativa, dado que esse tipo de abordagem “[...] parte do pressuposto que existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito” (MOREIRA; LIMA, 2015, p. 27-55). Tendo em vista que pretende buscar as variáveis do marketing digital que impactam no comportamento dos jovens investidores.

E para tanto, tem como instrumento de coleta de dados a pesquisa bibliográfica. Pizzani *et al.* (2012) afirma que o fluxo da pesquisa bibliográfica é formado pelas seguintes etapas: delimitação do tema-problema, levantamento e fichamento das citações relevantes, pesquisa na internet para localização de material bibliográfico, aprofundamento e expansão da busca, relação das fontes a serem obtidas, localização das fontes, leitura e sumarização e redação do trabalho.

Tais etapas, em sua maioria, são de suma importância para o desenvolvimento dessa pesquisa de forma concisa e coesa.

E como técnica de análise dos dados coletados com esse instrumento, foi realizado uma análise de conteúdo. De acordo com Gomes (2007, p. 84) “[...] através da análise de conteúdo, podemos caminhar na descoberta do que está por trás dos conteúdos manifestos, indo além das aparências do que está sendo comunicado”. Ou seja, esta análise possibilita compreender profundamente o que os autores da área descobriram a respeito para que seja possível chegar à resposta para problemática desse estudo.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

A bolsa de valores no Brasil, costumeiramente, era tomada por investidores mais velhos, porém, isso tem mudado nos últimos anos. De acordo com uma análise dos investidores brasileiros da bolsa de valores realizado pela B3 (2020a), até o ano de 2018 a maioria dos investidores possuía mais de 60 anos, mas a partir do ano de 2019, os investidores entre 25 a 39 dominaram o mercado e passaram a representar o grupo etário mais presente na bolsa de valores.

Além disso, uma outra mudança a se apontar é o crescimento da presença dos jovens entre 18 a 24 anos em meio a bolsa de valores. De acordo com a mesma análise da B3 (2020a), no ano de 2018 os jovens representavam 2% dos investidores, já no ano de 2019, essa porcentagem saltou para 8%. Em 2020, de acordo com uma outra análise da B3 (2020b), houve um aumento mais expressivo,

no qual os jovens nessa faixa etária passaram a representar 26% da bolsa de valores.

Nesse sentido, de acordo com a análise da B3 (2020b), a principal fonte de conhecimento buscada para aprender a investir na bolsa de valores, em todas as faixas etárias, são canais do YouTube e influenciadores digitais, conforme apontado por 73% dos entrevistados, seguido pelas plataformas on-line, que representaram 45% das respostas. Além disso, ainda de acordo com a mesma pesquisa, 39% dos respondentes utilizam as análises de influenciadores digitais para analisar e escolher os seus investimentos.

Além disso, o estudo científico realizado por Nascimento *et al.* (2021) aponta que o brasileiro tem aumentado a sua presença na Bolsa de Valores devido a facilidade de acesso a informação possibilitada pela internet, em especial por meio dos influenciadores e suas estratégias de marketing digital.

Corroborando com isso, Marques (2021) também aponta que os influenciadores digitais exercem um papel fundamental na influência dos pensamentos, comportamentos e atitudes dos brasileiros em meio ao mercado financeiro, sendo a geração Z a que mais realiza transações na Bolsa.

Com isso, Marques (2021), alega que essa busca por informações a respeito do mercado financeiro por meio de influenciadores digitais se deve a racionalidade limitada dos investidores brasileiros, que acabam sendo guiados por vieses comportamentais, especialmente a heurística de representatividade, pois toma como base a figura de representantes influentes com supostas experiências e avaliações de sucesso para apoiarem as suas decisões de investimentos com o intuito de reduzir riscos.

Dessa forma, corroborando com esses dados e achados científicos, é possível notar por meio da Figura 1 o surgimento de influenciadores digitais jovens em plataformas como o YouTube com o intuito de captar outros jovens e disseminar informações sobre a Bolsa de Valores. O canal “Jovens na Bolsa”, comandado por Caroline Francisco, já possui mais de 70 mil inscritos em setembro de 2021, tendo estreado em outubro de 2019.

Figura 1 – Canal “Jovens na Bolsa”



Fonte: Jovens na Bolsa ([2021]).

Um outro canal que reforça esse posicionamento, é o “Jovens de Negócios”, comandado por Breno Perrucho. Com a Figura 2 é possível perceber que o influenciador digital tem a intenção de ensinar iniciantes a investir na bolsa de valores, especialmente jovens, que é o público mais engajado com o seu canal, como é apontado na Figura 3.

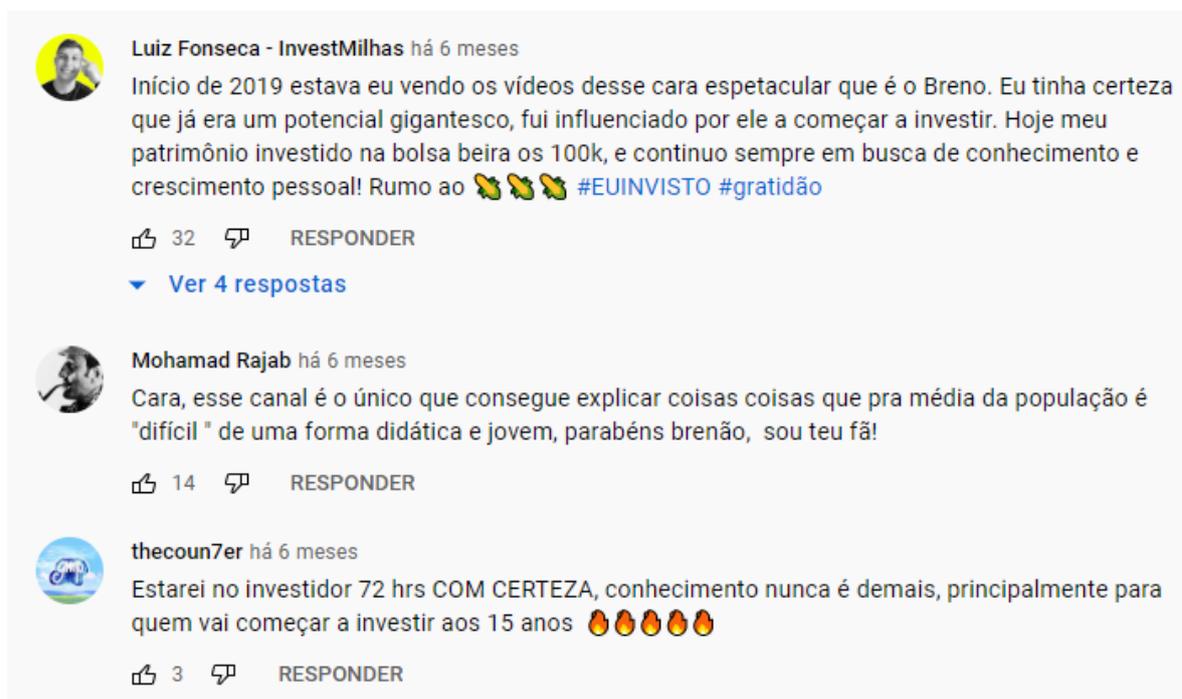
Figura 2 – Canal “Jovens de Negócios”



Fonte: Jovens de Negócios ([2021]).

Por meio da Figura 3, é possível perceber com os comentários do vídeo “Como investir na Bolsa de Valores: o passo a passo para iniciantes” que o canal do Breno Perrucho influencia jovens a realizarem transações em meio a Bolsa de Valores e participarem de seus projetos, como o “Investidor em 72 horas”, que se trata de um evento de imersão para jovens aprenderem a investir em ações.

Figura 3 – Comentários do vídeo do canal “Jovens de Negócios”



Fonte: Jovens de Negócios ([2021]).

Dessa forma, com base nos dados e informações apresentadas é possível realizar uma série de discussões que corroboram e fortalecem a literatura a respeito do comportamento dos jovens na Bolsa de Valores e a sua relação com o Marketing Digital.

Nesse sentido, tomando como base as ideias de Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) sobre a evolução do Marketing do tradicional ao digital, é possível perceber a sua dimensão em relação a atuação dos jovens na bolsa de valores, tendo em vista o seu aumento expressivo, conforme apontado pelas análises da B3 (2020a; 2020b),

os estudos de Marques (2021) e Nascimento *et al.* (2021) e pelos canais do YouTube, em consonância com a Figura 1, 2 e 3.

Por meio do canal “Jovens de Negócio” de Breno Perrucho, é possível inferir que a sua linguagem verbal e corporal é adaptada de forma que se torne mais interessante e atraente aos jovens investidores, utilizando linguagens mais despojadas e joviais com o objetivo de atrair e se engajar com esse público. Essa adaptação de linguagem corrobora com as teorias do comportamento do consumidor apresentadas por Solomon (2016), no qual o emissor deve adaptar a sua mensagem estrategicamente de forma que os jovens se identifiquem com o conteúdo e gere valor para eles, incitando a compra e o engajamento.

Além disso, por meio da Figura 3 também é possível fortalecer os pontos discutidos por Marques (2021), no qual é apontado que os usuários estão em busca de mais informações a respeito do mercado financeiro por meio de influenciadores digitais e acabam se deixando levar pela heurística da representatividade, pois se apegam a uma figura que representa uma personalidade supostamente bem sucedida, visando reduzir os seus riscos financeiros.

Assim, é possível perceber que, o Marketing Digital tem sido fundamental na aproximação dos jovens da Bolsa de Valores nos últimos anos, tendo os influenciadores digitais e os canais do YouTube como os seu principal impulsionador, conforme é apontado pela análise da B3 (2020b), com os estudos de Marques (2021) e Nascimento *et al.* (2021) e com as Figuras 1, 2 e 3. Dessa forma, com o auxílio das ferramentas do Marketing Digital, os consultores e Sociedades Corretoras tem disseminado as suas informações e produtos da Bolsa de Valores e alcançado cada vez mais jovens (COBRA, 2020; WIRTZ; HEMZO; LOVELOCK, 2020; ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2014).

Portanto, as análises apontam um aumento constante na presença nos jovens brasileiros em meio aos investimentos da bolsa de valores, especialmente no ano de 2020, impulsionados principalmente pelas análises proporcionadas por canais do YouTube e influenciadores digitais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se propôs a identificar como o marketing digital impacta o comportamento do jovem consumidor brasileiro com relação a compra de ações na bolsa de valores. Portanto, a pesquisa teve o seu objetivo geral e os seus objetivos específicos atingidos no decorrer das seções ao responder a problemática apresentada inicialmente.

Nesse sentido, os objetivos específicos do presente estudo foram atingidos ao abordar no decorrer do artigo a caracterização da Bolsa de Valores e explicar seu funcionamento, a identificação do comportamento de compra do jovem brasileiro na Bolsa de Valores e sua relação com o marketing digital e o levantamento de como o investimento na Bolsa de valores tem sido trabalho através do marketing digital.

Tendo em vista as teorias abordadas e as informações e dados coletados, é possível perceber por meio da referente pesquisa, que os jovens estão aumentando a cada ano a sua parcela como acionistas na Bolsa de Valores. Além disso, também se pode inferir que isso acontece em decorrência da influencia do Marketing Digital, especialmente por meio de canais do YouTube e influenciadores digitais.

A presente pesquisa possui limitações, pois como característica da pesquisa qualitativa, os resultados não podem ser generalizados. Outra limitação é que, no presente estudo não foi utilizado filtro para a escolha dos canais e influenciadores analisados. Estudos futuros podem realizar comparações entre o comportamento de diferentes faixas etárias em meio a bolsa de valores em virtude do Marketing Digital. Também é possível realizar experimentos que possam comparar o efeito do marketing digital e do marketing offline na intenção dos jovens investirem na bolsa de valores

REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro**. 14. ed. Barueri:Grupo GEN, 2018.
- B3 divulga estudo sobre os 2 milhões de investidores que entraram na bolsa entre 2019 e 2020. São Paulo, 2020a. Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/noticias/investidores.htm. Acesso em: 01 set. 2021.
- B3. **A descoberta da bolsa pelo investidor brasileiro**. B3, 2020b. Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/noticias/investidores.htm. Acesso em 01 de setembro de 2021.
- BRITO, O. **Mercado financeiro**. 3. ed. São Paulo:Editora Saraiva, 2019.
- BRUNI, A. L. **Mercados Financeiros**. Barueri:Grupo GEN, 2005.
- CARRETE, L. S.; TAVARES, R. **Mercado Financeiro Brasileiro**. Barueri:Grupo GEN, 2019.
- COBRA, M. **Marketing de Serviços**. Barueri:Grupo GEN, 2020.
- GOMES, R. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. *In*: MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 26.ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 79-107.
- JOVENS DE NEGÓCIOS. Como investir na bolsa de valores: o passo a passo para iniciantes. [2021]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bcNmZdtMMt8>. Acesso em: 24 de setembro de 2021.
- JOVENS NA BOLSA. Vídeos. [2021]. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/JovensNaBolsa/videos>. Acesso em: 24 de setembro de 2021.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- MARQUES, F. L. **A participação de influenciadores financeiros digitais sobre as percepções e comportamentos dos indivíduos que investem em ativos na B3**. 2021. 46 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2021.
- MENESES, A.; MARIANO, F. **Mercado Financeiro**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora LTDA, 2011.

MOREIRA, É. V.; LIMA, M. S. B. Caderno Prudentino de Geografia, **A pesquisa qualitativa em Geografia**. Presidente Prudente, n.37, v.2, p.27-55, ago./dez. 2015.

NASCIMENTO, D. C. *et al.* Influenciadores digitais no mercado de capitais: um estudo sobre o aumento de investidores na B3. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, Curitiba, v. 6, n.4, p.186-226, 2021.

PIZZANI, L.; SILVA, R. C.; BELLO, S. F.; HAYASHI, M. C. P. I. A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. **Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação**, Campinas, v. 10, n. 2, p. 53-66, 2012.

SAHI, S. K. Psychological biases of individual investors and financial satisfaction. **Journal of Consumer Behaviour**, v.16, n.6, p.511-535, 2017.

SHEFRIN, H. **Beyond Greed and Fear**: Understanding behavioral finance and the psychology of investing. Boston: Harvard Business School Press, 2000.

SILVA, C. P.; LEPRE, T. R. F. Marketing Digital: Mensagens Assertivas e a Intenção de Compra de Consumidores de Alto e Baixo Poder, **Desafio Online**, v.7, n.1, Jan./Abr. 2019.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

WIRTZ, J.; HEMZO, M. A.; LOVELOCK, C. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia, estratégia. São Paulo: Editora Saraiva, 2020.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de Serviços**. Porto Alegre: Grupo A, 2014.

**MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO - CARREIRAS E DESAFIOS NO
AGRONEGÓCIO: REVISÃO SISTEMÁTICA DAS PUBLICAÇÕES DO EVENTO
SEMEAD NOS ANOS DE 2009 A 2020**

**WOMEN IN THE LABOR MARKET – CAREERS AND CHALLENGES IN
AGRIBUSINESS: SYSTEMATIC REVIEW OF SEMEAD EVENT PUBLICATIONS IN
THE YEARS 2009 TO 2020**

Bárbara Gabriela Fernandes de Oliveira
barbarafeernandes@hotmail.com
Unoeste

Valdecir Cahoni Rodrigues
cahoni@unoeste.br
Unoeste

Lechan Colares Santos
lechan@unoeste.br
Unoeste

RESUMO: Desde os tempos mais remotos as mulheres vêm sofrendo preconceitos ao ingressar no mercado de trabalho, principalmente em áreas com domínio de mão de obra masculina. Nessa vertente, o setor do agronegócio não é diferente, uma vez que é uma área ocupada quase que exclusivamente por homens. Nesse cenário, as mulheres do campo enfrentam desigualdade salarial mesmo possuindo as mesmas competências de gestão. A presente pesquisa respondeu aos seguintes questionamentos: as academias têm abordado a possibilidade de carreira para as mulheres no mercado do agronegócio? quais os desafios enfrentados por elas no mercado do agronegócio? Foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisas dos tipos bibliográfica, descritiva exploratória e qualitativa, com revisão sistemática e análise de conteúdo. Por fim, conclui-se que, após realizadas as análises dos artigos encontrados no evento SEMEAD, as academias não têm pesquisado, nos últimos anos, a respeito das mulheres no mercado de trabalho no ramo do agronegócio e os seus desafios.

Palavras-chaves: mercado de trabalho; mulher; agronegócio; carreira.

ABSTRACT: Since the most remote times, women have suffered prejudice when entering the labor market, especially in areas with dominance of male labor. In this aspect, the agribusiness sector is no different, since it is an area occupied almost exclusively by men. In this scenario, rural women face wage inequality even though They have the same management skills. This research answered the following question: Have academies addressed the possibility of a career and what are the challenges faced by women in the agribusiness market? To answer the research problem, the following methodological procedures will be used: bibliographical research; exploratory descriptive; qualitative with systematic review and content analysis. Finally, it is concluded that after analyzing the articles found at the SEMEAD event, the academies have not dealt in recent years about women in the agribusiness labor market and their challenges.

Keywords: job Market; women; agribusiness; career.

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa abordou os desafios enfrentados pelas mulheres durante décadas ao tentarem consolidar o seu espaço dentro do mercado de trabalho no ramo do agronegócio. Por muitos anos, as mulheres foram vistas pela sociedade como alguém que deveria trabalhar em casa, cuidando do lar e da família; por outro lado, os homens eram responsáveis por trabalhar fora e sustentar a casa; assim, havia um preconceito muito grande com aquelas mulheres que decidiam sair em busca de um emprego que lhes oferecesse-se uma renda. Por esse motivo, a mão de obra feminina era considerada inferior à dos homens, mesmo muitas vezes realizando funções similares aos empregados do gênero oposto, além do fato de se engravidassem, elas precisariam se ausentar dos seus afazeres.

Esse cenário começou a mudar na Revolução Industrial, quando as fábricas passaram a contratar mão de obra feminina a fim de diminuir as despesas com salários, o que levou a uma grande absorção da mulher no mercado de trabalho e elas passaram a demonstrar seu valor fora de casa.

No decorrer dos anos, as prioridades se modificaram para as mulheres e elas passaram a estudar e se qualificar para irem à busca de empregos, pois passaram a ter e querer uma vida profissional digna. Ser mãe e construir uma família já não são as coisas mais importantes e necessárias para a vida delas no mundo moderno.

É importante destacar que, apesar das lutas diárias por igualdade entre homens e mulheres, e mesmo hoje depois de a mulher ter conquistado muitos espaços e lugares que antes eram designados apenas para homens, existe muito preconceito para enfrentar ao tentar ingressar em certas áreas e muita desigualdade em relação salarial.

O agronegócio é um exemplo de mercado de trabalho com mão de obra majoritariamente masculina; entretanto, as mulheres vêm buscando cada vez mais capacitação para disputarem com os homens, em nível de igualdade, uma vaga no vasto mercado do agronegócio. No próprio curso de agronomia, que habilita os

indivíduos para trabalharem no setor de agronegócio, a maioria dos alunos são homens. Por outro lado, de acordo com a matéria do Centro de Estudos avançados em Economia – CEPEA -, a participação feminina no mercado de trabalho do agronegócio tem crescido muito entre os anos de 2004 e 2015, passando de 24,1% para 28%. Entretanto, no Brasil essa participação ainda é baixa: no ano de 2015, por meio de pesquisas pode-se observar que apenas 40% dos trabalhadores eram mulheres. Observa-se também que o trabalho da mulher é mais procurado quando exige um cuidado maior na tarefa a ser executada, mas, quando a tarefa exige mais força física, elas são descartadas, na maioria das vezes pela crença comum de que não podem realizá-la com a mesma qualidade que um homem. Além disso, a maioria das mulheres que estão no ramo relata terem vivido preconceito pelo menos uma vez em sua carreira (CEPEA, 2018.)

Mais recentemente, foi implantado o curso Superior Tecnológico em Agronegócio, que tem como objetivo principal formar profissionais para a área de gestão, de forma que a agricultura cresça ainda mais em nosso país. Embora seja um curso focado em gestão, ainda é normal ver, nas salas de aulas, mais homens do que mulheres como alunos, mas já é perceptível notar que a quantidade de mulher na área de gestão do agronegócio tem aumentado consideravelmente.

De acordo com Frankel (2007), conforme citado por Tonani (2011, p.8), “todas as mulheres são naturalmente líderes, e que certas características exclusivas da mulher são o que faz a grande diferença no novo conceito de liderança que as empresas buscam atualmente”.

A mulher tem uma visão diferente de poder quando está no nível estratégico da empresa. Ela não sente vontade de querer comandar e ter o domínio sobre as demais pessoas, mas sim de poder influenciar e de ser reconhecida pelas suas competências de gestora. As mulheres possuem mais facilidade em compreender, ouvir e conciliar várias tarefas ao mesmo tempo, tendo em vista que elas lidam diariamente com a dupla jornada entre a vida profissional e familiar. Nos dizeres de Sabioni (2019), é muito importante que profissionais do agronegócio busquem sempre se aperfeiçoar para que possam se tornar líderes e motivarem as pessoas

através de novas habilidades. Uma mulher que lidera e dá exemplo de gestão a outras mulheres inspira e traz grandes exemplos a ser seguido, além de fortalecer outras mulheres e a incentivar para que não desistam e sejam fortes diante de muitos preconceitos que ainda acontecem durante toda sua trajetória no mercado do agronegócio.

Em um estudo com mulheres atuantes no agronegócio, foi constatado que elas sofrem problemas por não serem levadas a sério por seus funcionários, além de não terem apoio familiar ao se interessarem pelas profissões correspondentes dentro do ramo e dizem sofrer com a solidão, o que acaba resultando em certa exclusão em um ambiente majoritariamente masculino.

Esta pesquisa buscou responder aos seguintes questionamentos: as academias têm abordado a possibilidade de carreira para as mulheres no mercado do agronegócio? quais os desafios enfrentados por elas no mercado do agronegócio? E tem como objetivo geral detectar e analisar, através das publicações no evento Semead, nas edições 2009 a 2020, as respostas para essas indagações.

Já nos objetivos específicos buscou-se verificar as principais características do perfil das mulheres que optam por seguir a carreira do agronegócio; identificar os preconceitos relacionados às mulheres para a sua inserção nesse mercado de trabalho; analisar as diferenças salariais e cargos entre mulheres e homens; observar de que forma essas mulheres têm buscado superar os preconceitos do dia a dia e coletar dados do maior evento brasileiro científico Semead entre os anos de 2009 a 2020.

Justifica-se esta pesquisa uma vez que os seus resultados poderão ser utilizados pelos pesquisadores para dar ênfase neste tema frente a novas publicações e para os próprios gestores do agronegócio, que terão a oportunidade de entender mais sobre este assunto e priorizar o crescimento profissional das mulheres que atuam junto a eles.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa buscou analisar de que forma as academias têm abordado a possibilidade de carreira das mulheres no ramo do agronegócio e quais são os desafios enfrentados por elas durante toda essa trajetória. Para se alcançar esses objetivos, alguns métodos foram definidos. Para fazer essa análise foi realizada uma pesquisa bibliográfica que ajudou a pesquisadora a entender mais sobre o assunto e também na tomada de decisões durante a pesquisa. Segundo Manzo (1981), a bibliografia “oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas, onde os problemas ainda não se cristalizaram suficientemente” (MANZO, 1981, p.32) É por intermédio da pesquisa bibliográfica que os objetivos específicos serão alcançados.

Por outro lado, quanto aos objetivos, esta pesquisa foi descrita como um modelo de pesquisa exploratória, a qual, segundo Gil (2002), tem como finalidade principal induzir uma maior familiaridade do leitor com o problema a fim de mostrar pontos de vistas claros a partir de levantamentos conclusivos na literatura contemporânea e atual, construir hipóteses e entrevistas. Realizada a partir de revisões na literatura atual e contemporânea, esta pesquisa explorou a temática de acordo com o que os mais diversos autores relatam sobre o problema: o que as mulheres enfrentam ao tentar ingressar no mercado agro e os preconceitos sofridos diariamente, o que possibilitou maior familiaridade com o problema analisado.

Foi uma pesquisa de natureza qualitativa. Este método é feito a partir de estudos bibliográficos, como os livros, reportagens de jornal e quando não ocorre o uso de dados numéricos. A pesquisa qualitativa possibilita uma liberdade maior do que a quantitativa, mas é preciso ter cuidado em saber como estruturá-la para que não se perca a essência. Segundo Rampazzo (2004, p.58) a abordagem qualitativa “busca uma compreensão particular daquilo que estuda: o foco da sua atenção é centralizado no específico, no peculiar, no individual, almejando sempre a compreensão e não a explicação dos fenômenos estudados”

A revisão sistemática é uma revisão elaborada para responder uma pergunta específica, usando métodos para avaliar e identificar os dados coletados e inseridos na revisão. De acordo com Rother (2007), “Os trabalhos de Revisão Sistemática são

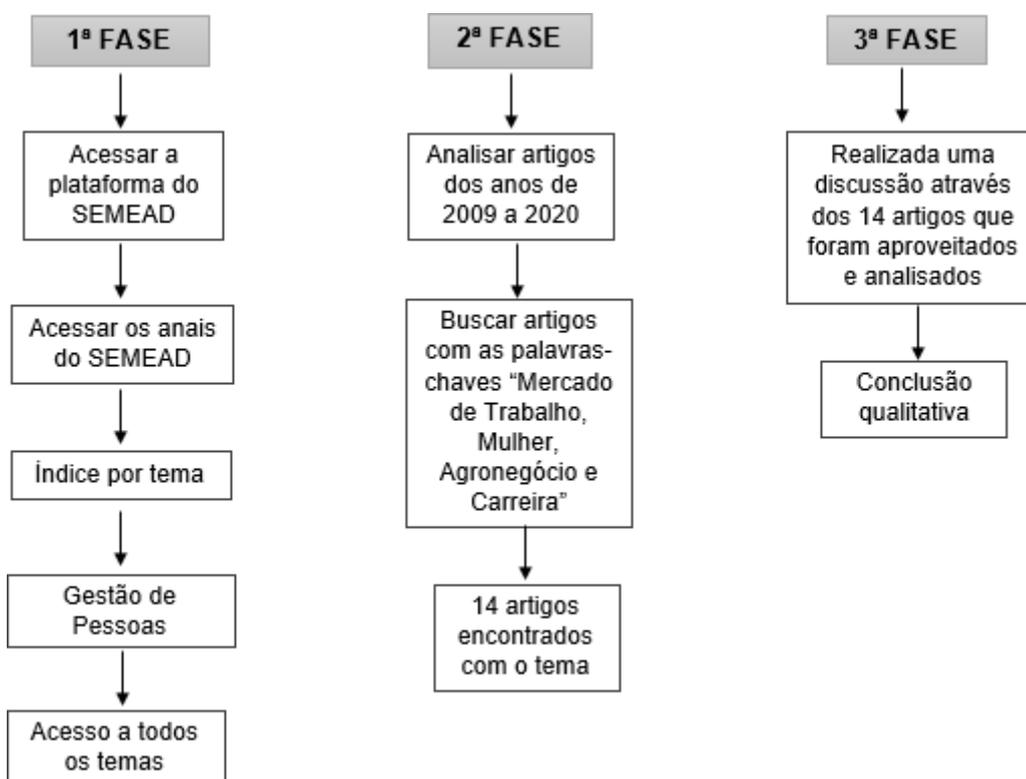
considerados trabalhos originais, pois, além de utilizar como fonte dados da literatura sobre determinado tema, são elaborados com rigor metodológico” (ROTHER, 2007, p.1).

Optou-se pela análise de conteúdo, pois segundo Bardin (1987), ela facilita o processo a ser seguido para que se possa realizar a análise dos dados qualitativos. Segundo o mesmo autor (BARDIN, 1977), a utilização da análise de conteúdo prevê três fases cronológicas que são fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados – a inferência e a interpretação. O conteúdo analisado nesta pesquisa foi retirado das publicações no evento Semead, nas edições 2009 a 2020. Nessa análise, a pesquisadora teve duas funções: compreender o sentido da comunicação como se fosse o receptor e, por outro lado, buscar outros significados, outras mensagens e entendimentos com outra visão.

Por fim, utilizou-se a análise de dados, que consiste em transformar os dados coletados em informações concretas. Conforme Gil (2008, p. 175), “a análise tem como objetivo organizar e resumir os dados de forma tal que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação”. O pesquisador irá analisar de forma mais profunda os dados coletados, buscando respostas para a sua interrogação. De acordo com Minayo (1992, p. 69), citado por Lozada (2018, p.204), as fases da análise podem “Estabelecer uma compreensão dos dados coletados, confirmar ou não os pressupostos da pesquisa e/ou responder às questões formuladas e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado, articulando-o ao contexto cultural do qual faz parte”. Além disso, detectar as fases da análise ajuda o pesquisador a construir melhor os seus resultados e melhorar a elaboração da escrita. Para realizar a coleta de dados foi realizada uma pesquisa no site do evento SEMEAD (<https://semead.com.br/23/edicoes-anteriores/>); em seguida, acessados os anais de XII a XXIII correspondentes aos anos 2009 a 2020. Acessou-se a área temática de gestão de pessoas e, após isso, foi analisado se havia artigos com, pelo menos, uma palavra-chave das que foram estabelecidas: “Mercado de Trabalho, Mulher, Agronegócio e Carreira”.

Das 12 edições analisadas, foram encontrados 652 artigos nas áreas, sendo que destes foram considerados apenas 14 artigos (2,14%) com significância associada aos critérios da pesquisa. Em seguida, foi executada uma leitura de todos os artigos, filtrando as informações mais relevantes, verificando quais artigos poderiam fortalecer para responder o problema de pesquisa apontado.

Figura 01 - Fases da revisão sistemática.



Fonte: Os autores.

3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Este tópico tem como objetivo apresentar os resultados que foram alcançados através de uma revisão sistemática no evento Semead, entre os anos de 2009 a 2020, dentro da área de gestão de pessoas. Foram analisadas 12 edições

desse evento com um total de 652 artigos, sendo que desses foram considerados 14 artigos, (2,14%) com significância associada aos critérios da pesquisa.

Para uma melhor compreensão dos dados que foram obtidos através desta pesquisa, o quadro abaixo apresenta as informações coletadas e separadas por eventos em relação à quantidade de artigos na área, quantidade de artigos aproveitados, título, ano de publicação, autores, síntese do objetivo, tema base e os métodos de abordagem.

Quadro 01 - Dados coletados nos artigos selecionados durante a pesquisa.

Nº evento	XII
Quant. Artigos na Área	50
Quant. Artigos aproveitados	1
Título	Conflito na relação trabalho e família de mulheres gerentes - O caso do Banco do Brasil.
Ano de publicação	2009
Autores	Renata Laíse Reis de Souza, Almog Griner, Max Leandro de Araújo Brito, Victor Olavo de Paiva Miranda Rocca e Anielson Barbosa da Silva.
Síntese do objetivo	Identificar as influências das relações familiares nas práticas gerenciais, segundo a percepção de mulheres-gerentes, que atuam em uma agência do Banco do Brasil localizada na cidade de Natal/RN.
Tema base	
Métodos de abordagem	Pesquisa descritiva de abordagem qualitativa.
Nº evento	XIV
Quant. Artigos na Área	42

Quant. Artigos aproveitados	2
Título	1) Mulheres em posição de comando: uma trajetória de percalços e sucessos. 2) Os desafios da mulher em cargos de liderança.
Ano de publicação	2011
Autores	1) Carlos Antônio Cardoso Sobrinho, Paulo Henrique Martins Desidério e Angélica Gonçalves de Souza. 2) Ana Leticia Siqueira de Castro, Marco Aurelio Ramos e Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo.
Síntese do objetivo	1) Identificar e interpretar os fatores vinculados às situações envolvendo a atuação da mulher que ocupa posição de comando. 2) Tem com objetivo geral identificar e analisar os desafios encontrados pelas mulheres que ocupam cargo de liderança ao gerenciar suas equipes.
Tema base	
Métodos de abordagem	1) Abordagem qualitativa. 2) Abordagem qualitativa e entrevista semiestruturada.
Nº evento	XV
Quant. Artigos na Área	55 (área total) - 13 (área de Gestão de Pessoas, Incentivos, Remuneração e Satisfação no Trabalho)
Quant. Artigos aproveitados	1
Título	Mulher, uma questão de gênero: Analisando os aspectos organizacionais que influenciam na satisfação no trabalho de profissionais urbanas de Santa Cruz do Sul (RS).
Ano de publicação	2012
Autores	Lucas Charão Brito, Rolando Juan Soliz Estrada, Cristiano Descovi Schimith, Lorenzo Sanfelice Frazzon e Lisiane Pellini Faller.

Síntese do objetivo	Analisar os aspectos que influenciam a satisfação no trabalho de profissionais do gênero feminino.
Tema base	Gestão de Pessoas, Incentivos, Remuneração e Satisfação no Trabalho.
Métodos de abordagem	Abordagem descritiva e quantitativa.
Nº evento	XVIII
Quant. Artigos na Área	40 (área total) - 7 (Temas Emergentes e Modismos em Gestão de Pessoas).
Quant. Artigos aproveitados	1
Título	1) A participação da Mulher no ambiente corporativo: Uma análise da produção científica sobre gênero na área da administração.
Ano de publicação	2015
Autores	1) Elaine Aparecida Regiani de Campos, Marcia Sierdovski, Silvio Roberto Stefano, Luiz Fernando Lara e Sandra Mara de Andrade.
Síntese do objetivo	1) Analisar as publicações sobre gênero publicadas no EnANPAD no período de 2004-2014 que inserem esse debate no campo da administração.
Tema base	Temas Emergentes e Modismos em Gestão de Pessoas.
Métodos de abordagem	1) Pesquisa bibliométrica.
Nº evento	XIX
Quant. Artigos na Área	54 (área total) - 6 (Significado do Trabalho, Satisfação e Mecanismos de Recompensa).
Quant. Artigos aproveitados	1

Título	Antecedentes do conflito Trabalho-Família: Diferenças entre a percepção de homens e mulheres nas melhores empresas para você trabalhar.
Ano de publicação	2016
Autores	Érica Custódia de Oliveira, Ângela Christina Lucas e Tania Casado.
Síntese do objetivo	Analisar se há diferenças entre a percepção de homens e mulheres sobre antecedentes relacionados ao conflito trabalho-família de acordo com variáveis demográficas relativas aos trabalhadores.
Tema base	Significado do Trabalho, Satisfação e Mecanismos de Recompensa.
Métodos de abordagem	Pesquisa quantitativa exploratória e descritiva.
Nº evento	XX
Quant. Artigos na Área	86 (área total) - 25 (Carreiras e Competências).
Quant. Artigos aproveitados	1
Título	1) Mulheres no Poder: Um estudo sobre a perspectiva de executivas brasileiras sobre a baixa representatividade feminina em cargos de liderança.
Ano de publicação	2017
Autores	1) Mariana Giorgi Mariano, Franciele Aline Parrilla e Tania Casado.
Síntese do objetivo	1) Analisar a perspectiva de mulheres brasileiras em posições de liderança sobre quais aspectos influenciam a baixa representatividade de mulheres no topo das pirâmides.
Tema base	Carreiras e Competências.
Métodos de abordagem	1) Abordagem qualitativa, exploratória e descritiva.

Nº evento	XXI
Quant. Artigos na Área	88 (área total) - 32 (Carreiras e Competências).
Quant. Artigos aproveitados	1
Título	Sucesso objetivo e sucesso subjetivo na carreira: diferenças entre homens e mulheres.
Ano de publicação	2018
Autores	Érica Custódia de Oliveira, Angela Christina Lucas e Tania Casado.
Síntese do objetivo	Comparar os níveis de sucesso objetivo e as percepções de sucesso subjetivo na carreira para os homens e as mulheres. Há dois objetivos específicos: a) analisar os níveis de sucesso objetivo e as percepções de sucesso subjetivo na carreira; b) identificar semelhanças e diferenças entre esses dois sucessos na carreira para os homens e as mulheres.
Tema base	Carreiras e Competências.
Métodos de abordagem	Pesquisa quantitativa e descritiva.
Nº evento	XXI
Quant. Artigos na Área	88 (área total) - 13 (Temas Emergentes e Modismos em Gestão de Pessoas).
Quant. Artigos aproveitados	3
Título	1) Empoderamento, liderança e mulher nos processos de trabalho. 2) Mercado de trabalho: Análise da produção científica internacional. 3) O QUE ELES PENSAM SOBRE ELAS? Representações Sociais da Mulher Executiva.
Ano de publicação	2018

Autores	1) Nathalia Nunes Dias, Marcos Ferreira Santos e Leandro dos Santos Pacheco. 2) Fernanda Almeida da Silva Rosa, Silvio Roberto Stefano, Márcio Luiz Bernardim e Luiz Fernando Lara.
	3) Camila Veloso Antunes, Antônio Carvalho Neto, Erica Cristina Pereira Lima de Souza e Carolina Maria Mota Santos.
Síntese do objetivo	1) Avaliar os desafios enfrentados por mulheres com cargo de gestão ou liderança na Grande Vitória, suas perspectivas diante da ascensão feminina no mercado de trabalho e o empoderamento da mulher nos processos de trabalho. 2) Identificar as publicações de artigos de periódicos internacionais sobre mercado de trabalho, disponíveis nas bases EBSCOhost e Periódicos CAPES, no período de 2013-2017. 3) Investigar, a partir da perspectiva dos homens executivos, quais são as representações sociais em torno da mulher executiva, especificamente sobre a atuação no ambiente de trabalho.
Tema base	Temas Emergentes e Modismos em Gestão de Pessoas.
Métodos de abordagem	1) Pesquisa qualitativa dentro do método fenomenológico. 2) Pesquisa bibliométrica. 3) Pesquisa descritiva, abordagem qualitativa.
Nº evento	XXII
Quant. Artigos na Área	89 (área total) - 19 (Gestão de Pessoas e de Equipes).
Quant. Artigos aproveitados	1
Título	1) Estilos de Liderança: Percepções sobre diferenças entre líderes homens e mulheres nas áreas de finanças e contabilidade.
Ano de publicação	2019
Autores	1) Emerson Wesley Dias, Elza Fátima Rosa Veloso e Marcelo Antônio Treff.

Síntese do objetivo	1) Identificar a percepção dos profissionais das áreas de contabilidade e finanças acerca dos estilos de liderança adotados por seus líderes sendo homens ou mulheres.
Tema base	Gestão de Pessoas e de Equipes.
Métodos de abordagem	1) Abordagem de natureza quantitativa através do uso da Escala de Avaliação do Estilo Gerencial.
Nº evento	XXII
Quant. Artigos na Área	89 (área total) - 10 (Significado do Trabalho, Satisfação e Mecanismos de Recompensa).
Quant. Artigos aproveitados	2
Título	1) Cultura Organizacional e conflito trabalho-família: um estudo segundo a percepção de mulheres trabalhadoras. 2) Opt-Out: Os Sentidos do Trabalho para a Mulher após o Nascimento dos Filhos.
Ano de publicação	2019
Autores	1) Nágila Giovanna Silva Vilela e Mariane Lemos Lourenço. 2) Cynthia Maria Brasiel de Filippo Menicucci e Simone Costa Nunes.
Síntese do objetivo	1) Compreender como os elementos da cultura organizacional podem ser facilitadores e/ou inibidores do conflito trabalho-família para mulheres trabalhadoras. 2) Tem-se por objetivo propor uma reflexão teórica acerca dos sentidos do trabalho envolvidos no opt-out da carreira da mulher após o nascimento dos filhos.
Tema base	Significado do Trabalho, Satisfação e Mecanismos de Recompensa.
Métodos de abordagem	1) Abordagem qualitativa e descritiva. 2) Abordagem qualitativa.

Fonte: Os autores

Nota: Dados da Semead de 2009 a 2020

Analisando a coleta de dados realizada, observa-se que, desde o ano de 2009, os autores Souza *et al.* (2009) já haviam abordado o tema sobre os conflitos na relação entre o trabalho e a família das mulheres gerentes. O método utilizado pelos pesquisadores foi por intermédio de uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa, na qual o objetivo geral foi identificar as influências das relações familiares nas práticas gerenciais, segundo a percepção de mulheres-gerentes que atuam em uma agência do Banco do Brasil localizada na cidade de Natal/RN.

Com as informações coletadas ao final da pesquisa, foi possível chegar às considerações relacionadas à forma com que as mulheres gerentes da população estudada vivenciam o conflito família-trabalho, constatando-se que esses conflitos acabam interferindo no seu comportamento e nas suas atitudes, sendo mais causados por interferências de conflitos vividos no trabalho do que conflitos no ambiente familiar. Esses conflitos vividos por estas gerentes acabam trazendo efeitos como problemas emocionais, físico e de saúde, além de prejudicarem o relacionamento familiar.

No ano seguinte foram aproveitados dois artigos; o primeiro tratava-se das mulheres em posição de comando com uma abordagem qualitativa, já a segunda pesquisa possuía uma abordagem qualitativa com entrevista semiestruturada a respeito dos desafios que as mulheres encontram em cargos de liderança, os quais tinham como objetivo geral identificar e interpretar os fatores vinculados às situações envolvendo a atuação da mulher que ocupa posição de comando e identificar e analisar os desafios encontrados pelas mulheres que ocupam cargo de liderança ao gerenciar as suas equipes.

Em relação aos resultados foi possível observar que, em relação à trajetória profissional, as mulheres se mostram focadas em seus objetivos e que alcançá-los é também sempre um motivo de satisfação pessoal. As relações interpessoais se esgotaram no ambiente organizacional em relação aos colaboradores, porém, com os clientes ainda existem certo preconceito e preferência do poder masculino.

No segundo caso foi realizada uma entrevista com oito líderes, dos quais seis eram mulheres e dois eram homens. As gerentes entrevistadas relataram ter

dificuldade em administrar e gerenciar o tempo de suas tarefas da vida profissional e da vida pessoal. As líderes relataram na entrevista que sofrem preconceito com o cargo de liderança e, apesar de a empresa estar cada dia mais ocupada por mulheres, elas ainda continuam sofrendo discriminações quando ocupam cargos mais elevados. De forma geral, as mulheres possuem uma forma singular de gerenciamento em relação ao gerenciamento masculino, pois são mais flexíveis e se preocupam mais com o ser humano, buscando sempre unir as pessoas e os processos.

No evento XV, do ano de 2012, foi aproveitado um artigo de abordagem descritiva e quantitativa, que tinha como objetivo analisar os aspectos que influenciam a satisfação no trabalho de profissionais do gênero feminino. Com o tema base de Gestão de Pessoas, Incentivos, Remuneração e Satisfação no Trabalho. Nessa pesquisa foi feita a aplicação de um questionário a partir de um levantamento do tipo Survey a uma amostra de 220 profissionais do gênero feminino, no qual se pode observar que as profissionais da amostra estão, de certa forma, satisfeitas com os aspectos de seu trabalho referente à estrutura organizacional; porém, questões discutidas durante décadas em relação à evolução da mulher no mercado de trabalho, remuneração e desigualdade no tratamento ainda são consideradas insatisfatórias.

No evento do ano seguinte, em 2015, foi possível aproveitar um artigo, resultante de uma pesquisa bibliométrica. A dada pesquisa explora a participação da mulher no ambiente corporativo, com o intuito de analisar as publicações sobre gênero publicadas no ENANPAD, no período de 2004 a 2014, que inserem esse debate no campo da administração. Ao final desse trabalho, através de um levantamento de dados, concluiu-se que as mulheres conquistaram seu espaço, como também foram capazes de romper grandes barreiras, mostrando-se aptas a competir de igual para igual com o gênero oposto.

No evento XIX, em 2016, foi realizada uma pesquisa quantitativa, exploratória e descritiva, que buscaram analisar se existem diferenças entre a percepção de homens e mulheres sobre antecedentes relacionados ao conflito

trabalho-família, de acordo variáveis demográficas relativas aos trabalhadores. Na pesquisa em questão, foi utilizado o uso de dados secundários das “Melhores Empresas para você trabalhar” (MEPT), no ano de 2015, que apurou a frequência das práticas de gestão de conflito trabalho-família (CTF) e a percepção declarada dos trabalhadores. Observou-se que houve uma divisão de resultados para a hipótese central do estudo e, quando as mulheres percebem mais suporte do gestor, gera-se menos CTF para elas; por outro lado, quando o suporte dos colegas é menor e o equilíbrio entre vida profissional e pessoal é baixo, o CTF aumenta.

No ano de 2017 foram encontrados 25 artigos na área de Carreira e Competências e desse total foi aproveitado apenas um, que tinha como objetivo analisar quais as perspectivas de mulheres brasileiras em posições de liderança por meio de uma pesquisa de abordagem qualitativa, exploratória e descritiva. Verificou-se que, embora as mulheres entrevistadas estejam envolvidas em questões referentes aos desafios da carreira feminina, pode-se notar que este ainda é um tema que causa discussões longas. A diversidade de experiência é muito importante para que possa ser aprofundado ainda mais esse diagnóstico. É preciso saber ouvir as mulheres para que esse processo de adaptação seja mais rápido e que elas consigam compartilhar seus desafios.

No ano seguinte, em 2018, foi realizada uma pesquisa quantitativa e descritiva sobre: “Sucesso objetivo e sucesso subjetivo na carreira: diferenças entre homens e mulheres”. O tema base foi “Carreiras e Competências”, com o objetivo de comparar os níveis de sucesso objetivo e as percepções de sucesso subjetivo na carreira para homens e mulheres. Os pesquisadores concluíram que, para a amostra pesquisada, a renda das mulheres é menor do que os homens, apesar de elas trabalharem o mesmo número de horas e estudarem por mais tempo, causando sucesso objetivo menor para elas. Já em relação à percepção de sucesso subjetivo, ambos estão satisfeitos com suas carreiras.

No evento XXI, encerrando o ano de 2018, três artigos foram encontrados com o tema base “Temas Emergentes e Modismos em Gestão de Pessoas”. Seus objetivos eram avaliar os desafios enfrentados por mulheres com cargo de gestão na

Grande Vitória; identificar as publicações de artigos de periódicos internacionais sobre o mercado de trabalho 2013-2017 e investigar quais são as representações sociais em torno da mulher executiva, especificamente no ambiente de trabalho. Os resultados demonstraram que a mulher vem se destacando no mercado de trabalho, mas quando se trata de cargos de liderança para coleta de dados a amplitude foi menor. Pouco a pouco, as mulheres vêm ocupando seus espaços, acabando com o machismo enraizado, porém ainda precisam provar sua capacidade.

Ao final do levantamento da segunda pesquisa de abordagem bibliométrica, foi cabível afirmar que os cinco trabalhos de maior renome encontrados durante o levantamento revelaram realidades dos países capitalistas, como a desigualdade salarial, o impacto causado pela tecnologia, da globalização e das importações nos mercados de trabalhos e ainda as questões relacionadas às instituições e políticas públicas.

E no terceiro foi possível dizer que o mesmo traz contribuições para a literatura e pesquisas adjacentes a ele, por relacionar representações sociais e gênero, uma temática ainda pouco explorada no meio da Administração. Foi analisado por meio desse trabalho que os homens veem as mulheres chefes, em relação à sua capacidade de negociação, como frágeis, emocionadas, assim como também são vistas como passivas por não questionarem regras e se imporem quando necessário.

Do evento XXII, de 2019, aproveitou-se uma pesquisa com o tema base “Gestão de Pessoas e de Equipes”, com o trabalho “Estilos de Liderança: Percepções sobre diferenças entre líderes homens e mulheres nas áreas de finanças e contabilidade”, através de uma abordagem de natureza quantitativa por meio do uso da Escala de Avaliação do Estilo Gerencial, com o intuito de identificar a percepção dos profissionais das áreas de contabilidade e finanças acerca dos estilos de liderança adotados por seus líderes sendo homens ou mulheres. Sua conclusão foi que mulheres ainda enfrentam diferenças grandes em relação às suas capacidades de acatar posições de liderança nas áreas estudadas, sendo em sua grande maioria ocupadas por homens, o que leva a uma percepção majoritária

masculinizada sobre os estilos de liderança. Concluiu-se também a evidência de que mulheres, quando líderes, são bem classificadas no estilo de tarefa, se comparadas a líderes masculinos.

No evento de 2019, com o tema base “Significado do Trabalho, Satisfação e Mecanismos de Recompensa”, foi possível explorarmos dois trabalhos: o primeiro se trata de um estudo com abordagem qualitativa e descritiva, possuindo como objetivo compreender como os elementos da cultura organizacional podem ser facilitadores e/ou inibidores do conflito trabalho- família para mulheres trabalhadoras. Perante esse estudo é cabível dizer que alguns elementos de cultura organizacional como os valores, comunicação, rituais, cerimônias e crenças foram favoráveis ao conflito trabalho-família para uns, quanto ameaçador para outros, tendo em vista que a cultura organizacional é heterogênea.

Outro trabalho analisado neste evento foi o trabalho “Opt-Out: Os Sentidos do Trabalho para a Mulher após o Nascimento dos Filhos”, de abordagem quantitativa com o objetivo de propor uma reflexão teórica acerca dos sentidos do trabalho envolvidos no opt-out da carreira da mulher após o nascimento dos filhos. Por esse trabalho foi possível analisar que a maternidade acaba influenciando algumas mulheres na redução da carga de trabalho, seja por deixar o emprego, por um intervalo de tempo, ou levando-as a trocar de emprego ou segmento de mercado, como ainda adiando em aceitar propostas de promoção dentro de seu emprego, o que acarretaria a um aumento de salário.

Ressalta-se que nos anos de 2010, 2013, 2014 e 2020, nos eventos XIII, XVI, XVII e XXIII não foram encontradas palavras-chaves pertinentes para a pesquisa em questão. Concluímos que, com os artigos encontrados e analisados para esta pesquisa, foi possível compreender que, nos tempos atuais, tem sido abordado com frequência em pesquisas o espaço das mulheres em cargos de liderança, os seus desafios e como elas vêm lutando diariamente para ocupar esse espaço. Entretanto, não houve nenhuma pesquisa que se referisse de fato, dentro do mercado de trabalho, como é a rotina dessas mulheres e seus desafios no ramo do agronegócio. Também se observou que, nos anos de 2009 a 2020, no evento do

SEMEAD, não foi encontrada nenhuma pesquisa que abordasse a palavra-chave “agronegócio” no tema.

Após as análises das pesquisas encontradas no evento SEMEAD, foi possível relevar alguns quesitos importantes para esta presente pesquisa. Observou-se que, em relação aos autores das pesquisas aproveitadas, foi localizado um total de 48 pessoas, das quais 27 eram mulheres e 21 homens, concluindo-se, então, que as mulheres tiveram uma participação maior, apesar de ser uma diferença pequena.

Quanto às instituições de ensino, foram analisadas 20 instituições diferentes, obtendo uma igualdade entre as universidades públicas e privadas, o que nos permitiu entender que o tema tem sido tratado em ambas as instituições e estilos de vida.

Em relação aos procedimentos metodológicos utilizados, a abordagem qualitativa e descritiva foram os métodos mais utilizados e presentes nessas pesquisas. As demais pesquisas utilizaram outros métodos, sendo um deles utilizado com maior frequência, o de pesquisa quantitativa.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa retratou, a partir da fundamentação teórica, quais os desafios enfrentados pelas mulheres ao tentarem consolidar o seu espaço dentro do mercado de trabalho no ramo do agronegócio. Os dados coletados foram por meio de uma análise de conteúdo no evento SEMEAD, nos anos de 2009 a 2020, onde se buscou observar se os pesquisadores têm abordado pesquisas com essa temática.

Esta pesquisa foi realizada de acordo com a problemática estabelecida de que se as academias têm pesquisado a possibilidade de carreira e quais os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado do agronegócio. Após analisar as pesquisas do evento SEMEAD, concluiu-se que as academias não têm estudado este assunto no decorrer dos últimos anos, embora seja um tema importante, tendo

em vista que cada vez mais as mulheres vêm ocupando espaços no ramo do agronegócio.

Com os resultados encontrados, foi possível concluir que não há nenhuma pesquisa que fale como de fato é a realidade das mulheres nesse ramo, os seus desafios e os seus preconceitos diários. Os pesquisadores observaram que a participação feminina no mercado de trabalho tem se expandido muito nos últimos anos e as mulheres vem ocupando cada dia mais lugares de liderança dentro das empresas, mostrando que também são capazes de exercer um trabalho digno, de qualidade e eficiente, apesar de ainda sofrerem preconceitos dentro das organizações.

Das limitações da pesquisa sugere-se para futuros pesquisadores que analisem outros eventos científicos para ampliar a base de dados e compreender de quais formas a temática vem sendo tratada. Sugere-se também que realizem novas pesquisas ou entrevistas com mulheres que já estão no ramo do agronegócio, a fim de mostrar como funciona sua rotina e encorajando outras mulheres, dando mais reconhecimento a esse meio de trabalho pouco tratado atualmente.

REFERÊNCIAS

BARDIN Laurence. **Análise De Conteúdo**. Lisboa: Presses Univcrsitaires de France, 1977.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA (CEPEA). **Mulheres no agronegócio**. Piracicaba: CEPEA, 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

LOZADA, Gisele. **Metodologia científica**. Porto Alegre: Editora Sagah, 2018.

MANZO, Abelardo J. **Manual para la preparacion de monografias**. una guia para presentar informes y tesis. Buenos Aires: Editorial Humanitas, 1981.

SABIONI, Vanessa. Gestão e liderança de mulheres no Agro. **Revista Agro mulher**, São Paulo, 2019.

ROTHER, Edna T. **Revisão sistemática X revisão narrativa**. São Paulo: Editora Técnica da Acta Paulista de Enfermagem, 2007.

TONANI, Adriana Venturim. **Gestão Feminina**: um diferencial de liderança mito ou nova realidade. Rio de Janeiro:UFF, 2011.

O PAPEL DO SETOR DO COMPRAS: ESTUDO SOBRE GESTÃO DE COMPRAS

THE ROLE OF THE PURCHASING SECTOR: A STUDY ON PURCHASING
MANAGEMENT

Vitor Hugo Jacinto Couto
vitor-couto@hotmail.com
 Business School - Unoeste

Lechan Colares Santos
lechan@unoeste.br
 Business School - Unoeste

RESUMO: A gestão de compras vem sendo aprimorada ao longo do tempo e tem contribuído para que a empresa permaneça no mercado competitivo. Esta pesquisa teve como objetivo identificar dificuldades encontradas por colaboradores de empresas externas no processo de aquisição de materiais. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre gestão de compras e aplicado questionário no setor de Compras de uma empresa sucroalcooleira na região de Presidente Prudente/SP. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os resultados demonstram que as principais dificuldades resultam da: a) falhas de comunicação entre compradores e fornecedores; b) falta de agilidade na liberação das compras pelos diretores; e c) falhas de integração entre almoxarifado e setor de compras. Conclui-se que o papel do gestor é fundamental na otimização dos resultados do setor de compras e sendo a integração entre os departamentos um fator essencial para melhoria do desempenho.

Palavras-chaves: flexibilidade; eficácia; segurança.

ABSTRACT: Purchasing management has improved over time and has helped the company to remain in the competitive market. This research aimed to identify difficulties encountered by employees of external companies in the process of purchasing materials. Therefore, a bibliographical research was carried out on purchasing management and requirements in the Purchasing sector of a sugarcane company in the Presidente Prudente/SP region. Data were attenuated using the content analysis technique. The results show that the main difficulties result from: a) communication failures between buyers and suppliers; b) lack of agility in releasing purchases by the directors; and c) failures in the integration between the warehouse and the purchasing sector. It is concluded that the role of the manager is fundamental in optimizing the results of the purchasing sector and including the integration between departments, an essential factor for improving performance.

Keywords: flexibility; effectiveness; security.

1 INTRODUÇÃO

As constantes mudanças, as instabilidades, os avanços da tecnologia e o aumento da competitividade são fatores que levaram as empresas a analisar e controlar seus estoques e compras a fim de otimizar o desempenho organizacional. Na atualidade, grandes empresas estão investindo em tecnologia para facilitar a compra de mercadoria junto ao fornecedor, elaborando no próprio sistema a pesquisa de qualidade, os prazos de entregas e valores a serem pagos.

O papel do setor de Compras é fundamental para o bom funcionamento dos negócios. De acordo com Martins e Alt (2000), as empresas sempre buscam a obtenção de uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, bem como a oportunidade de atendê-los prontamente no momento e quantidade desejados, e isso é grandemente facilitado com a administração eficaz dos estoques. Decorrente de vários fatores, o setor do Compras é um dos responsáveis por sustentar o pleno funcionamento de uma empresa, com a realização de pedidos de compras, requisições a fornecedores para manter um estoque abastecido e, com isso, o gestor administrativo controla os custos com os processos de elaboração do produto de uma determinada empresa. Nesse sentido, Pozo (2007, p.170) afirma que "a função compras é vital para o processo de redução de custos da organização, com negociações adequadas e inteligentes".

Já as despesas são um "[...] bem ou serviço consumido diretamente ou indiretamente para obtenções de receitas" (MARTINS, 2010, p.17). O setor de Compras é o responsável pelo abastecimento da empresa, ou seja, ele deve garantir que os insumos necessários estejam à disposição para que o negócio tenha um funcionamento adequado. O presente artigo tem como objetivo identificar as dificuldades encontradas por colaboradores no processo de aquisição de peças e materiais para produção.

O trabalho está estruturado em 5 seções. Na primeira seção, realizamos a apresentação do nosso trabalho. Na segunda seção, buscamos discutir os aspectos

teóricos relacionados ao setor de compras, baseados na bibliografia pesquisada. Na terceira seção, apresentamos os métodos utilizados nesta pesquisa. Na quarta seção procuramos discutir os resultados obtidos na aplicação do questionário e, na última seção, realizamos nossas conclusões da pesquisa realizada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A Função de Compras

Na atualidade, a área de Compras tem recebido cada vez mais a atenção de grandes e pequenos empresários, atentando-se sobre a sua importância estratégica, assim evoluindo quanto à conceitualidade dessa função e fluxos de trabalho, já que “o objetivo de qualquer departamento de compras é adquirir a qualidade de material correta, na quantidade exata, no tempo certo, do fornecedor correto pelo preço adequado” (BAILY, 2000, p. 197).

Na década de 70 já se discutia a função de Compras. Kiser (1976) destaca que esta tem influência direta com uma série de atribuições na organização, a saber: a) gerar soluções alternativas para problemas de aquisição; b) proteger a estrutura de custos da empresa; c) minimizar os custos de compras; d) assegurar fontes de suprimento de longo alcance e; d) manter boas relações com os fornecedores. Vale destacar que a função de Compras era definida como administrativa, essencialmente operacional, apoiando para garantir a qualidade do fornecimento, adequando-se à demanda em produtos para revenda ou insumos e componentes para industrialização do produto.

Década de 80, as estratégias da função de Compras passam a ser melhor reconhecida no mercado, passando a ser ampliadas e aplicadas na década de 90. Foi um período de mudança de atitude em relação ao papel da função de Compras na estratégia organizacional (ELLRAM; CARR, 1994). As autoras ainda afirmam que a função de Compras deve crescer em postura estratégica na organização, sendo que essa evolução exige que se desenvolvam novas competências e seja

reconhecida como essencial para o planejamento organizacional de longo prazo, permitindo o desenvolvimento de estratégias para alocar recursos de forma eficiente.

No ano 2000, a área de Compras passou a determinar o que cabe ao departamento, como a identificação de fornecedores com a finalidade de negociação e que tenham condições de participar de cotações, de acordo com os requisitos solicitados pela empresa solicitante: qualidades, quantidades, forma de entrega, prazos de entrega, prazo de pagamento, entre outros fatores. Havia algumas evidências de que as indústrias seriam mais flexíveis com relação a lotes de produção, tecnologia e desenvolvimento de produtos, em razão da praticidade e agilidade das compras. Nesse sentido, Narasimhan e Das (2001) explicam que a integração da função de Compras no desempenho da empresa refere-se ao alinhamento de práticas e metas estratégicas da função com as da empresa, exigindo, por exemplo, sua participação no processo de planejamento estratégico da empresa, acesso a informações estratégicas e que decisões importantes afetas à área sejam coordenadas com outras decisões estratégicas da empresa.

A função de Compras, estrategicamente, amplia sua atuação além do mercado fornecedor, influenciando desde a criação de um novo produto, contribuindo na definição de especificidades que evitem uso desnecessário de insumos, custos excessivos e dificuldade na aquisição. Também pode atuar compartilhando seu conhecimento com fornecedores, oferecendo seu *know-how*, que ajudará no desenvolvimento de uma cadeia de suprimento segura e de menor custo. Para Chen *et al.* (2004), a contribuição das compras estratégicas para o desempenho financeiro das empresas e o grau em que contribuem para a gestão da relação entre empresas compradoras e fornecedoras: a) promovem as relações estreitas de trabalho com um número limitado de fornecedores; b) promovem a comunicação aberta entre parceiros da cadeia de suprimentos e c) desenvolvem uma orientação estratégica de longo prazo para obter ganhos mútuos. Enfim, a função principal de Compras é poder proporcionar o maior lucro possível à instituição (CRISPIM, 1999).

Para Baily (2000, p. 90), “à medida que a função compras assume papel mais estratégico, será necessária a transferência das aquisições rotineiras aos próprios departamentos, principalmente daquelas que agregam pouco valor”. Nesse sentido, a compra deve sempre ser precedida de um bom planejamento. Para Martins e Alt (2000, p. 63)

a gestão da aquisição assume papel verdadeiramente estratégico nos negócios de hoje, em face do volume de recursos, principalmente financeiros, deixando para trás a visão preconceituosa de que era uma atividade burocrática e repetitiva, um centro de despesas e não um centro de lucros.

Assim, “o ciclo do abastecimento consiste numa função vital para a sobrevivência e expansão de qualquer empresa” (PARENTE, 2000, p. 222).

2.2 Fluxo básico de compra

O fluxo básico de uma empresa está pautado no planejamento básico para aquisições, com especificações de compras e detalhamento de qualidade, quantidade, tempo e lugar da entrega, seleção dos fornecedores adequados para cada serviço ou produtos, para assim manter o fluxo contínuo de mercadorias e suprimentos necessários para a produção.

Em todo sistema empresarial para se manter um volume de vendas e um perfil competitivo no mercado e, conseqüentemente, gerar lucros satisfatórios, a minimização de custos deve ser perseguida e alcançada, principalmente os que se referem a materiais utilizados, já que representam uma parcela por demais considerável na estrutura de custos totais (DIAS, 2010, p. 87)

Com o fluxograma acreditamos que há possibilidade de melhor compreensão da divisão de atividades dentro das organizações, permitindo maior entendimento do panorama, ordenando a execução das tarefas e facilitando o acompanhamento das atividades. Dessa forma, fica muito mais claro e transparente para os envolvidos no processo o que deve acontecer, em qual momento e por quem deve ser realizado.

Oliveira (2009) afirma que, pelo fluxograma, temos a representação gráfica por símbolos previamente convencionados que permitem a descrição clara e precisa do fluxo ou sequência de um processo, bem como sua análise e redesenho. Fluxogramas, sejam eles de compras ou de qualquer outro processo, ajudam a proporcionar uma melhoria da rotina de trabalho e o andamento de atividades. Para Lins (1993), o fluxograma destina-se à descrição de processos. Um processo é uma combinação de equipamentos, pessoas, métodos, ferramentas e matéria-prima que gera um produto ou serviço com determinadas características.

2.3 Relação entre compras e estoques

Manter uma sintonia nas operações de compras e estoques permite uma aquisição de produtos voltada às necessidades da organização, de acordo com a prioridade e capacidade do estoque. O setor Compras não garante insumos ou produtos, e a produção ou vendas serão afetadas se a gestão de estoque falhar. Também pode não haver espaço físico para os materiais ou os custos podem ser desnecessários por uma falha na compra excessiva de produtos com pouco giro. Esses fatores podem gerar grandes prejuízos para a empresa.

O setor compras tem uma importante função dentro da empresa: supri-la de todos os itens necessários ao seu funcionamento no tempo certo, na quantidade necessária, na qualidade adequada e ao melhor preço possível. Para tanto, o setor de compras desenvolve um processo de compras que deve ser seguido para conseguir todas as vantagens possíveis (CHIAVENATO, 2012, p. 222).

Por outro lado, “O controle de estoques exerce influência muito grande na rentabilidade da empresa. Eles absorvem capital que poderia estar sendo investido de outras maneiras” (BALLOU, 2013, p. 208).

Para Schmidt; Santos e Gomes (2011, p. 11),

tendo em vista o porte da empresa e seu ramo de atividade, é preciso decidir sobre manter posição sempre atualizada de estoques ou apenas verificar as existentes no final do exercício, oportunidade em que os resultados devem ser obrigatoriamente apurados.

Portanto, a importância da unificação do setor de Compras com o Estoque leva à otimização dos recursos da companhia, garantindo a entrega aos clientes e os resultados esperados para as metas internas da organização.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste trabalho realizou-se uma pesquisa exploratória por meio de estudo de caso em uma empresa do ramo sucroalcooleiro na região de Presidente Prudente – SP. Para Gil (1999), esse tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema e pode ser classificada como estudo de caso. A coleta de dados se deu por meio de questionário aplicado via *e-mail*, em razão da pandemia COVID19 ainda presente em nosso país e a coleta de dados ocorreu no mês de setembro de 2021. Já na análise de dados se deu por meio da técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011).

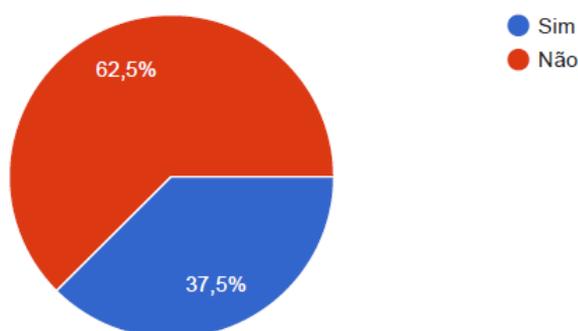
Inicialmente, entrou-se em contato com a empresa na qual seria realizada a pesquisa. A proposta era realizar uma entrevista semiestruturada; contudo, houve a contraproposta da empresa de aplicação de um questionário por meio eletrônico com o propósito de manter a segurança de seus colaboradores, devido à pandemia. Foi aplicado um questionário aos colaboradores do setor de Compras de uma empresa sucroalcooleira, na região de Presidente Prudente/ SP, no mês de setembro do ano de 2021 da seguinte maneira: a empresa forneceu o e-mail de 15 colaboradores que trabalham no setor de Compras para os quais foi enviado o questionário, mas somente 8 responderam à pesquisa.

A análise de dados se deu pela análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). Após a coleta dos dados, as respostas foram tabuladas e divididas em categorias, que foram analisadas por meio da literatura de Compras e Gestão de estoques.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados e discutidos os dados coletados com a aplicação do questionário. Inicialmente, apresentam-se os gráficos com os resultados inerentes à velocidade do processo de compras. Nessa etapa do questionário, as questões aplicadas foram de múltipla escolha. Já no quadro 1, os colaboradores da empresa responderam a respeito de sua percepção de qual o papel do gestor de compras.

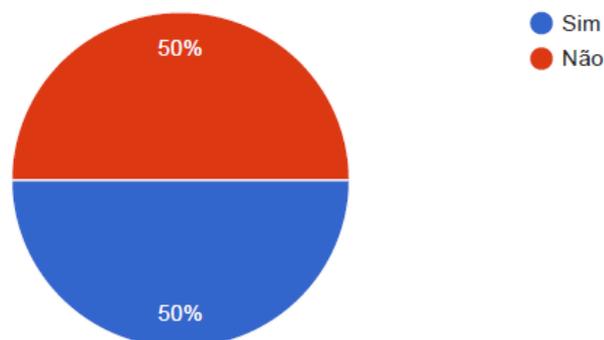
Figura 1 – Agilidade no processo de autorização de compras pelos diretores



Fonte: Os autores.

Quando questionados se, no processo de compras internas, costuma ser rápida a autorização dos diretores, 62,5% dos colaboradores julgam não ser rápido esse processo, conforme a figura 1. Tal fato pode estar ligado a serem diretores diferentes ou processos mais burocráticos na aquisição de produtos distintos, bem como pode estar ligado à demora dos fornecedores. Baily (2000) afirma que o Compras busca adquirir a qualidade correta de material, na quantidade exata, no tempo certo, do fornecedor correto e pelo preço adequado.

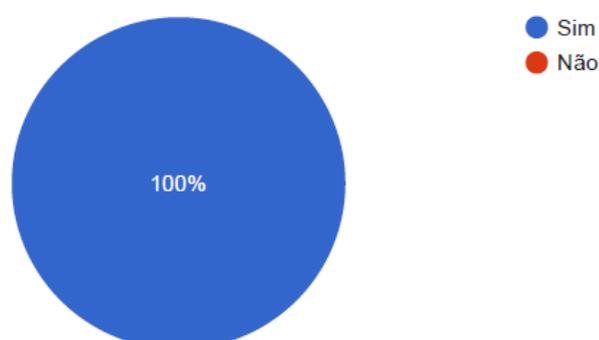
Figura 2 – Reposição rápida de estoque



Fonte: Os autores.

Na figura 2 nota-se que metade dos colaboradores discorda que seja rápido o fluxo de retirada de estoque. Tal fato pode estar ligado ao tipo de material a ser adquirido ou ao processo não ágil de liberação por parte dos diretores da empresa. Narasimhan e Das (2001) destacam que a integração de todos os setores no processo de planejamento estratégico da empresa é de suma importância; logo, o Almoxarifado deve estar integrado também ao setor de Compras. Considera-se ainda que o controle de estoques exerce influência muito grande na rentabilidade da empresa, pois absorvem capital que poderia estar sendo investido de outras maneiras (BALLOU, 2013).

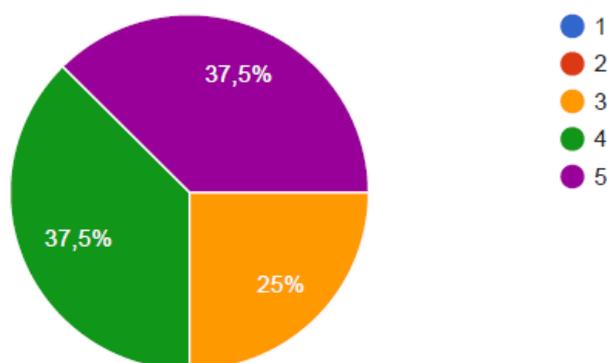
Figura 3 – Facilidade no processo de comunicação com fornecedor utilizando as tecnologias



Fonte: Os autores.

Por meio do gráfico apresentado na figura 3, percebe-se que todos os colaboradores concordam que as tecnologias da informação facilitam o contato entre fornecedores e compradores, fator essencial na economia globalizada. Já na figura 4 a seguir, nota-se que o nível de satisfação entre os colaboradores com a tecnologia ofertada pela empresa é satisfatório, sendo numa escala de 1 a 5, em que 1 seria considerado péssimo e 5 muito bom, todos os colaboradores atribuíram nota 3 ou mais, o que vem a corroborar com Parente (2000) quando afirma que o abastecimento consiste numa função vital para a sobrevivência e expansão de qualquer empresa.

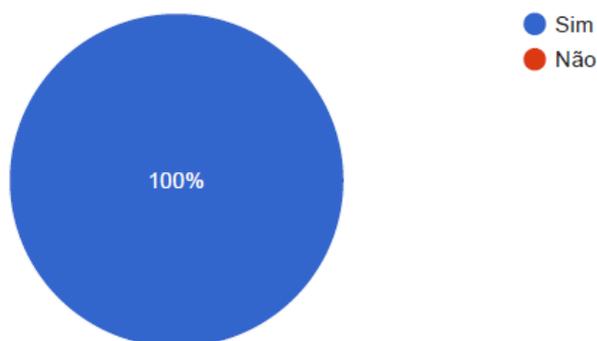
Figura 4 – Nível de satisfação com as tecnologias ofertadas



Fonte: Os autores.

Assim, quando se analisa o nível de satisfação com a tecnologia oferecida para processos de compra na organização pesquisada, percebe-se que os colaboradores se mostram satisfeitos, o que leva a compreender que a empresa oferta tecnologia de qualidade.

Figura 5 – Conexão entre setor de compras e almoxarifado



Fonte: Os autores.

Na figura 5, os colaboradores consideram que o setor de Compras e de Almoxarifado, isto é, de Estoque, devem estar interligados. Schmidt, Santos e Gomes (2011, p. 11) corroboram com essa ideia e complementam que “é preciso decidir sobre manter posição sempre atualizada de estoques”.

No quadro 1 a seguir apresenta-se o papel do gestor no setor de Compras na empresa em análise.

Quadro 1 – Papel do gestor no setor de Compras

CATEGORIA	RESPOSTAS
Gerenciar/ coordenar	Gerenciar, analisar pedidos, cotações, disponibilidade orçamentária.
	O papel de um gestor se resume em coordenar seu recurso humano e tomar as decisões necessárias de forma a satisfazerem as necessidades de sua empresa como um todo.
	Gerenciar o saldo de estoque e garantir que não falte o mínimo de produtos para a empresa.

Fornecedores	Encontrar os produtos (matéria-prima) com melhor preço e melhor qualidade no mercado. Encontrar os melhores fornecedores no mercado.
	Realizar as compras sendo o mais eficiente possível, ter vários contatos de fornecedores para supostos imprevistos e saber qual o melhor custo-benefício para determinado setor.
Negociar	Ter habilidade de negociar e tomar decisões olhando para as possíveis economia.

Fonte: Os autores.

No quadro 1 apresenta três categorias. Na categoria gerenciar / Coordenar percebemos que analisar estoque e pedidos, realizar orçamentos, gerir os recursos humanos e materiais são apontados como aspectos ligados ao papel do gestor. Já na categoria Fornecedores, percebe-se a preocupação dos colaboradores em disponibilizar fornecedores com produtos de qualidade e preços competitivos, enquanto, na categoria “Negociar”, nota-se serem essenciais habilidades de tomar decisões em negociações por parte do setor de compras. Tais apontamentos realizados pelos colaboradores vão ao encontro de Dias (1997), que ressalta a importância do perfil competitivo no mercado, dos lucros satisfatórios e da minimização de custos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo identificar dificuldades encontradas por colaboradores no processo de aquisição de materiais para produção. Nota-se que a função de Compras tem demonstrado que pode ser fonte permanente de redução de custos nas empresas, com novos desafios impostos pelas mudanças de mercado.

Nesta pesquisa constatou-se que as atribuições e atividades da área de Compras demonstram o crescimento do seu papel estratégico e o reconhecimento de que suas decisões impactam fortemente nos resultados das empresas. Identificamos mudanças nas funções e responsabilidades da área de Compras nas organizações nos últimos anos e que tais mudanças foram necessárias devido à necessidade de adequação dos custos.

Observa-se, com a aplicação do questionário, que as maiores dificuldades encontradas pelos colaboradores de Compras estão diretamente ligadas ao gestor responsável em cada setor da empresa. Isso é perceptível quando os colaboradores, em sua maioria, declaram que o processo de autorização dos diretores para as compras internas não costuma ser rápido, o que mais uma vez é reafirmado por uma parcela significativa de colaboradores, quando dizem não ser satisfatória a reposição rápida do almoxarifado.

Percebeu-se que são disponibilizados recursos tecnológicos suficientes no setor de compras, bem como grande parte dos colaboradores se mostram satisfeitos com as condições de trabalho; contudo, ainda sinalizam a necessidade de maior agilidade na liberação por parte de diretores para o setor de Compras e ajustes entre setor de Compras e setor de Almoxarifado, onde são estocados os produtos.

Acredita-se que mais pesquisas sejam necessárias na busca de ações de melhoria da gestão de compras nas empresas, já que estas podem implicar na otimização de lucros, ou ainda na redução de gastos desnecessários, bem como na agilidade de processos de produção e manutenção dos serviços nas organizações. Dessa maneira, propõem-se ações de formação em serviço que demonstrem a importância do Compras para as empresas, com vistas a ampliar a visão de seus gestores e colaboradores para o trabalho em equipe.

REFERÊNCIAS

- BAILY, Peter J. H. **Compras**: princípios e administração. São Paulo: Atlas, 2000.
- ELLRAM, L. M.; CARR, A. S. Strategic purchasing : A history and review of the literature. **International Journal of Purchasing & Materials Management**, v.30, n.2, p.10–18, 1994.
- BALLOU, Ronaldo H. **Logística Empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CHEN, I. J. *et al.* Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. **Journal of Operations Management**, v. 22, n. 2, p. 119-150, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.
- CRISPIM, J. C. **Gerenciamento de dados em gestão de compras**. 1999. 78f. Monografia - Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 1999.
- DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais**: Uma Abordagem Logística. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- KISER, G. E. Elements of purchasing strategy. **Journal of Purchasing & Materials Management**, v.12, n.3, p.3–7, 1976.
- LINS, B. F. E. **Ferramentas básicas da qualidade**. Brasília: 1993.
- MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- NARASIMHAN, R.; DAS, A. The impact of purchasing integration and practices on manufacturing performance. **Journal of Operations Management**, v.19, n.5, p.593–609, 2001.
- OLIVEIRA, J. W. **Sistema de Informação**. 2009. Disponível em: <http://xa.yimg.com/kq/groups/22755187/1481008806/name/Proc.Neg.Atividade.pdf>. Acesso em: 13 set. 2021.
- PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil**: gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2000.
- POZO, Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais**: Uma Abordagem Logística, 4.ed. São Paulo:Atlas,2007.

SCHIMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos; GOMES, José Mário Matsumura.

Contabilidade Intermediária. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Parceiros:



PERCEPÇÃO E PERFIL DOS USUÁRIOS DO COWORKING EM PRESIDENTE PRUDENTE

COWORKING USER PERCEPTION AND PROFILE IN PRESIDENTE PRUDENTE

Daniela Santos Moraes
daniismoraes@gmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Iris Delli Colli Rinaldi
iris.dellicolli1@gmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Lechan Colares Santos
lechan@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO: O presente estudo analisa os espaços de *coworking*, assim como suas definições, usuários, variáveis que influenciam seu funcionamento sob uma ótica de pesquisa de levantamento. Partindo da expansão que estes espaços têm experimentado nas últimas duas décadas, torna-se necessário uma maior compreensão sob seu funcionamento e efeitos no mundo do trabalho. Os espaços compartilhados fazem parte do mercado e das novas formas de trabalho, sendo um modelo de negócios e trazendo uma nova dinâmica. Nesses locais a organização se molda de forma diferente das convencionais e cria-se um espaço com menos gastos e mais propício ao desenvolvimento de inovações e networking, o que é necessário para as instituições atuais, que prezam por vantagem competitiva e novas tecnologias. Tendo em visto o papel do gestor dentro deste processo, é preciso compreender de que forma o mesmo deve gerenciar o espaço, os pontos a serem zelados e qual o perfil de seu público-alvo. Esse trabalho buscou traçar um perfil dos usuários de *coworking*, assim como as características que os atraem ao espaço. A coleta de dados foi realizada através de um questionário de 11 questões, analisado qualitativamente através de uma análise sintática dos dados coletados e aplicado em usuários dos espaços compartilhados na região de Presidente Prudente. Obteve-se um perfil majoritariamente feminino, de profissionais liberais, na média de 30 anos e com renda média de três salários mínimos. Os usuários preconizaram sobretudo a praticidade e o custo-benefício do espaço e como principal queixa trouxeram a falta de disponibilidade de horário e de privacidade. Foram percebidos como potenciais temas de estudo os espaços compartilhados exclusivamente femininos e os espaços públicos, que aparecem na literatura, mas ainda tem poucos trabalhos que aprofundam suas características.

Palavras-Chave: *coworking*; espaços compartilhados; *stakeholder*; perfil; *coworker*.

ABSTRACT: This study analyzes coworking spaces, as well as their definitions, users, variables that influence their functioning from a survey research perspective. Based on the expansion that these spaces have experienced in the last two decades, a greater understanding of their functioning and effects in the world of work becomes necessary. Shared spaces are part of the market and also of new ways of working, being a business model and bringing a new dynamic. In these places, the organization is shaped differently from conventional ones, creating a space with less expense and more conducive to the development of innovations and networking, which is necessary for current institutions, which value competitive advantage and new technologies. Having seen the role of the manager in this process, it is necessary to understand how he should manage the space, the points to be taken care of and the profile of his target audience. This work sought to draw a profile of coworking users, as well as the characteristics that attract them to the space. Data collection was carried out through an 11-question questionnaire, qualitatively analyzed through a syntactic analysis of the data collected and applied to users of shared spaces in the region of Presidente Prudente. A mostly female profile was obtained, of self-employed professionals, with an average of 30 years old and with an

260

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



average income of three minimum wages. Users especially advocated the practicality and cost-effectiveness of the space and the main complaint was the lack of availability of time and privacy. Shared spaces exclusively for women and public spaces were perceived as potential subjects of study, which appear in the literature, but there are still few works that deepen their characteristics.

Keywords: coworking; shared spaces; stakeholder; profile; coworker

1 INTRODUÇÃO

O século XX foi marcado por mudanças estruturais, refletindo em todas as esferas, dentre elas, o espaço de trabalho e o perfil (ANTUNES; ALVES, 2004). A flexibilização e a conexão interativa fazem parte do ambiente corporativo atual, o que possibilita atender às novas demandas do mercado, abrangendo a tecnologia, o corte de custos, a eficiência da produção e o dinamismo nas organizações. (JÚNIOR, 2000)

A primeira aparição do termo “*Coworking*” foi em 1999, apresentado por Bernie de Koven, com a ideia de que seria preciso criar ambientes onde houvesse interação entre trabalhadores, para obter resultados mais eficazes (SOARES; SALTORATO, 2015), apesar disso, o *coworking* teve seu ápice em 2005, em São Francisco (MORISSET, 2013). Os espaços surgiram com a proposta de ter um escritório compartilhado entre os cooperadores, afim de se desenvolverem juntos e expandirem a networking (LEFORESTIER, 2009).

Para além da diminuição de custos, o Coworking se apresenta também como uma alternativa ao isolamento de modalidades do trabalho como o home office, possibilitando novos contratos e negócios por meio de uma expansão de networking, assim como favorecem o surgimento e amadurecimento de ideias em grupo que não estejam necessariamente ligadas aos lucros de determinada empresa, mas também no desenvolvimento social (FERREIRA, 2018).

O coworking apresenta uma outra vertente, o de domínio público que se estruturou como uma ferramenta social gerida pelo Estado. Há duas formas dos espaços se modelarem e se manterem, em parceria com a iniciativa privada ou em uma rede de órgãos governamentais (PERES, 2019). O modelo privado mantém o foco nos fins lucrativos, funcionando como uma empresa (FOST, 2008), possui uma

estrutura melhor, seu público alvo possui recursos para pagar os serviços fornecidos e a networking é voltada para parcerias comerciais. (PERES, 2019)

Entretanto, a proximidade física possibilitada pelo coworking, não necessariamente leva a uma melhora efetiva de networking (MARIOTTI; PACCHI; DIVITA, 2017). Dessa forma, a colaboração nos espaços de coworking comumente dependem de uma gestão competente e facilitadora que contribua para um ambiente criativo e inovador (BEDNÁŘ; DANKO, 2020).

Com a expansão dos espaços de coworking, e compreendendo que se trata de um modelo de negócios, a gestão é parte fundamental do processo. Desta forma, como nas demais instituições, a área de avaliação e desempenho se encontra dentro das atribuições da gestão. A competitividade que toda empresa deve ter, está diretamente ligada à avaliação de desempenho, visto que, não basta ter um planejamento estratégico, mas este deve ser acompanhado e medido para que venha à tona os pontos a serem mantidos e os que devem ser trabalhados (MULLER, 2003).

O espaço compartilhado molda a realidade dos stakeholders e torna-se cada vez mais presente na sociedade, fazendo parte desta nova etapa onde a economia compartilhada toma espaço no mercado. Essas novas tendências de mercado recaem sobre o gestor, pois é preciso buscar compreender os novos modelos e as características dos participantes, neste caso o coworking e seus usuários, e buscar uma nova maneira de se portar, administrar e obter sucesso em sua gestão.

Considerando todos os pontos brevemente levantados, esta pesquisa se propõe a expandir os conhecimentos sobre esse fenômeno, coworking, sendo este um novo modelo de trabalho e de negócios. Esse trabalho buscou, portanto, levantar o perfil dos usuários dos espaços compartilhados e as características que os atraem ao serviço, tendo em vista a natureza limitada da amostra a qual se debruçou.

A pesquisa aqui proposta se compõe em 5 seções. A seção de número 1, está direcionada a introdução, onde a temática é exposta em conjunto com a questão problema e os objetivos do estudo. Na seção 2 é voltada para a exposição teórica, aprofundando o contexto e os conceitos envolvidos. A seção 3, expõe a

construção metodológica desta pesquisa, descrevendo cada técnica empregada. Na seção 4, consta a análise de dados realizados. Por fim, na seção 5 consta as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A queda do sistema feudal, ordenação econômica agrária e local (AMARAL; ALMEIDA, 2010, p. 9), deu espaço a um novo modelo econômico, capitalismo, conceituado como: “um sistema de produção de mercadorias, centrado sobre as relações entre a propriedade privada do capital e o trabalho assalariado sem posse de propriedade, esta relação formando o eixo principal de um sistema de classes” (GIDDENS; FIKER; GIDDENS, 1991).

A instalação do capitalismo, regime cíclico voltado a lucros, trouxe mais uma mudança, produção antes manufaturada, poderia ser feita de forma escalável por meio das novas tecnologias, máquinas, que ajudariam no acúmulo de capital mais ágil, sendo esta alteração o que conhecemos como Revolução Industrial. (SPOSITO, 2012, p. 47).

A chegada das máquinas e da busca por capital, fez com que houvesse uma exigência por parte do mercado, para que os trabalhadores e seus resultados fossem tão rápido quanto das máquinas. (OLIVEIRA, 2004)

Segundo Singer (1999), outro fator que auxiliou nessa aceleração e redução de custos foi a globalização, fenômeno que faz ligação entre os países e intensificam as relações comerciais. A fácil conexão no globo aumentou os níveis de competitividade, visto que agora a compra de matéria prima tem inúmeros fornecedores e preços (RAU; VILLATORE, 2017).

Em prol da redução de custos e da manutenção dos empregos pregasse a flexibilização do trabalho, dando espaço ao aumento do trabalho informal (OLIVEIRA, 2004).

Os novos paradigmas econômicos advindos da terceira revolução industrial (em meados da década de 1980) tem como dois pontos de extrema importância a terceirização do processo produtivo (a fim de reduzir custos) e a reorganização do

trabalho, baseando-o em maior integração e cooperação, tanto interempresarial quanto intraempresarial. Para além das mudanças no paradigma econômico, a própria dinâmica dos mercados financeiros internacionais, bem como o advento de uma economia vinculada ao processamento e transmissão de informações online acabam suscitando um modelo de negócios que tenha menor necessidade de um controle físico do espaço. É nesse contexto que a ideia de Coworking surge em 1999, cunhado por Bernie de Koven.

O gamer designer, Bernie de Koven, cria então uma plataforma de interação simultânea para reuniões, comandada por computadores o instrumento era usado para expor os principais tópicos das reuniões e interligava todos os colaboradores em questão, sendo este um marco no início da construção do fenômeno coworking (WATERS-LYNCH *et al.*, 2016). Mas foi em 2005 que o coworking tomou vida como sendo não só uma dinâmica de trabalho, mas moldando-se agora em um espaço físico, chamado de Hat Factory, o escritório ficava em um apartamento onde profissionais da área de tecnologia compartilhavam o espaço com indivíduos dispostos a repartir suas experiências.

Com o crescente aumento de profissionais liberais, o fenômeno em questão se propagou pelo mundo. Os espaços contam com infraestruturas que se assemelham à escritórios convencionais, tendo área de trabalho, área para lanches e conexão de internet, porém deixa de lado o esgotado e rígido modelo das empresas convencionais. Além disso, trazem de volta a interação social que havia sido perdida (MEDINA; KRAWULSKI, 2015), no ambiente coletivo nota-se a criação do networking que alavanca novos projetos e parcerias comerciais (FERNANDES *et al.*, 2019) fomentando a economia e atendendo aos novos parâmetros do mercado, que exige criatividade, flexibilidade e autonomia (ZANON, 2015).

Em consonância com o conceito de coworking, encontra-se a economia colaborativa, modalidade que define toda troca e uso compartilhado de bens e serviços. Devido à alta preocupação com a sustentabilidade dos negócios, a economia compartilhada visa auxiliar na manutenção e sustentação dos que dela corroboram.

[...] o bem-estar comum, o universalismo e a benevolência são os principais valores que devem pautar os negócios de economia colaborativa. As empresas desse tipo de negócio podem explorar campanhas de comunicação e/ou publicidade com esses elementos e direcionar a construção do planejamento estratégico de seus empreendimentos. (SILVA *et al.*, 2016, p 24.).

Observando o histórico de pesquisar acerca da economia compartilhada, entretanto, chega-se a curiosa conclusão de que ela é vista como uma alternativa de consumo, uma opção às inquietações das sociedades modernas com maior consciência ambiental e social (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016). Nessa linha de pensamento, observa-se o surgimento de inúmeros modelos de negócios bem-sucedidos apoiados por ideias, propostas, produtos e serviços que são viabilizados pela utilização da tecnologia e o compartilhamento possibilitado pelo uso da internet. Conforme o autor destaca no trecho a seguir;

Seguindo essa linha, há exemplos conhecidos que revolucionaram o meio de transporte individual nas cidades e com mais qualidade, como o Uber, amado e odiado por consumidores, concorrentes, governos e mídia; ou como o Airbnb, que vem alterando e ajustando os modelos de negócios no mercado de hotelaria e de hospedagem mundial. (SILVEIRA, 2017, p 23.).

Há enorme interesse científico na compreensão desses fenômenos conceituais e de mercado, que tem dominado o consumo online nos últimos anos, sendo abrangentemente impulsionados pelo aparecimento e popularização das mídias sociais (SILVEIRA, 2017). A compreensão do papel das mídias sociais na expansão da economia compartilhada pode ser esclarecida através da teoria das redes.

Teoria das redes pode ser entendida como uma análise das interações a partir de uma troca entre diferentes atores, que podem ser tanto pessoas quanto organizações. Essas trocas podem ser tanto materiais, tangíveis (como produtos e bens) ou abstratas, intangíveis (como ideias e valores) (FERREIRA; FILHO, 2010). Atualmente, entretanto, o conceito de redes aparece naturalizado em relação às tecnologias da informação (ACIOLI, 2007).

Essa articulação parece particularmente pertinente pensando no contexto da economia compartilhada, uma vez que, conforme Silveira aponta, são as tecnologias que possibilitam e viabilizam as ideias advindas da economia compartilhada.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa se caracteriza como básica, de caráter qualitativo, descritiva, realizada por meio de primários, coletados com apoio de questionário semiestruturado e analisados por meio da técnica de análise de conteúdo.

A natureza desta inquirição é de caráter qualitativo, que tem como propósito a compreensão de determinado fenômeno, como e porque o mesmo ocorre, levando em conta o significado e os fatores envolvidos com o fenômeno, para com a percepção e perfil de cada indivíduo participante do grupo investigado (YIN, 2016, p. 22). De acordo com a finalidade desta pesquisa este foi considerado o melhor método para a realização da investigação de dados, visto que para solucionar este, busca-se compreender o fenômeno e os envolvidos nele.

Como extensão e subtipo do exame qualitativo está a pesquisa de nível descritivo, esta é feita para descrever características grupais, perfil de participantes e estrutura de fenômenos, fornecendo informações vastas e completas.

O instrumento de coleta de dados utilizada foi um questionário com perguntas padronizadas, respondidas por escrito, o questionário contém uma explicação com o motivo da pesquisa para assim informar e despertar interesse nos participantes, haja visto o contato direto com a população por meio de entrevistas e da inventariação das características do perfil dos stakeholders. Sendo as entrevistas compostas por onze (11) questões predeterminadas, disponibilizadas pela ferramenta Google Forms e enviada a 4 espaços de coworking da região do Oeste Paulista. São caracterizados como dados primários, visto que foram colhidos e analisados pela primeira vez, são dados brutos que vieram dos questionários aplicados (SILVA, 2014).

Por meio de processo sistemático o conteúdo levantado foi analisado, realizado de forma sintática, a pesquisa buscou trazer o significado por trás das palavras mais usadas pelos participantes da pesquisa, determinando assim os pontos principais que levam esse grupo a participar desse sistema (COOPER SCHINDLER, 2016, p. 387).

Para a elaboração da pesquisa e seus respectivos objetivos, foram considerados materiais voltados a assuntos com teor histórico, para que fosse estabelecido o ponto de partida do tema central – coworking – e observado os impactos das revoluções industriais sobre o local e a forma de trabalho. Também foram utilizados estudos direcionados ao conceito de coworking, a funcionalidade do espaço colaborativo, networking, gestão estratégica, avaliação de desempenho, estes justificaram e orientaram este estudo. Pesquisas canalizadas as vertentes que o coworking apresenta (público e privado) também foram levadas em consideração, para que houvesse breve diferenciação.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Os questionários aplicados foram elaborados a fim de traçar o perfil dos usuários deste modelo de trabalho e negócios, afim de aprofundar o conhecimento sobre tal fenômeno. Obteve-se doze (12) respostas e por meio da análise destas, os objetivos propostos nesta pesquisa serão concluídos.

A primeira questão levantada foi acerca da idade dos participantes, com uma média de 38 anos, sendo que a menor idade encontrada foi 26 anos e a maior 60 anos de idade. Equiparando-se ao censo levantado em 2018, pelo site “Coworking Brasil”, onde foi apresentada como média de idade usuários com 33 anos, tendo como menor idade 18 anos e maior idade 60. Ainda comparando-se a outra pesquisa, onde a faixa etária de maior concentração também fica entre 30 à 45 anos (CRUZ; FIGUEIREDO, 2018).

A questão de número dois abordava o gênero dos coworkers, com base nas respostas o resultado foi o seguinte: 41,6% masculino e 58,3% feminino. A

predominância feminina nesse mercado é confirmada através do surgimento dos chamados Coworking 100% feminino, espaços compartilhados apenas entre mulheres empreendedoras com suporte adequado para as necessidades apresentadas pelas usuárias. Enlaçando-se com a próxima questão a pesquisa realizada por Jonathan e Silva (2007), com 49 mulheres da região do Rio de Janeiro, apresentou ainda a que as empreendedoras são em sua maioria (61,2%) formadas no ensino superior.

Como dito anteriormente a terceira pergunta traz à tona a formação acadêmica, o que levou a um resultado quase unanime quando dos 12 participantes, 11 afirmaram ter ensino superior completo e apenas 1 indivíduo não informou sua formação. Estando esse resultado de acordo com o senso de 2018 desenvolvido pelo site “Coworking Brasil” onde apenas 18% tem ensino superior incompleto.

Foi identificado na quarta questão que 100% das respostas apontaram os questionados como profissionais autônomos. Sabendo que nos espaços compartilhados ficam concentrados não apenas pequenas empresas, mas profissionais liberais em grande parte (ARASAKI; CISNE; SANTOS, 2015).

A renda mensal dos questionados foi abordada na quinta pergunta, 66,7% informaram que recebe entre 2 e 5 salários-mínimos, sendo um salário mínimo no ano de 2021 no valor de R\$1.045,00. O que se encaixa no resultado apresentado em 2018 pelo censo do site Coworking Brasil, onde 43% dos coworkers recebiam até R\$3.000,00.

Partindo dos resultados do questionário obteve-se a média de 7 anos e 8 meses de profissão, onde o menor período foi de 2 anos e o maior 41 anos.

Afunilando-se ao tema central e a relação com o fenômeno em questão, busca-se saber como os participantes conheceram o espaço, questão de número sete, onde as respostas de maior peso foram Redes sociais (05) e Indicação (04), foi encontrado dados a respeito da efetividade das indicações, onde 25% dos participantes do censo falaram ter conhecido o espaço através de amigos (COWORKING BRASIL, 2018).

Seguindo na oitava questão foi informado a quantidade de anos que utiliza o espaço compartilhado como espaço de trabalho, a média encontrada foi de 2 anos e 3 meses, equiparando-se aos resultados encontrados no senso de 2019 no site Coworking Brasil o tempo médio de permanência no espaço é de 26% entre 12 e 24 meses e apenas 9% acima de 24 meses, o que difere um pouco das respostas colhidas por este estudo.

A questão de número nove colheu a quantidade de vezes que os usuários dos coworkings o utilizam, a média encontrada foi de aproximadamente três vezes na semana, o que está próximo dos resultados expostos no site Coworking Brasil, onde 34% dos entrevistados afirmam ir de 3 a 5 vezes na semana.

Quando questionados sobre o motivo de fazerem uso dos espaços, os indivíduos na décima pergunta, apresentaram a repetição dos termos apresentados no Quadro 1:

Quadro 1- Termos utilizados

TERMO	QUANTIDADE
Praticidade	7
Custo-benefício	3
Preço	3
Localização	3
<i>Networking</i>	2
Ausência de burocracia	2
Serviços/Estrutura	2

Fonte: Os autores.

Todas as palavras usadas fazem parte da ideia de coworking e de todos os pontos já abordados nesta pesquisa. Além desta, pode se encontrar essa afirmação em outras pesquisas, como a feita por Gianelli (2016), que traz à tona as características de maior relevância e quando comparado aos resultados aqui presentes se igualam.

Por fim na décima primeira questão os participantes apontaram as principais vantagens e as desvantagens. Nas vantagens se repetiu as respostas dadas na pergunta anterior. No entanto, nas desvantagens notou-se a principal reclamação

que se refere a falta de horários e conseqüentemente a falta de salas, além disso a privacidade também foi citada, visto que alguns prezam por sigilo profissional. Outro ponto citado foi barulhos externos que podem vir a atrapalhar o trabalho desenvolvido na sala locada. A defasagem nas estruturas se deve a falta de investimento financeiro na construção do modelo do espaço, pois o coworking necessita de demandas específicas para atender seu cliente final (MENDONÇA; ASSUNÇÃO, 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou a descrição dos espaços de coworking de acordo com a percepção dos seus usuários, assim como procurou traçar o perfil destes usuários na região de Presidente Prudente. Por meio da análise dos resultados, é possível concluir que o perfil dos usuários dos espaços compartilhados é composto majoritariamente por profissionais liberais, em média com 30 anos, de forma geral mulheres, com renda mensal de aproximadamente de 3 salários-mínimos. Levam em consideração a praticidade do espaço, o custo-benefício, a estrutura do local e seu preço. Entretanto, houve relatos de que a falta de horários e de privacidade pode atrapalhar no andamento das atividades nesses espaços.

Esses pontos estão em consonância com a literatura verificada e apontam para uma tendência igual no mercado regional. Não obstante, é preciso ressaltar que se trata de um recorte realizado com uma amostra específica, sendo necessária a expansão do estudo para aprofundar as questões e precisar melhor as características desses espaços na região.

Foi verificado que, por comporem a maioria dos usuários desses espaços compartilhados, já existem espaços de coworking exclusivamente femininos, mas a literatura acerca do tema é escassa, não sendo possível precisar os efeitos que esses espaços têm em comparação ao coworking tradicional. Uma outra possível questão de pesquisa levantada refere-se ao modo de funcionamento do Coworking

Público, uma vez que a literatura acadêmica acerca do tema também é escassa e não foram encontradas referências suficientes.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, S. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, v. 12, n. 1 esp, p. 8–19, 15 dez. 2007.

AMARAL, C.; ALMEIDA, A. C. L. A ordem senhorial e crescimento feudal. *In*: AMARAL, C. *et al.* (orgs.). **Representações, poder e práticas discursivas**. Rio de Janeiro: EDUR, 2010. p. 9-28.

ANTUNES, R.; ALVES, G. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Educação & Sociedade**, v. 25, n. 87, p. 335–351, ago. 2004.

ARASAKI, P. H. K.; CISNE, C. S. DE; SANTOS, N. DOS. Coworking: compartilhando mais que espaços? **Revista Gestão Industrial**, v. 11, n. 3, 28 set. 2015.

BEDNÁŘ, P.; DANKO, L. Coworking Spaces as a Driver of the Post-Fordist City: a Tool for Building a Creative Ecosystem. **European Spatial Research and Policy**, v. 27, n. 1, p. 105–125, 30 jun. 2020.

CRUZ, C. S. D.; FIGUEIREDO, F. F. COWORKING: **Um estudo do perfil dos usuários e seus pontos positivos e impactos**. 10 jul. 2018.

FERNANDES, R. F. M. *et al.* A governança e o compartilhamento de conhecimento nos serviços de coworking. **Revista Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 14, n. 4, p. 176, 1 set. 2019.

FERREIRA, A. M. ESPAÇO COWORKING: **Proposta de implantação de escritórios compartilhados**. 26 nov. 2018.

FERREIRA, T.; FILHO, V. A. V. **Teoria das redes**: uma revisão sobre o tema. p. 4, 2010.

FERREIRA, T.; FILHO, V. A. V. **TEORIA DAS REDES**: Uma Revisão Sobre O Tema. p. 4, [s.d.].

FOST, D. “Coworking,” a cooperative for the modern age. **The New York Times**, 21 fev. 2008.

GIANNELLI, M. A. COWORKING: O porquê destes espaços existirem! p. 116, [s.d.].

GIDDENS, A.; FIKER, R.; GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. 5. ed. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. DA. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, p. 77–84, abr. 2007.

JÚNIOR, M. F. F. **A Terceira Revolução Industrial e o Novo Paradigma Produtivo: Algumas Considerações sobre o Desenvolvimento Industrial Brasileiro nos Anos 90**. **Revista da FAE**, v. 3, n. 2, 2000.

LEFORESTIER, A. **The Co-Working space concept**. p. 19, fev. 2009.

MARIOTTI, I.; PACCHI, C.; DI VITA, S. Co-working Spaces in Milan: Location Patterns and Urban **Effects**. **Journal of Urban Technology**, v. 24, n. 3, p. 47–66, 3 jul. 2017.

MEDINA, P. F.; KRAWULSKI, E. Coworking como modalidade e espaço de trabalho: uma análise bibliométrica. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, v. 18, n. 2, p. 181–190, 31 dez. 2015.

MENDONÇA, F. M. DE; ASSUNÇÃO, A. V. Ambientes de trabalho compartilhados: o desafio de projetar espaços de coworking. **Revista Poliedro**, v. 2, n. 2, p. 135–159, 31 dez. 2018.

MORISSET, B. Building new places of the creative economy. **The rise of coworking spaces**. p. 25, 4 dez. 2013.

MULLER, C. J. **Modelo de gestão integrando planejamento estratégico, sistemas de avaliação de desempenho e gerenciamento de processos (MEIO - Modelo de Estratégia, Indicadores e Operações)**. 2003.

OLIVEIRA, E. M. Transformações no mundo do trabalho, da revolução industrial aos nossos dias / Word of work transformations - from industrial revolution to our days. **Caminhos de Geografia**, v. 5, n. 11, 2004.

PERES, M. A. **Coworking público no Brasil: uma ferramenta social**. p. 51, 2019.

RAU, L. M.; VILLATORE, M. C. Direito do Trabalho e Globalização. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 90–108, 1 dez. 2017.

SILVA, A. J. H. DA. **Metodologia de Pesquisa: Conceitos Gerais**. [s.l.: s.n.].

SILVA, J. D. *et al.* Economia colaborativa: uma análise da relação entre valores pessoais, formas de colaboração e efeito dotação. *In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE VAREJO E CONSUMO*, 13., São Paulo, 2016. **Anais...** São Paulo, FGV, 2016. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/clav/clav2016/paper/view/5892>. Acesso em: 27 set. 2021.

SILVEIRA, A. B. DA. Economia colaborativa: reflexões a partir da literatura. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 6, n. 2, p. 143–161, 12 jul. 2017.

SILVEIRA, L. M. DA; PETRINI, M.; SANTOS, A. C. M. Z. DOS. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **REGE - Revista de Gestão**, v. 23, n. 4, p. 298–305, 1 out. 2016.

SINGER, P. **Globalização e Desemprego**: diagnósticos e alternativas. 3 ed. São Paulo: Contexto, 1999.

SOARES, J. M. M.; SALTORATO, P. Coworking, uma forma de organização de trabalho: conceitos e práticas na cidade de São Paulo. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 4, n. 2, p. 61–73, 2015.

SPOSITO, M. E. B. **Capitalismo e urbanização**. 16 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

WATERS-LYNCH, J. *et al.* Coworking: A Transdisciplinary Overview. Rochester, NY: **Social Science Research Network**, 26 jan. 2016. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/abstract=2712217>. Acesso em: 19 jul. 2021.

YIN, R. K. **Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim**. Porto Alegre: Penso Editora, 2016. 9788584290833. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584290833/>. Acesso em: 26 set. 2021

ZANON, B. Rede, **Coworking e emancipação intangível: um olhar sobre a flexibilidade, biopolítica e subjetividade a partir da reestruturação produtiva**. p. 115, 2015.

**SOCIALIZAÇÃO ORGANIZACIONAL: ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NA
BASE DE DADOS DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ANPAD)**

**ORGANIZATIONAL SOCIALIZATION: ANALYSIS OF SCIENTIFIC PRODUCTION
IN THE NATIONAL ASSOCIATION FOR POST-GRADUATE AND RESEARCH IN
ADMINISTRATION DATABASE (ANPAD)**

Angeliz Novaes dos Santos
angeliz-nds@hotmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Carla Canducci Teixeira
carla-canducci@hotmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Érika Mayumi Kato Cruz
erikakato@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

Valdecir Cahoni Rodrigues
cahoni@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO: A socialização é o passo inicial após a contratação que traz benefícios para os recém-chegados, ao criar um ambiente satisfatório, e para a empresa, ao proporcionar um comportamento do contratado de acordo com as expectativas organizacionais. Apesar de sua relevância dentro do contexto organizacional, é escassa a produção científica nacional sobre o tema, que apresenta um campo abastecido de conhecimentos a serem aprofundados. Diante disso, o artigo justificou-se a partir de um estudo sistemático e integrativo, como uma análise qualitativa de temas propostos em torno da socialização na produção científica nacional em eventos da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD). Dentre os resultados, o estudo verificou a influência da socialização dentro dos aspectos, comportamento e diante da acessibilidade, visualizando os pontos divergentes e convergentes das teorias. As principais contribuições estão acerca da socialização ser vista nos artigos sob olhar do colaborador ao processo e ter algumas contraposições de acordo com o cargo e experiência dos funcionários, além da influência positiva de aspectos sociais e proatividade como peça no conhecimento.

Palavras-chaves: socialização; integração; socialização organizacional.

ABSTRACT: Socialization is the initial step after hiring that brings benefits to newcomers by creating a satisfactory environment and to the company, by providing the contractor with behavior in accordance with organizational expectations. Despite its relevance within the organizational context there is little national scientific production on the subject, which presents a field filled with knowledge to be deepened. Therefore, the article was justified from a systematic and integrative study, as a qualitative analysis of themes proposed around socialization in national scientific production in events of the National Association of Postgraduate Studies and Research in Administration (ANPAD). Among the results, the study verified the influence of socialization within the aspects, behavior and on

274

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



accessibility, viewing the divergent and converging points of theories. The main contributions are about the socialization being seen in the articles from the perspective of the collaborator to the process, and having some oppositions according to the position and experience of the employees, in addition to the positive influence of social aspects and proactivity as a piece of knowledge

Keywords: socialization; integration; organizational socialization.

1 INTRODUÇÃO

As últimas décadas vêm desafiando as organizações a adquirir processos internos que garantam a longevidade e o crescimento dos negócios e como o colaborador é protagonista da empresa ele passou a ser visto como um diferencial competitivo (PAULA *et al.*, 2014).

A própria estrutura organizacional se baseia nas ações de seus funcionários e a partir do convívio de pessoas e interação com a estrutura forma-se a cultura dentro da empresa. Trata-se de algo que transpassa processos e pessoas, influenciando diretamente no desempenho organizacional geral. A cultura e estruturação de valores é algo complexo e que deve ser orientado para garantir os objetivos da organização (BERGUE, 2010).

Fleury (1987) menciona, por meio de análises de Berger e Luckmann, que o sistema de valores ou padrões pré-arranjados da origem a um objetivo pessoal, que gera um significado em comum para todos. Isso proporciona uma forma de incorporar a realidade e os significados organizacionais.

Cabe assim, um processo para expandir essa ideologia e valores da organização, o que se pode nomear de processo de socialização; tal processo introduz os novos funcionários diante da realidade organizacional no que tange a comportamentos e universo cultural. (FLEURY, 1987)

De acordo com Chiavenato (2014) dá-se o nome integração, socialização, iniciação, ambientação, ou até mesmo onboarding, a maneira pela qual a empresa recebe os novos colaboradores, apresentando a sua cultura, envolvendo até mesmo o seu modo de agir ou pensar para que, assim, o novo colaborador possa atender as expectativas da organização. Quanto ao outro lado, o novo funcionário também contribui para um ambiente que lhe proporcione satisfação.

Sabe-se, portanto, que o ingresso do novo colaborador é um evento significativo não somente para o profissional, mas também para a estrutura do grupo do qual ele fará parte (XAVIER, 2006). Diante disso, a socialização organizacional representa uma etapa de iniciação com grande importância, tanto para a empresa como para o novo colaborador a longo prazo, reduzindo o tempo de adaptação, acelerando a produtividade e realizando a manutenção da cultura organizacional (CHIAVENATO, 2014).

Apesar de o tema em questão ter ganhado relevância dentro do contexto organizacional, Zanelli, Borges-Andrade e Bastos (2014) identificaram que as pesquisas no Brasil sobre a temática são baixas e apresentam um campo abastecido de conhecimentos a serem aprofundados. Tal constatação, segundo os autores, se remete ao fato de que o debate sobre diferentes enfoques vinculados à socialização permite levantamentos de outras hipóteses de estudo.

Buscando atender as sugestões de trabalhos futuros de Marques *et al.*, (2017), que sugere ampliar as pesquisas sobre o tema em eventos científicos da área para possível evidência mais completa da socialização, o artigo justifica-se a partir de um estudo sistemático e integrativo, com uma análise qualitativa do tema socialização na produção científica nacional em eventos da ANPAD.

Sob essa ótica, a finalidade do presente artigo é realizar uma revisão integrativa e sistemática nos trabalhos sobre socialização organizacional publicados na base de dados de eventos da ANPAD. Com objetivos específicos: Detectar os artigos sobre socialização publicados em eventos da ANPAD; relacionar qualitativamente as teorias existentes sobre a problemática descrita; identificar os principais temas relacionados com a Socialização e propor sugestões para estudos futuros sobre o tema.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa, onde será feita a análise e interpretação dos artigos através de conhecimentos racionais e intuitivos e com diferentes enfoques para compreender a temática. (NEVES, 1996).

A pesquisa também tem caráter descritivo exploratório que, de acordo com Gil (2008), a pesquisa descritiva tem objetivo de descrever as características do fenômeno e fazer associações entre os temas expostos. Quanto a pesquisa exploratória, vincula similaridade com o tema proposto, aprimorando a ideia e formulando hipóteses.

O procedimento técnico será uma revisão sistemática integrativa, método que analisa e sintetiza os conhecimentos já levantados sobre a temática abordada e permite com isso geração de novos aprendizados. (Botelho, Cunha e Macedo, 2011)

A revisão integrativa é ampla em sua abordagem e confere um entendimento completo sobre o tema, isso porque agrega a revisão de teorias, análise de problemas e definições que formam um cenário consistente sobre o tema levantado. (De Souza, Silva e Carvalho, 2010).

Ainda de acordo com Botelho, Cunha e Macedo (2011), a revisão sistemática integrativa necessita de uma análise cuidadosa das fontes e para ser feita deve seguir etapas bem estabelecidas.

Seguindo as etapas, para o norte da pesquisa, seguiremos com a problemática: Como a Socialização dentro das organizações é discutida em periódicos nacionais na base Anpad entre os anos de 2010 a 2021?

Para a realização, foi definida a base de dados da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (Anpad) e a seleção das palavras que atendem ao objetivo da pesquisa: "Socialização"; "Ambientação" e "Integração". Os termos foram escolhidos de acordo com os sinônimos de significado.

Na primeira rodada, foi feita a primeira busca na lupa de pesquisa da base Anpad com as três palavras selecionadas. Em seguida, foram selecionadas as pesquisas que continham os termos determinados nos títulos, onde foram localizados 208 artigos no total. Na segunda rodada, os artigos foram selecionados seguindo os critérios de exclusão:

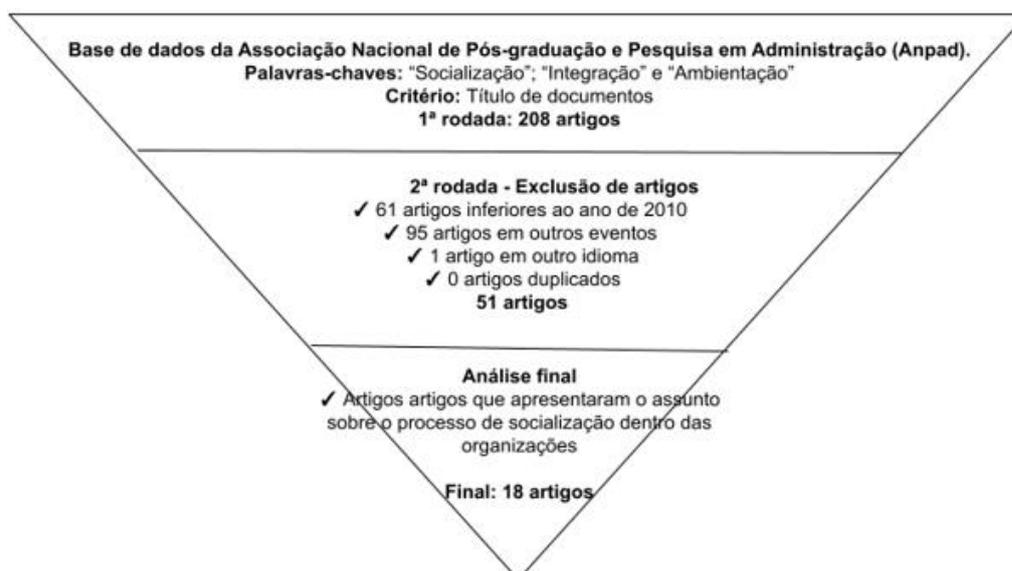
- ✓ Artigos publicados anteriormente a 2010.
- ✓ Artigos em outras revistas e eventos que não sejam: Encontro de Anpad (EnANPAD), Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR/GRT), Organizações/ Comportamento Organizacional (COR) e Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO/EOR).
- ✓ Artigos que não sejam em português.
- ✓ Artigos duplicados
- ✓ Após seguir os critérios, foram filtrados 51 para seleção final.

Após o filtro, foi realizada uma análise de conteúdo. Segundo a didática de Bardin (2011), o método envolve três focos temporais: Pré análise que é a fase de organização, entendimento das ideias iniciais e escolha dos artigos a serem analisados. Posteriormente acontece a exploração, onde se entende os conceitos relacionados e categoriza-se as temáticas. E por fim, o tratamento e interpretação dos resultados obtidos, ou seja, interpretações analíticas de acordo com os objetivos.

Seguindo esse preceito, foi realizada a leitura superficial dos artigos e foram selecionados para análise aqueles que apresentaram o assunto sobre o processo de socialização organizacional, que acontece inicialmente após a contratação ou na manutenção da cultura.

Ao final, restaram 18 artigos para análise, demonstrados na figura:

Figura 1 - Passo a passo para a identificação dos artigos.



Fonte: Os autores

3 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Inicialmente, na Tabela 1, foi possível identificar que os artigos encontrados debatem sobre a visão da socialização organizacional diante de pessoas com alguma deficiência (3), desempenho organizacional (4), adaptação ao ambiente (5), configuração da socialização (5) e análise da produção científica sobre a socialização (1). Assim, dentro das pesquisas houve 5 artigos que descreveram a socialização referida a adaptação do colaborador quando integra no novo ambiente empresarial. 5 artigos que analisaram como esse processo em si acontecem, analisando as etapas e relações do ambiente. 4 pesquisas sobre a relação da socialização com o desempenho do colaborador. 3 das pesquisas focaram em um grupo específico, os PcDs, para descrever o processo e os desafios da socialização. 1 artigo fez a análise quantitativa dos artigos sobre socialização na área de Turismo, Contabilidade e Administração.

Tabela 1 – Relação dos temas

Tema	Quantidade
Pessoas com alguma deficiência PcDs	3
Desempenho organizacional	4
Adaptação ao ambiente	5

Configuração da socialização	5
Análise da produção científica sobre a socialização	1
Total	18

Fonte: Os autores

Na figura 2, também é possível observar as palavras-chaves utilizadas nos trabalhos, apresentando os indicadores de busca escolhidos pelos pesquisadores e os temas relacionados, sendo eles: servidores públicos, mulheres, resiliência, cultura, entre outros.

Figura 2 - Nuvem das palavras-chave identificadas nos artigos



Fonte: Os autores

Nota: Elaborado pelos autores no *Word Cloud* (2021)

Decorrendo a segunda etapa da análise de conteúdo sob o material selecionado, foi possível observar o desenvolver dos artigos reunidos na tabela, categorizados por temáticas em ordem alfabética, seguindo a similaridade dos objetivos.

Quadro 1 – Categorização dos artigos segundo a análise de conteúdo

Estudos	Classificação	Abordagem
---------	---------------	-----------

Júnior, de Lima e de Lima (2014); Moreira <i>et al.</i> (2011) e Santos <i>et al.</i> (2018)	Acessibilidade	Exploram a socialização organizacional de pessoas com alguma deficiência (PcDs), identificando o contexto do ambiente, do processo e seu impacto.
Baptista <i>et. al.</i> (2015); Basaglia, Braga e Figueiredo (2019); Marques D. S. <i>et al.</i> (2017); Rabello; Macke e Zanella (2019); Reatto e Brunstein (2017) e Reinert; Munhoz <i>et. al.</i> (2010).	Aspectos da socialização organizacional	Identificam impressões da socialização e como são os aspectos desse processo dentro de contextos, visões e relações diferentes.
Borges e Matos (2015); Carvalho e Borges (2010); Carvalho e Borges (2010); Comin e Pauli (2017); Andrade e Silveira (2015); Queiroz e Paiva (2019); Silva Onã, Sylvania. (2020); Junior e Abbad (2012) e Tomazzoni; Almeida <i>et. al.</i> (2015).	Comportamento organizacional	Analizam a socialização organizacional proposta em grupos diferentes de estudos, trazendo conceitos comportamentais e observando ângulos de contribuição para resultados.

Fonte: Os autores

Dando continuidade à análise de conteúdo e a inferência proposta por Bardin (2011), foram relacionadas teorias sobre a socialização organizacional, identificando os principais temas relacionados, assim como proposto nos objetivos.

Os artigos foram separados pelas temáticas que estavam relacionados a abordagens de Acessibilidade, Aspectos da socialização organizacional e Comportamento no trabalho e, para melhor entendimento, a análise foi separada de acordo com a classificação.

Acessibilidade

Se atentou ao processo que as pessoas com deficiência física passam na socialização organizacional, percebendo um avanço nas discussões e nas

realizações de ações, mas evidenciando um longo caminho para a igualdade nesse processo.

Algumas questões relacionadas com a acessibilidade complicam o processo de socialização com dificuldades na infraestrutura e certo despreparo para recebê-los e, por mais que tenham um bom relacionamento com os colegas, ainda há dificuldades para se relacionar no ambiente profissional e até mesmo atender o público. Onde na maioria das vezes eles devem mostrar um nível de competência ainda maior, para comprovar que são capazes.

No mesmo sentido foi identificado a percepção dos profissionais com deficiência física sobre a socialização organizacional onde também há necessidades de introduzir políticas e instrumentos para essas pessoas, apesar de haver um bom grau de socialização.

Ainda segundo os dois projetos, os grupos de PcDs apresentaram disposição para crescimento, novos aprendizados almejando cargos maiores.

Após as análises, observou-se que os autores trouxeram conceitos comuns de necessidade de estrutura e preparo para a socialização de pessoas com alguma deficiência (PcDs), onde essas pessoas almejam alcançar boas ocupações, se esforçam para tal, mas enfrentam uma via tortuosa no processo. A relação das teorias se expressa no quadro 2.

Quadro 2 - Relação entre teorias da socialização organizacional acerca da Acessibilidade

Pontos convergentes	Pontos divergentes
Necessidade de introdução de políticas de acessibilidade (estrutural e profissional) dentro da organização.	Sem pontos divergentes levantados
Disposição dos PcDs em continuar se qualificando, melhorando de cargo e almejando atividades mais complexas.	
Processo da socialização acontece com dificuldades com esse grupo.	

Fonte: Os autores

Aspectos da socialização organizacional

Em torno dos aspectos da socialização, os autores Basaglia, Braga e Figueiredo (2019) atentaram a dimensões: tarefas, grupo e organização entendendo que, o aumento da adaptação a tarefa aumenta conforme o entendimento do que é esperado no cumprimento delas. Já em relação ao grupo, a adaptação aumenta conforme se entende o que o gestor espera da equipe. E em relação à organização, conforme a socialização aumenta, então se compreende melhor como agir conforme as políticas da empresa.

Na pesquisa de Rabello, Macke e Zanella (2019), devido ao contexto de expatriação, a dimensão tarefa teve maior impacto através da socialização, e que isso está relacionada também com o suporte dos colegas de trabalho, ou seja, aspectos sociais. O que vai de encontro com Reatto e Brunstein (2017) identificando que através dessa interação social que o recém contratado entende a cultura e comportamento do que ser feito.

Os mesmos autores Reatto e Brunstein (2017) em sua pesquisa, notaram que a proatividade do recém contratado é um aspecto que está ligado a compreensão sobre seu trabalho. Embora esse aspecto seja contido pelo próprio padrão de comportamento da organização. Isso é mencionado por Baptista *et al.* (2015) que confirma sobre a proatividade como peça para adquirir conhecimentos da organização. Reinert *et al.*(2010) também indicam a proatividade como aspecto que diferencia o conhecimento do indivíduo e até mesmo sua participação no processo.

Ademais, os autores retratam como o processo de socialização vai além de uma etapa inicial, observando sua participação desde o processo seletivo e que o processo, por sua complexidade em emergir a cultura da empresa ao colaborador, é contínuo mesmo depois das primeiras etapas de entrada. Baptista *et al.*(2015) apresenta em sua pesquisa que o conhecimento da empresa ocorre no processo de socialização inicial, mas há uma falta de constância desse processo enquanto o funcionário está na organização, abrindo caminho para discussão.

Marques *et al.* (2017) identificaram os aspectos mais relacionados com a socialização: cultura organizacional, poder, recrutamento e seleção, e dominação simbólica. A temática, segundo eles, é pouco abordada e não segue uma

linearidade, mas que há um equilíbrio entre estudos de casos e pesquisas de levantamento.

Por fim, conforme o quadro 3 apresenta, foi possível se ater as convergências da socialização organizacional e sua influência positiva nos aspectos de tarefas, grupo e organização, onde se vincula aos aspectos sociais para o sucesso. Além disso, é tido um consenso entre pesquisas sobre o aspecto da proatividade vinculada a socialização como peça importante para adquirir conhecimentos da organização. Por fim, foi notória a complexidade da socialização que deve estar envolvida em etapas desde o recrutamento e seleção até todo o período de permanência do colaborador, e que nesse quesito há uma falta de constância nas empresas.

Quadro 3 - Relação entre teorias da socialização organizacional acerca dos Aspectos

Pontos convergentes	Pontos divergentes
Influência positiva nos aspectos de tarefas, grupo, organização e o vínculo com aspectos sociais.	Sem pontos divergentes levantados
Proatividade é um aspecto importante dentro da socialização para serem adquiridos conhecimentos da organização.	
Socialização deve estar envolvida em todo o período de permanência do colaborador, mas em relação a isso, há uma falta de constância nas empresas.	

Fonte: Os autores.

Comportamento no trabalho

Foi possível identificar a influência da socialização organizacional no comportamento dos colaboradores através de Santos Júnior (2012) que identificou a motivação nos aprendizados culturais gerais e de atividades do cargo, o que também influencia na relação interpessoal, satisfação e comprometimento. Assim

284

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



como Carvalho e Borges (2010) e Silva Onã (2020) reforçam essa hipótese de que há uma maior noção de alcance às informações, de conhecimento da cultura da empresa e com isso, também se relaciona o bem estar. Comin e Pauli (2017) remetem sobre a relevância porque traz a percepção do contexto organizacional, facilitando a adaptação do indivíduo.

A socialização ainda está relacionada com a interação do meio social e o acolhimento que facilita o processo (QUEIROZ; PAIVA, 2019). As autoras Carvalho e Borges (2010) através de duas pesquisas, mencionam que esse suporte social é importante porque impacta na percepção do recém contratado ao processo, além de construir raízes de apoio.

Ainda sobre os estudos das autoras Carvalho e Borges (2010), a contribuição da socialização organizacional advém independente de nacionalidade, ocupação ou experiência, o que contrapõe os estudos de Tomazzoni *et al.* (2015) que descreve uma diferença na percepção da socialização organizacional de acordo com o cargo e como características distintas influenciam no processo. Essa variação do processo de socialização entre cargos e tempo de serviço também é pouco percebida segundo Andrade, etc al em sua pesquisa com docentes e técnicos-administrativos. Pode-se notar na pesquisa de Queiroz e Paiva (2019), que há divergência de respostas entre funcionárias com maior e menor tempo dentro da empresa, onde as recém contratadas passaram por um processo mais fácil, identificando o contexto interno com características expressivamente masculinas e o externo de mudanças e evoluções que foram trazendo homogeneidade a socialização.

Ao contrário dos aspectos positivos, as autoras Borges e Matos (2015) debatem a influência favorável da socialização organizacional observando esse rito de introdução à cultura como máscara para criar um encantamento de adoração ao serviço e a exaustão emocional como cultura afetiva. Além disso, ainda analisam que quando o funcionário tem percepção da realidade demandada de serviço ao que diz do trabalho emocional, se frustra.

Interessante entender que Queiroz e Paiva (2019) identificaram nas entrevistas que, apesar da socialização, o trabalho em si é aprendido na prática, sendo assim, o processo nesse sentido não apresenta grande representatividade. Além de Andrade, Vasconcelos e Silveira (2015) trazerem essa teoria de que o aprendizado sobre algumas dimensões vai sendo dado pelo tempo, remetendo ao fato de que com evoluções dentro do processo de socialização, essa questão pode melhorar. Toma-se como base que essas duas pesquisas foram feitas em instituições públicas, o que pode estar relacionado com as brechas do processo.

Sob a visão da análise entre as pesquisas, entendeu-se o ponto de acordo entre os autores sobre o impacto positivo da socialização no que tange a aprendizado, cultura, satisfação e comprometimento, além da interação do meio social que force apoio ao processo. Algumas divergências foram identificadas sobre o real efeito de impacto diante de nacionalidades, ocupações ou experiências diferentes do colaborador. Um dos trabalhos também divergiu sobre o impacto positivo, onde a socialização pode ser mascarada para direcionar o colaborador a uma cultura exaustiva e por fim, a discordância do efeito positivo sobre o trabalho em si, que apesar da socialização, é aprendido na prática. Essa relação é apresentada no quadro 4.

Quadro 4 - Relação entre teorias da socialização organizacional acerca do Comportamento.

Pontos convergentes	Pontos divergentes
Impacto positivo da socialização no aprendizado, cultura, satisfação e comprometimento e interação do meio social	Eficácia da socialização pode ser igual ou diferente de acordo com nacionalidade, ocupação ou experiência do colaborador
	Apesar da socialização, o trabalho em si é aprendido na prática.

Fonte: Os autores

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa atendeu o objetivo geral e os objetivos específicos de realizar uma revisão integrativa e sistemática nos trabalhos sobre socialização organizacional publicados na base de dados de eventos da ANPAD, relacionando qualitativamente as teorias existentes e identificando os principais temas relacionados seguindo as etapas da análise de conteúdo, beneficiando as organizações e pesquisadores a entender de forma mais afunda o processo.

Diante das relações, foi possível compreender os pontos convergentes e divergentes em torno da socialização organizacional, que nas pesquisas é amplamente apontada sob olhar do colaborador ao processo, em que se faz interessante entender a assimilação da empresa sobre o processo. Algumas contraposições sobre a influência da socialização de acordo com o cargo e experiência dos funcionários foram levantadas, também sugerindo pesquisas mais profundas para entender o real atingimento da socialização entre funcionários de cargos e experiências diferentes. Além disso, a socialização com PCDs é um tema que se correlaciona na presença de algumas lacunas no processo, e necessidade de algumas melhorias.

Ademais, a socialização esteve relacionada, dentre as categorias, com aspectos sociais e sua influência positiva. Além de indicar a proatividade como peça no conhecimento, que deve ser contínuo além da fase inicial de entrada do colaborador.

Por fim, é importante destacar as limitações encontradas no estudo que estão em torno de: Revisão apenas em uma base de dados (ANPAD), baixa quantidade de artigos sobre a temática que dificulta uma análise mais consistente e uma revisão geral sobre o tema, dificultando uma visão mais específica entre um dos aspectos.

Diante disso, surgem sugestões de pesquisas futuras dentro da temática, sendo: ampliar a base de dados, dentro da área da Administração e Gestão de Pessoas com pesquisas mais restritas e limitadas dentro de um aspecto dentro da temática para um maior aprofundamento e fidelidade nos resultados.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Diego César Terra *et al.* A socialização organizacional dos servidores de uma IFES: em tempos de REUNI. *In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO*, 5., 2015, Salvador. **Anais...** Salvador: 2015.
- BAPTISTA, K. T. *et al.* Socialização Organizacional: Estudo com as Trabalhadoras da Construção Civil na Cidade de Fortaleza - CE. *In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO* 2015, 5., 2015 Salvador. **Anais...** Salvador:, 2015.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BASAGLIA, Ricardo; BRAGA-BEATRIZ, Beatriz Maria Barbosa; COSTA FIGUEIREDO, Cléber. Avaliação da Socialização Organizacional: um Olhar a Partir de Indivíduos Recém-Contratados. *In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD* 2019, 43., 2019, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2019.
- BERGUE, Sandro Trescastro. **Cultura e mudança organizacional**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2010.
- BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. A.; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.
- CARVALHO, Virgínia; BORGES, Livia de Oliveira. O Papel da Resiliência nos Resultados de um Processo de Socialização Organizacional. *In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS (ENEO/ANPAD)*, 6., 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 2010.
- CARVALHO, Virgínia; BORGES, Livia de Oliveira. Resiliência e socialização organizacional entre servidores públicos brasileiros e noruegueses. *In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD* 2010, 34., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro:ANPAD, 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- COMIN, Lidiane Cássia; PAULI, Jandir. **Relação entre Sentido do Trabalho e Socialização Organizacional na Percepção do Contexto de Trabalho para Migrantes**. *In: EnANPAD*, n., 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo:ANPAD, 2017..
- FLEURY, Maria Tereza Leme. Estórias, mitos, heróis: cultura organizacional e relações do trabalho. **Revista de administração de empresas**, v. 27, p. 7-18, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

MARQUES, D. S. *et al.* Estado da Arte da Produção Científica Brasileira sobre Socialização Organizacional: um Estudo Bibliométrico. *In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD 2017*, n., 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo:ANPAD, 2017. p.

MATOS, Paola Rodrigues de; BORGES, Maria de Lourdes. Socialização Organizacional no Walt Disney World: Críticas ao Traditions como um Rito de Passagem para um “Mundo Mágico” *In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD*, 39., 2015, Belo Horizonte. **Anais...**Belo Horizonte: ANPAD, 2015.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

PAULA, A. *et al.* The importance of organizational skills: an analysis of perception of managers. **Diálogo**, Cidade, n. 26, p. 111-120–120, 4 set. 2014.

QUEIROZ, Glicielle Bezerra; Paiva, Luis Eduardo Brandão. Socialização Organizacional: Uma análise das mulheres na Polícia Militar. *In: ENEO*, n., 2019, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: 2019.

RABELLO, Gisele Costa; MACKE, Janaina; ZANELLA, William. Socialização organizacional de expatriados. *In: ENANPAD*, n., 2017, São Paulo. **Anais...**São Paulo:ANPAD, 2017.

REATTO, Diogo; BRUNSTEIN, Janette. Socialização Organizacional no Setor Público: Ações e Percepções de Novatos e Experientes. *In: ENANPAD*, n., 2017, São Paulo. **Anais...**São Paulo:ANPAD, 2017.

REINERT, Maurício *et al.* Recrutamento e seleção como parte do processo de socialização organizacional: estudo de caso em uma ONG. *In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD*, 39., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro:ANPAD, 2010.

SANTOS JUNIOR, A. B. **Avaliação de impacto de ambientação sobre o desempenho dos egressos**. Brasília: Universidade de Brasília, 2012.

SILVA ONÃ, Silvania. **A influência da socialização na felicidade no trabalho**. *In: Encontro da Anpad - EnANPAD 2020*, 44.,2020, Maringá. **Anais...** Maringá:ANPAD, 2020.

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel de. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein (São Paulo)**, v. 8, p. 102-106, 2010.

TOMAZZONI, Gean Carlos *et al.* Do Exercício à Efetivação: Uma Análise da Percepção dos Servidores Públicos sobre a Socialização Organizacional. *In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD*, 39., 2015, Belo Horizonte. Anais...Belo Horizonte: ANPAD, 2015.

XAVIER, Ricardo de Almeida Prado. **Gestão de pessoas na prática: os desafios e soluções.** Editora Gente, 2006.

ZANELLI, José Carlos; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil-2.** AMGH Editora, 2014. p. 352-379.

**TORNANDO-SE MESTRE: EXPERIÊNCIAS NO ESTÁGIO DOCÊNCIA E SUAS
CONTRIBUIÇÕES PARA A ATUAÇÃO DOCENTE EM CURSOS DE
ADMINISTRAÇÃO**

**BECOMING A MASTER: EXPERIENCES IN THE TEACHING INTERNSHIP AND
ITS CONTRIBUTIONS TO THE TEACHING PRACTICE IN ADMINISTRATION
COURSES**

Karine De Jesus Rodrigues Santana
Universidade Federal de Uberlândia

Victor Vieira Silva
Universidade Federal de Uberlândia

RESUMO: A formação acadêmica procura desenvolver saberes e competências que também são exigidas no exercício profissional. No caso daqueles interessados em serem professores, a pós-graduação, por meio do estágio docência, possibilita-os experimentar, de forma supervisionada, a prática docente, procurando suprir, por meio da avaliação e vivência, as dificuldades inerentes à formação e ao exercício profissional. Diante dessa importância do estágio para a formação docente, o objetivo deste artigo foi analisar, a partir das experiências de egressos de pós-graduação em Administração, as contribuições do estágio docência na sua atuação como professor. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa, descritiva e de campo, cujo material empírico foi obtido por meio de entrevistas episódicas com egressos de pós-graduação em Administração que atuam ou já atuaram como professores, sendo alcançados por conveniência. De maneira geral, o estágio docência contribuiu para a compreensão de que a atividade docente requer aprendizagem constante, não só de conteúdos teóricos, mas de conhecimentos sociais, principalmente no que diz respeito à história e vivência dos alunos. Os resultados aqui encontrados indicam a importância de conhecer e analisar o estágio docência sob a perspectiva dos professores orientadores e dos alunos para os quais se estagiam.

Palavras-chave: professor; formação docente; estagiário docente; prática docente; aprendizagem experiencial.

ABSTRACT: The academic training seeks to develop knowledge and skills that are also required in professional practice. In the case of those interested in being professors, the postgraduate, through the teaching internship, allows them to experience, in a supervised manner, the teaching practice, seeking to overcome, through evaluation and experience, the difficulties inherent in training and exercising professional. Given this importance of the internship for teacher education, the aim of this article was to analyze, from the experiences of graduate students in Administration, the contributions of the teaching internship in their performance as a teacher. Therefore, a qualitative, descriptive and field research was carried out, whose empirical material was obtained through episodic interviews with postgraduates in Administration who work or have already worked as professors, being reached by convenience. In general, the teaching internship contributed to the understanding that the teaching activity requires constant learning, not only of theoretical content, but of social knowledge, especially with regard to the history and experience of students. The results found here indicate the importance of knowing and analyzing the teaching internship from the perspective of guiding professors and students for whom they are internships.

Keywords: teacher; teacher education; teacher intern; teaching practice; experiential learning.

1 INTRODUÇÃO

Por considerar que o conhecimento em certo campo já era o bastante para lecionar, a contratação dos docentes tinha como base a sua formação profissional e, dessa forma, os docentes não detinham de qualificação ou instrução pedagógica para lecionar e aprendiam na prática (GIL, 2008; PIMENTA, 2009). Contudo, a formação pedagógica passou a ser importante para o exercício da docência (FISCHER, 2006; FREIRE, 2001), sendo, inclusive, um dos objetivos dos Programas de Pós-Graduação *stricto sensu*, conforme a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), de 1996.

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) destaca que os programas de mestrados e doutorados sejam eficientes e tenham condição para a “formação de professorado competente que possa atender à demanda no ensino básico e superior, garantindo, ao mesmo tempo, a constante melhoria da qualidade” (CAPES, 2014).

Entretanto, a CAPES parece ser preocupar mais com a formação de pesquisadores do que com a formação docente para o ensino superior (FERREIRA; HILLEN, 2015). Neste sentido, existe uma omissão em relação a formação do professor tanto nos órgãos públicos quanto privados, algumas vezes atentando-se muito mais para a formação de pesquisadores do que para a formação de docentes e, em outros casos, priorizando os investimentos nas estruturas físicas em detrimento do quadro de professores (SOUZA-SILVA; DAVEL, 2005).

Considerando esse contexto, o estágio docência se faz pertinente, ao propiciar o contato do profissional com a prática, sob supervisão, permitindo que os profissionais entendam ações didáticas e pedagógicas desenvolvidas no dia a dia do professor (FISCHER; 2006; FREIRE, 2001). Ou seja, o estágio docência possibilita “capacitar o discente, com a supervisão e acompanhamento de seu orientador, para que possa lecionar aulas na graduação” (FERREIRA; LEAL; FARIAS, 2020).

Diante do exposto, fez-se a seguinte pergunta de pesquisa: quais as contribuições do estágio docência na atuação docente? O objetivo deste estudo consiste em analisar, a partir das experiências de egressos de pós-graduação em Administração, as contribuições do estágio docência na sua atuação como professor. A escolha por pós-graduados em Administração foi intencional, pois, além da facilidade esperada para obter-se o material empírico, considerou-se a relevância da graduação desse curso no cenário brasileiro (CANOPF; FESTINALLI; ICHIKAWA, 2005; SILVA; NASCIMENTO; SOUZA NETO, 2016), onde, comumente, os pós-graduados interessados na docência irão atuar como professores.

O artigo segue com a fundamentação teórica, apresentando a Teoria da Aprendizagem Experiencial, seguido de alguns estudos que apresentaram algumas contribuições do estágio docência na formação de professores.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Teoria da aprendizagem experiencial

No Ensino Superior, o professor como transmissor e o aluno como receptor de conhecimentos ainda é um modelo de aprendizagem muito evidente. Nesse modelo, o professor é responsável por expor seus saberes, ao passo que os alunos são responsáveis por ouvir e aprender (FREIRE, 2016). Trata-se de uma aprendizagem mais voltada para a fixação de certos conhecimentos do que para a descoberta de novos (MAUTNER, 2013). Contudo, a aprendizagem também está relacionada com a experiência, à medida que favorece o desenvolvimento de competências e de habilidades (ALFREDO, 2019). Entendendo isso, ressalta-se a Teoria da Aprendizagem Experiencial (TAE), elaborada por David Kolb, em 1984, que procura aproximar a sala de aula com o mundo real.

A TAE fundamenta-se em um conjunto de instrumentos que fornecem, aos alunos, a experiência para compreender o conteúdo ensinado (SOUSA; MIRANDA, 2019). A metodologia experiencial proporciona que o aprendiz adquira conhecimentos, habilidades e competências que se apliquem em seu cotidiano,

promovendo o desenvolvimento. Além disso, ela torna-se mais efetiva e envolve o indivíduo por completo, sua mente e seu corpo (BISPO; FERNANDES; SILVA, 2020).

A importância das experiências integrando as atividades acadêmicas com a realidade é tão significativa que pode gerar sentimentos de satisfação e alegria, ao construir um conhecimento individual e coletivo reflexivo, rompendo paradigmas e englobando o educando com a sociedade (FREIRE, 2016). A aprendizagem é o processo pelo qual o conhecimento é construído pela transformação da experiência, ou seja, a base para criação do conhecimento é a experiência (ILLERIS, 2013). Assim, o conhecimento é um processo contínuo, e não um resultado em si, que reflete as experiências (BARBOSA; MARQUES, 2018), sendo este o foco para o desenvolvimento do indivíduo no processo de ensino (REIS; KLEIN, 2020).

A aprendizagem experiencial refere-se a uma amplitude de significados, práticas e ideologias que surgem do mundo do trabalho e de compromissos políticos, pedagógicos, institucionais, sociais e das pessoas em geral. Ou seja, abrange diversos significados e realça aspectos individuais que estão interligados (ALFREDO, 2019). Um meio mais natural e acessível de se aprender, pois envolve o mundo interior e exterior do indivíduo que conceitua a própria experiência (BISPO; FERNANDES; SILVA, 2020). A aprendizagem experiencial é o treinamento fundamental na preparação dos professores dando oportunidade de experimentar o ensino no ambiente de aprendizagem verdadeiro e genuíno (AFALLA; FABELICO, 2020).

O processo de aprendizagem, segundo a TAE, acontece em um ciclo que integra: (i) experiência concreta, o principiante se envolve totalmente em uma experiência de aprendizagem; (ii) observações e reflexões, o principiante após a observação é capaz de fazer reflexões sobre diversos aspectos; (iii) formação de conceitos abstratos, o principiante após a observação é capaz de formular hipóteses e conclusões criando conceitos que integram as experiências vividas e; (iv) testar implicações de conceitos em situações novas, o principiante teste as hipóteses em conjunturas novas (REIS; KLEIN, 2020).

Portanto, para que aconteça efetivamente o aprendizado, o indivíduo deve passar por todo o ciclo, sem considerar em qual etapa ele ingressar (BARBOSA; MARQUES, 2018). Nesse ciclo são destacados dois aspectos: o primeiro, a valorização das experiências concretas e imediatas no processo de aprendizagem; o segundo, o feedback que traz a pesquisa e o ensino laboratorial em que se baseia o modelo (ILLERIS, 2013). Há uma relação dialética no ciclo onde o indivíduo pode reportar a experiência e relatá-la, sendo que, através da observação reflexiva, é permitido a reconstrução de significados (BISPO; FERNANDES; SILVA, 2020).

Os indivíduos têm diversas experiências que são influenciadas pela maneira como vivem e o ambiente que os rodeiam. Contudo, somente através do conhecimento e da comunicação que essas experiências se tornam aprendizagem. É nesse sentido que o professor, através de conceitos e teorias, pode assimilar e abrir caminhos para compreensões e conteúdos incógnitos (ILLERIS, 2013), evidenciando como a experiência é modificada pela reflexão e conceitos, dando oportunidade para surgir novos experimentos (SOUSA; MIRANDA, 2019). Desse modo, o conhecimento é uma noção que nasce quando o indivíduo é convidado a parar e pensar sobre determinado problema ou situação (ALFREDO, 2019).

É importante basear o ensino nas experiências dos estudantes, considerando também o conhecimento implícito de ações corporais. Entretanto, é relevante considerar a existência de muitas experiências distintas em um ambiente da sala de aula, o que dificulta a captação de atenção de todos os presentes referindo-se as experiências subjetivas (ILLERIS, 2013). Portanto, o envolvimento ativo dos alunos de aulas experienciais é visto como um facilitador de aprendizagem, pois assim se faz algo com os alunos integrando-os no processo (BISPO; FERNANDES; SILVA, 2020).

Após a exposição da importância da aprendizagem experiencial, apresenta-se as contribuições do estágio docência na formação de professores.

2.2 As contribuições do estágio docência

Ser professor é um processo que envolve vários requisitos, além do conhecimento da teoria. Por isso, é necessário que os cursos de formação ofereçam atividades práticas supervisionadas que englobem, além de conhecimentos específicos, a experiência (JOAQUIM *et al.*, 2011; ALFREDO, 2019). A prática de ensino, para que seja adequada, deve ser baseada em três aspectos: no domínio do conteúdo; na visão ampla sobre a educação e o mundo; e nas habilidades para desempenhar atitudes pedagógicas na sala de aula, facilitando, assim, a transferência do conhecimento para o estudante (GONSALVES, *et al.*, 2015).

O estágio docência é uma das poucas metodologias direcionadas à formação didática do professor (MIRANDA; CASA NOVA; LEAL, 2018), sendo obrigatório nos cursos de pós-graduação *stricto sensu*, especificamente, nos cursos de mestrado e doutorado acadêmicos (ARAUJO, *et al.*, 2014). Sob a orientação de um professor (LIMA; BRAGA, 2016), o estágio também se constitui como uma possibilidade de reduzir que o Ensino Superior seja impactado por docentes sem formação de caráter pedagógico (JOAQUIM, *et al.*, 2011; ALFREDO, 2019).

Sendo uma atividade temporária e obrigatória, o estágio docência evidencia a criatividade, a independência e o caráter do estudante ao se deparar com a escolha profissional e decidir se tem vocação e aptidão para desempenhar tal papel (BIANCHI; ALVARENGA; BIANCHI, 2005). Considerado como uma ferramenta fundamental para a formação acadêmica e para o desenvolvimento profissional (BARBOSA; MARQUES, 2018), o estágio docência abrange a função do professor na instituição, onde a didática é o destaque na carreira docente do Ensino Superior (LIMA; BRAGA, 2016). Os objetivos constituem a preparação dos alunos para aplicar o conhecimento teórico adquirido e, assim, adquirir habilidades pessoais, profissionais, atitudes e valores que são fundamentais para a socialização do profissional (ALFREDO, 2019).

A realização do estágio oferece oportunidades ao acadêmico de aproximar-se da realidade profissional, proporcionando informações significativas do cotidiano escolar que possibilitem uma reflexão crítica do trabalho a ser desenvolvido como professor (SOUSA; MIRANDA, 2019) com integração da teoria e prática. Além de

envolver a academia, a empresa e a universidade qualificando o futuro profissional para prestar um trabalho eficiente à sociedade (BARBOSA; MARQUES, 2018). O estágio apresenta aos futuros professores condições de detectar e superar uma visão simplista dos problemas de ensino-aprendizagem, tornando-se atraente porque, simultaneamente, estuda e compreende favorecendo o desenvolvimento da experiência (CARVALHO, 2012).

Enquanto instrumento pedagógico, o estágio docência pode minimizar um possível choque de realidade quando o professor está efetivamente na sala de aula, especialmente quando o aluno interage com professores mais experientes que podem ajudá-lo a superar obstáculos e instruí-lo em determinadas situações (MIRANDA; CASA NOVA; LEAL, 2018). Um período que integra o estudante em contato com diversas metodologias de ensino e recursos didáticos que propagam diferentes abordagens sobre a produção do conhecimento (ARAUJO *et al.*, 2014).

O olhar do professor docente se transforma ao realizar o estágio, pois, o docente passou toda sua vida dentro do local que em irá trabalhar, como um aluno. Isso pode gerar dificuldades ao criar imagens ou situações difíceis de serem removidas. Assim, o futuro profissional observará a escola como um todo, detectando condições de interação construtiva entre aluno e professor no processo de ensino aprendizagem (CARVALHO, 2012).

A partir dessa fundamentação sobre o estágio docência, entendido como um exemplo da aprendizagem experiencial para a formação docente, apresenta-se, no Quadro 1, um resumo das suas principais contribuições.

Quadro 1 – As contribuições do estágio docência para a formação de professores

Contribuições	Referências
Formação didático-pedagógica	Lima e Braga (2016) Miranda, Casa Nova e Leal (2018) Alfredo (2019)
Aproximação da realidade profissional	Sousa e Miranda (2019)
Desenvolvimento profissional	Carvalho (2012)
Ampliação da visão sobre o processo de ensino-aprendizagem	Carvalho (2012) Araújo e outros (2014)

Fonte: Os autores.

De uma forma geral, vê-se que o estágio docência é uma ferramenta essencial para a aprendizagem experiencial do novo professor. Entendido isso, o artigo segue para a apresentação dos métodos adotados para o alcance do objetivo da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Inicialmente, classifica-se a pesquisa realizada. Trata-se de um estudo qualitativo, descrito e de campo (GIL, 2002). Pesquisas com essas características permitem, de modo geral, o estudo, em profundidade, de vidas humanas e de fenômenos sociais e organizacionais, procurando entender os porquês de determinados comportamentos. Ao basear-se no envolvimento direto com o mundo social e com os próprios participantes da pesquisa, preocupa-se com os casos individuais e procura compreendê-los (DENZIN; LINCOLN, 2018; BUDE, 2004). Considera-se, ainda, que essa classificação de pesquisa permite o alcance do objetivo proposto.

Para a obtenção do material empírico, realizou-se entrevistas episódicas, uma vez que o presente estudo tem interesse numa fase específica da vida do entrevistado: o estágio docência. A entrevista episódica é um tipo de entrevista que combina a narração de fatos com perguntas, procurando compreender os acontecimentos, as situações, os processos e as experiências do entrevistado (FLICK, 2004; 2009). Ela foi elaborada e realizada com base nas etapas usadas por Mueller (2019), apresentadas no Quadro 2. Para o roteiro das entrevistas, adaptou-se à utilizada por Moreno, López-Cortés e Cedeño (2021).

A entrevista narrativa episódica é formada de componentes da extração de alguns métodos utilizados na pesquisa qualitativa, como: entrevista semiestruturada, inquérito narrativo, entre outros. Essa abordagem convida e encoraja os participantes da pesquisa, a compartilhar suas histórias de vida, a partir de um acontecimento particular que, lhes proporcionou experiências (MUELLER, 2019).

Quadro 2 - Etapas usadas para elaborar e realizar uma entrevista narrativa episódica

Etapa	Resumo
1. Selecione um fenômeno de interesse	O pesquisador deve identificar o fenômeno específico que deseja compreender melhor como resultado da investigação.
2. Descreva o processo de entrevista	Os participantes recebem um resumo da estrutura e do processo da entrevista narrativa episódica.
3. Definição do fenômeno	O pesquisador solicita que o participante defina ou descreva o fenômeno de interesse.
4. Pedido: história sobre um episódio	O pesquisador solicita que o participante conte uma história sobre um episódio específico e limitado.
5. Solicitação: história sobre o fenômeno	O pesquisador solicita que o participante conte uma história sobre o fenômeno de interesse dentro do contexto do episódio.
6. Adições ou alterações	O participante deve ter a oportunidade de adicionar ou alterar quaisquer partes da narrativa que ele tenha compartilhado.

Fonte: Mueller (2019, p. 6).

O público de interesse foi pós-graduados em Administração de uma Universidade Federal que tivessem experiência docente. Optou-se por contatar os egressos dos últimos cinco anos anteriores à realização desta pesquisa, ou seja, egressos de 2016 a 2020. Fez-se uma pesquisa no site do Programa e identificou que, neste período, 103 alunos concluíram o mestrado acadêmico. A partir disso, foi criada uma base de dados no aplicativo Excel, com o nome dos egressos e o ano de conclusão. Posteriormente, realizou-se uma busca no Currículo Lattes de cada um dos egressos, para identificar aqueles que detinham experiência docente. Dos 103, 39 atuam ou já atuaram como docente. Ressalta-se, ainda, que, daquele total, 07 não foi possível identificar se possuíam experiência docência, pois o currículo estava desatualizado, alguns não tinham sequer menção do término do curso de mestrado.

O convite à pesquisa foi enviado, por e-mail, no dia 27 de maio de 2021, para os trinta e nove egressos com o perfil de interesse. Destes, 16 manifestaram a possibilidade de participar, sendo que 9 deles participaram respondendo às perguntas por escrito e os demais 7 participaram por meio de chamadas de vídeo pelo aplicativo WhatsApp. Todos eles autorizaram a utilização do material nesta pesquisa. A transcrição dessas 16 entrevistas, obtidas entre maio e junho de 2021, totalizou 33 laudas.

Após a leitura das transcrições, percebeu-se três diferentes perfis de estagiários: os recém-graduados com pouca experiência profissional; os graduados com experiência profissional em outras áreas; e os graduados com experiência docente. Os autores optaram, após conversas, a focar nos resultados a partir desses três perfis encontrados. Para tanto, decidiu-se fazer um novo contato com três entrevistados, sendo um representante de cada perfil. As três novas entrevistas aconteceram em outubro de 2021, por videochamada gravada, utilizando-se o aplicativo Skype, e tiveram uma duração entre 20 e 30 minutos. Os áudios foram transcritos e somaram mais 11 laudas de material empírico. Ressalta-se que os três entrevistados autorizaram a transcrição e o uso de excertos na apresentação dos resultados. Além disso, optou-se por, neste artigo, apresentar apenas os excertos dessas três últimas entrevistas obtidas, por permitirem uma narrativa contínua e representativa do estágio docência.

As análises das entrevistas foram divididas em três grandes categorias: a expectativa com o estágio docência, na qual se destaca o motivo de ingresso na pós-graduação e as expectativas para com a disciplina; a experiência do estágio docência, na qual se destaca a aprendizagem experiência da pelos estagiários entrevistados; e as contribuições do estágio docência, categoria na qual se aborda as reflexões após a prática docente experienciada.

Detalhados os procedimentos metodológicos, o artigo segue para apresentação e análise dos resultados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

4.1 As expectativas com o estágio docência

Inicialmente, procurou-se entender o principal motivo pelo qual os entrevistados escolheram fazer o curso de pós-graduação em Administração.

A docência sempre foi um objetivo para mim, tanto é que, durante a graduação, eu dei prioridade para as atividades de ensino e pesquisa, como monitorias e iniciação científica. [...] Eu saí da graduação e emendei com a pós-graduação justamente por conta desse meu objetivo. (E 13).

Fazer o mestrado foi uma decisão que tomei visando mais pra frente, pois desejo ser professora universitária. [...] então estou aproveitando a oportunidade de continuar os estudos, com a licença que ganhei do trabalho. (E 06).

Quando eu entrei no mestrado, eu já era professor substituto na instituição. [...] O motivo de eu escolher fazer a pós-graduação foi para aprimorar meus conhecimentos, tanto de fazer pesquisa, quanto de ser docente. (E 10).

A docência foi o principal motivo destacado pelos entrevistados para a realização do curso de Mestrado em Administração, entendendo que o curso e a sua titulação permitem o exercício da profissão de professor. Além disso, os excertos acima também indicam três diferentes perfis de estudantes: os recém-graduados com pouca experiência profissional; os graduados com experiência docente; e os graduados com outras experiências profissionais. Entende-se, assim, que, apesar de terem os mesmos objetivos para com o curso, as contribuições deste terão relação com as experiências anteriores dessas pessoas, podendo diferenciar-se ou não entre os perfis encontrados.

Partindo desse achado, nos dois próximos tópicos, fez-se uma apresentação com base nos três perfis de entrevistados.

4.2 A experiência do estágio docência

Confesso que fiquei animado e apreensivo... É algo que eu sempre quis, só que, diferente das outras experiências que tive, como monitoria e aulas de reforço, a responsabilidade é maior. Pensa: são pessoas que vão aprender o conteúdo, pela primeira vez, contigo. Veja que responsabilidade! Só que eu fui trabalhando essas expectativas comigo mesmo ao longo do primeiro semestre do mestrado, que foi, particularmente, bem desafiador. E os questionamentos que surgiram ao longo desses primeiros meses de curso me fizeram perceber que eu também estava em um processo de aprendizagem e, portanto, eu não precisava ter respostas para tudo. Muito pelo contrário: passei a valorizar, ainda mais, as dúvidas. Claro, não as tendo como fim, mas como um caminho para novos aprendizados. (E 13).

Sendo bem sincero, as minhas expectativas giraram mais em saber como seria a turma, porque tem turmas que são mais participativas, enquanto outras nem tanto. E eu gosto das mais participativas, porque eu, quando era aluna, era bem participativa nas aulas. (E 06).

Sempre rola uma expectativa de como vai ser a turma, se vão ser participativos, se são competitivos entre si, até mesmo pensando nas turmas que eu já dei aula. Mas uma expectativa à parte do estágio docência era dar aula com um outro professor me observando, me avaliando. Porque,

301

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



no meu caso, como eu já fui professor, ficava pensando se o que que fiz, até agora, estava certo. (E 10).

Os excertos acima mostram que as expectativas com o estágio docência eram em torno da experiência em si, isto é, com o fato de estar em sala de aula como professor. De uma forma geral, os entrevistados relataram que a expectativa era de vivenciar a prática docente com a orientação de um docente experiente, que pudesse mostrar sua vivência e experiência em sala de aula em um curso de graduação de uma universidade pública. Ressalta-se, também, que os entrevistados conheciam seus professores orientadores da graduação, o que, segundo eles, foi um facilitador na interação entre estagiário e docente.

[Eu e o professor orientador] combinamos de eu acompanhar a turma ao longo de todo o semestre, visto que as aulas eram uma vez por semana, à noite, e eu tinha disponibilidade para isso. A ideia era de que isso poderia facilitar a elaboração da minha aula, uma vez que eu conheceria a turma. O professor também apresentou o plano da disciplina, e permitiu que eu escolhesse qual tema eu gostaria de trabalhar, baseando na minha afinidade. Então ficou acertado assim: eu acompanharia a turma ao longo do semestre e ministraria aula uma vez, com ele em sala. [...] Lembro até hoje, do primeiro dia de aula: pela proximidade de idade, eu me sentia muito mais aluno, colega de classe deles, do que um professor em estágio. Só que, curiosamente, apesar disso, eu percebia, nos olhares deles, o entendimento de que eu não era um colega, mas um professor. (E 13).

O meu orientador me sugeriu ficar com a aula no curso de Gestão da Informação, que tinha carga horária de 30h, exatamente a mesma carga horária de Estágio Docência. [...] Eu e o professor trabalhamos juntos, no TCC e outras pesquisas, então a gente já tinha uma relação muito boa. Por conta disso, a gente optou que ele não ficaria em todos os dias na sala de aula comigo, para me dar mais liberdade para trabalhar com os alunos. E foi bom, pois a turma entendeu que, de fato, eu estava ali como professora. (E 06).

O primeiro dia de aula foi bem tranquilo, visto às expectativas que tinha. [...] Ter outro professor em sala, me avaliando, foi mais tranquilo do que eu imaginava, pois remete, de certa forma, quando eu era aluno da graduação. (E 10).

O primeiro dia de aula em estágio docência foi uma experiência positiva para os entrevistados. De uma forma geral, foi um momento em que, apesar que experimentarem a prática docente, eles também relembrou de quando eram alunos da graduação.

Outros aprendizados foram experienciados ao longo do estágio docência.

O professor exigiu que os slides ficassem no mesmo padrão dos quais ele usava. Quando ele me disse isso, eu, sinceramente, não entendi o porquê, mas também não questionei. Hoje, passados alguns anos, entendo que isso foi uma maneira, implícita, de reforçar aos alunos que o conteúdo que eu iria ministrar não era uma aula à parte, mas uma aula como as anteriores. [...] Eu fiquei apenas com uma aula prática, isto é, só ministrei uma única vez. Mas foi uma experiência positiva, pois foi muito bem construída. Entendi que ser professor não é só ministrar aula, exige entendimento da turma, bem como planejamento. [...] Durante a aula, um aluno fez uma pergunta. Isso era uma das coisas que eu temia, mas eu fui bem, consegui responder. [...] Na segunda parte da aula, era apresentação de trabalho sobre o tema da primeira parte. E foi muito prazeroso ver, ao longo da apresentação do grupo, eles fazendo referência à minha aula. (E 13).

[...] Em alguns momentos, eu pensava que não conseguiria concluir o semestre, dada as outras atividades da pós. Mas encarei isso como um desafio, sempre conversando com o orientador. Tinha dias que os debates em sala rendiam, em outros não tanto. Nestes, eu sempre pensava o que eu poderia fazer para manter o interesse dos alunos na aula. Mas lembrava que havia dias que, enquanto aluna, eu não tinha mais interesse. [...] Teve uns dois dias que eu encerrei a aula mais cedo e liberei os alunos; o conteúdo já havia sido dado e não via motivo de segurá-los em sala. (E 06).

Eu procurei trazer para as minhas aulas algumas dinâmicas que eu usei quando era professor substituto. Eu, particularmente, gosto e percebo que os alunos também gostam de aulas que não sejam só de conteúdo teórico. [...] É preciso fortalecer a relação com os alunos. [...] No final do semestre, a gente fez uma comemoração em sala, foi bem divertido. (E 10).

Os entrevistados recordaram de suas experiências no estágio docência, especialmente na relação estagiário-orientador e estagiário-aluno, o que indica a importância das interações na aprendizagem experiencial. Nos excertos acima, pode-se perceber diferentes formas de atuação dos professores orientadores. No primeiro caso, ele teve um papel mais ativo, visto a pouca experiência do estagiário. No segundo e terceiro caso, os orientadores tiveram um papel mais secundário, de acompanhamento, visto as experiências que os estagiários já possuíam, na ou fora da docência. Os três casos, contudo, têm algo em comum: a relevância do orientador durante o estágio, seja no auxílio para a elaboração das aulas, seja nas conversas informais.

Em relação aos alunos, os excertos indicam que houve uma relação de respeito para com o professor em estágio, ao se prestar atenção na aula ministrada

303

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



e nas participações nelas. Além disso, chama-se a atenção para o entendimento dos estagiários docentes da importância de se ter uma proximidade com os alunos durante o processo de ensino-aprendizagem.

Durante uma das apresentações de grupo, uma aluna não conseguiu verbalizar sua fala e saiu, correndo, da sala. Aquilo me chamou a atenção, pois, embora já em estágio, percebi que nem tudo dá para ser ensinado. Por isso, é importante exercer a empatia durante a sua profissão. (E 13).

[...] É procurar entender, dia a dia, que cada aluno é diferente. (E 06).

[...] ali, vi que dominar o conteúdo não era o suficiente, precisaria de muito mais e, principalmente, “saber levar uma sala” (palavras do meu coorientador). Eram em sua maioria alunos recém egressos do ensino médio, entre 18 e 19 anos. A turma tinha dois perfis: os que não estavam nem aí e os que estavam prontos para desafiar o professor, mesmo não tendo conhecimento suficiente para tal. (E 16).

As diferenças em salas de aula são um aspecto que não pode ser ignorado, e isso também cabe na pós-graduação. Com experiência docente ou não, cada estudante em estágio tem as suas preferências na forma de ensinar, sendo necessário um diálogo com o professor orientador, para que haja um alinhamento entre as preferências do estagiário e do orientador. Afinal, estamos falando de uma aprendizagem dupla: do estagiário docente e dos alunos para os quais ele ministra as aulas. De uma forma geral, os entrevistados tiveram uma boa relação com seus respectivos orientadores, tendo abertura para alinhar suas preferências para a prática docente.

Após apresentar as expectativas e as experiências, o artigo segue para as contribuições do estágio docência na perspectiva dos estagiários.

4.3 As contribuições do estágio docência

Sempre lembrarei dessa primeira experiência ‘oficial’ como professor. Foi uma experiência muito válida para entender, na prática, a responsabilidade de ser professor. E isso envolve planejar as aulas, ministrá-las, ensinar e aprender. [...] Nas disciplinas do Mestrado, a gente teve disciplinas sobre o assunto, e eu percebi isso no estágio: a importância de envolver os alunos, de alguma forma, nas aulas. Nem todos gostam, é claro. Eu, por exemplo, durante a graduação, não gostava de expor minhas considerações em sala de aula. Então penso que exigir isso do aluno é desconsiderar suas

particularidades. [...] O papel do professor é esse: entender os alunos e a turma. [...] O estágio permite essas reflexões. (E 13).

Eu considero que a principal contribuição do estágio docência é a vivência prática, e supervisionada, da profissão docente. [...] É diferente de outras profissões, pois você está ali para ensinar, provocar reflexões nos estudantes [de graduação], só que também sendo um estudante [de pós-graduação]. E o Mestrado traz isso: reflexões. [...] Ser professor é um ato constante de busca por aprendizado. (E 06).

O estágio docência foi uma experiência incrível. Ao longo da disciplina, e as conversas com o orientador, me fizeram perceber o quanto a minha experiência docente como professor substituto poderia ter sido ainda melhor se eu tivesse feito, antes, o estágio docência. [...] Porque, ali, você também é um estudante, tem o orientador próximo, pode trocar ideias que, quando se é professor, geralmente não se tem esse tempo para conversar com outros professores. [...] O estágio docência contribuiu na melhoria da minha didática, pois pude resgatar métodos e técnicas que eu já havia aplicado em sala de aula, só que podendo refletir com outro professor. (E 10).

As contribuições do estágio docência, na perspectiva dos estagiários entrevistados, convergem para as contribuições apresentadas no Quadro 1, quanto à melhoria da formação didático-pedagógica (LIMA; BRAGA, 2016; MIRANDA; CASA NOVA; LEAL, 2018; ALFREDO, 2019) e do desenvolvimento profissional (CARVALHO, 2012), além de uma aproximação com a realidade da profissão (SOUSA; MIRANDA, 2019) e da importância da relação com o orientador e com os alunos da graduação (ARAUJO *et al.*, 2014).

Para resumir os achados da pesquisa, com base nos três perfis encontrados, elaborou-se o Quadro 3.

Quadro 3 – As experiências e contribuições do estágio docência, a partir dos diferentes perfis de estagiários

Perfil do estagiário	Experiências no estágio docência	Contribuições do estágio docência
Recém-graduados com pouca experiência profissional	Alinhamento e acompanhamento do professor orientador em sala; Estranhamento por conta da proximidade de idades com os alunos da graduação; Padronização dos slides para ministrar a aula; Receio de ter algum questionamento durante a aula; Empatia no exercício da profissão.	Experiência positiva; Entendimento, vivido, da responsabilidade de ser professor; Reconhecimento das particularidades dos estudantes para a elaboração e para as dinâmicas e métodos a serem adotados em sala de aula; Reflexão contínua.
Graduados com outras experiências	Autonomia para o desenvolvimento da disciplina;	Experiência positiva; Vivência prática e

profissionais	Acompanhamento parcial do professor orientador em sala; Dificuldade para conciliar com as outras atividades da pós-graduação; Diferentes rendimentos das aulas; Reconhecimento das diferenças dos alunos.	supervisionada da profissão docente; Reflexão e aprendizados constantes.
Graduados com experiência docente	Autonomia para o desenvolvimento da disciplina; Acompanhamento do professor orientador em sala; Uso de dinâmicas já utilizadas em outras turmas; Fortalecimento da relação com os alunos.	Experiência positiva; Relevância do estágio para o exercício da profissão; Aprendizagem colaborativa com outro professor; Melhoria da didática.

Fonte: Os autores.

Apresentados os resultados, o artigo segue para as suas considerações finais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio docência é uma disciplina da pós-graduação que possibilita a capacitação do discente para a docência, a partir da prática, supervisionada, em sala de aula. É uma disciplina que visa suprir, por meio da aprendizagem experiencial e da avaliação reflexiva, as dificuldades inerentes à formação e ao exercício da profissão docente. Nos cursos pós-graduação em Administração, o estágio docência tem uma relevância adicional, pois, além de a graduação não ser um curso de licenciatura, isto é, não é voltado para formação de professores, tem-se, ainda, o elevado número de graduados em Administração no país.

Nesse sentido, ao entender a importância da pós-graduação na formação docente, o presente artigo teve como objetivo analisar, a partir das experiências de egressos de pós-graduação em Administração, as contribuições do estágio docência na sua atuação como professor. Por meio de uma pesquisa qualitativa, descritiva e de campo, entrevistando 16 egressos, pode-se afirmar que o objetivo foi alcançado.

De maneira geral, o estágio de docência contribuiu para a compreensão de que a atividade docente requer aprendizagem constante, não só de conteúdos

teóricos, mas de conhecimentos sociais, principalmente no que diz respeito à história e vivência dos alunos. Além disso, as experiências anteriores dos estagiários influenciaram na orientação e na supervisão recebida ao longo da disciplina.

Na realização da pesquisa, os autores tiveram dificuldades de aprofundar nas experiências negativas no estágio docência, que, embora poucas, também são importantes para o entendimento da dinâmica de formação da pós-graduação, sendo, portanto, uma sugestão para pesquisas futuras. Além disso, os resultados aqui encontrados indicam a importância de conhecer e analisar o estágio docência sob a perspectiva dos professores orientadores e dos alunos para os quais se estagiam.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- AFALLA, B. T.; FABELICO, F. L. Pre-service teachers' pedagogical competence and teaching efficiency. **Journal of Critical Reviews**, v. 7, n. 11, 2020.
- ALFREDO, D. D. G. Stage curriculum and its importance in new teacher training at the ICSED Huambo. **Revista Internacional de Educação, Saúde e Ambiente**, v. 2, n. 1, p. 57-70, 2019.
- ARAUJO, M. V. M.; *et al.* Estágio docência: concepções epistemológicas e suas influências nas metodologias de ensino. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, 2014.
- BARBOSA, L. M.; MARQUES, K. C. M. Estilos de aprendizagem e desempenho de estagiários em Contabilidade. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 12, n. 4, 2018.
- BIANCHI, A. C. M.; ALVARENGA, M.; BIANCHI, R. **Orientação para estágio em licenciatura**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- BISPO, A. C. K. A.; FERNANDES, C. A.; SILVA, M. D. S. S. A contribuição da aprendizagem experiencial na formação de mestres profissionais em administração:

o caso do PROFIAP/PB1. **REUNIR: Revista de Administração, Ciências Contábeis e Sustentabilidade**, v. 10, n. 4, 2020.

BUDE, H. The art of interpretation. *In*: FLICK, U.; VON KARDOFF, E.; STEINKE, I. (ed.). **A companion to qualitative research**. London: Sage, 2004. p. 336-340.

CANOPE, L.; FESTINALLI, R. C.; ICHIKAWA, E. Y. A expansão do ensino em administração no sudoeste do Paraná: reflexões introdutórias. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 09, n. 03, p.79-97, jul. 2005.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Mestrado e doutorado: o que são?** Brasília: Ministério da Educação. 2014. Disponível em: <http://capes.gov.br/avaliacao/sobre-a-avaliacao/mestrado-e-doutorado-o-que-sao>. Acesso em: 05 maio 2021.

CARVALHO, A. M. P. **Os estágios nos cursos de licenciatura**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (ed.). **The sage handbook of qualitative research**. London: Sage, 2018.

FERREIRA, L. V.; LEAL, E. A.; FARIAS, R. S. O papel do estágio docência no desenvolvimento de competências didático-pedagógicas no contexto da pós-graduação em contabilidade. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 14, n. 2, p. 158-176, 2020.

FERREIRA, M. M.; HILLEN, C. Contribuições da pós-graduação stricto sensu para o aprendizado da docência de professores de Contabilidade. **Enfoque**, v. 34, n. 3, p. 125-143, 2015.

FISCHER, T. Uma luz sobre as práticas docentes na pós-graduação: a pesquisa sobre ensino e aprendizagem em administração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 4, p. 193-197, 2006.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman; 2004.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREIRE, R. A. **A didática no ensino superior: o processo de ensino e aprendizagem** [recurso eletrônico]. – São Paulo, SP: Cengage Learning, 2016.

FREIRE, A. M. **Concepções orientadoras do processo de aprendizagem do ensino nos estágios pedagógicos**. Lisboa, Portugal: Universidade de Lisboa, 2001. Disponível em: <http://www.educ.fc.ul.pt/recentes/mpfip/pdfs/afreire.pdf>. Acesso em: 05 maio, 2021.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas? *In*: GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Cap. 4, p. 41-58.

GIL, A. C. **Didática do ensino superior**. São Paulo: Atlas, 2008.

GONSALVES, A. K. R.; *et.al.* Estágio docência: reflexões sobre o tornar-se professor de administração. **Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade Estácio de Sá**, v.19, n.3, 2015.

ILLERIS, K. **Teorias contemporâneas da aprendizagem** [recurso eletrônico]; Porto Alegre: Penso, 2013.

JOAQUIM, N. F. *et al.* Estágio docência: um estudo no programa de pós-graduação em administração da Universidade Federal de Lavras. **RAC**, v. 15, n. 6, 2011.

LIMA, M. S. L.; BRAGA, M. M. S. C. Relação ensino-aprendizagem da docência: traços da pedagogia de Paulo Freire no ensino superior. **Educar em Revista**, n. 61, p. 71-88, 2016.

MAUTNER, A. V. **Ninguém nasce sabendo**: crônicas sobre a educação no século 21. São Paulo: Summus, 2013.

MIRANDA, G. J.; CASA NOVA, S. P. C.; LEAL, E. A. **Revolucionando a docência universitária**: orientações, experiências e teorias para a prática docente em negócios. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MORENO, E. R.; LÓPEZ-CORTÉS, F.; CEDEÑO, E. A. ¿Qué creen y qué hacen profesores chilenos al enseñar biología en Educación Secundaria? **Enseñanza de las Ciencias**, v. 39, n.1, p. 157-174, 2021.

MUELLER, R. A. Episodic narrative interview: capturing stories of experience with a methods fusion. **International Journal of Qualitative Methods**, v. 18, p. 1–11, 2019.

PIMENTA, S. G. A profissão professor universitário: processos de construção da identidade docente. *In*: CUNHA, M. I.; SOARES, S. R.; RIBEIRO, M. L. **Docência universitária**: profissionalização e práticas educativas. Feira de Santana: UEFS Editora, 2009.

REIS, T. B. O.; KLEIN, A. I. C. Z. Competências empreendedoras na indústria criativa: meios e necessidades de aprendizagem de músicos. **Revista de Empreendedorismo e Gestão Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 9, n. 4, 2020.

SILVA, V. V.; NASCIMENTO, I. C.; SOUZA NETO, J. B. As competências requeridas e desenvolvidas nos formandos em Administração: um estudo na região do Alto Paranaíba. **Revista Tecer**, v. 9, n. 17, p. 117-135, 2016.

SOUSA, M. A. B.; MIRANDA, G. J. Um estudo a respeito do estágio curricular supervisionado nos cursos de Ciências Contábeis no Brasil com foco na teoria experiencial de aprendizagem. **Revista Contemporânea de Contabilidade. Florianópolis**, v. 16, n. 39, 2019.

SOUZA-SILVA, J. C.; DAVEL, E. Concepções, práticas e desafios na formação do professor: examinando o caso do ensino superior de administração no Brasil. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 12, n. 35, p.113-134, out. 2005.

**ANÁLISE DA SUSTENTABILIDADE SOB A ÓTICA DOS DISCENTES
DE ADMINISTRAÇÃO
ANALYSIS OF SUSTAINABILITY FROM THE STUDENT'S VIEWPOINT
ADMINISTRATION**

Rogério Aparecido de Jesus
peritorogério@gmail.com
Business School Unoeste

Vinício Barbosa Pires
vinciobarbosapires@hotmail.com
Business School Unoeste

RESUMO: A conscientização de que é finito os recursos naturais e o contexto de degradação socioambiental na qual o mundo se encontra só poderá ser modificado através de uma conscientização ecológica no âmbito dos currículos das instituições de ensino superior públicas e privadas, uma vez que, ao introduzir na grade acadêmica o conhecimento sustentável, tem-se o alcance de comportamentos de defesa e de preservação do meio de forma a alterar a realidade presente e resignar o futuro frente à sustentabilidade. Objetivo: O presente trabalho de pesquisa visa apresentar o quanto a contribuição das instituições de ensino superior contexto da Educação para a Sustentabilidade pode gerar mudança cultural no modelo de gestão empresarial e empreendedora. Justificativa: A educação para sustentabilidade tem o objetivo de conceder aos futuros líderes e gestores subsídios para tomada de decisões viabilizando e facilitando o acesso a certificações que agreguem valor aos produtos e serviços das organizações, bem como produzir impacto ambiental, social, ético e econômico favorável, reflexo desta mudança cultural. Metodologia: O estudo realizado por meio de pesquisa quantitativa e análise bibliográfica de conteúdo sobre Educação para Sustentabilidade nas (IES) Instituições de Ensino Superior. A pesquisa será realizada com os discentes do curso de Administração de uma instituição de ensino superior de Presidente Prudente/SP. Resultados esperados: Demonstrar que a educação assume um papel essencial frente à construção da consciência de si e do mundo (como vê-lo), possibilitando uma análise crítica e reflexiva, tornando possível transformar a realidade através de ações de conhecimento e de transformação social.

Palavras-chave: sustentabilidade; educação social; educação ambiental; educação organizacional.

ABSTRACT

The awareness that natural resources are finite and the context of socio-environmental degradation in which the world finds itself can only be modified through an ecological awareness within the curricula of public and private higher education institutions, since, by introducing academic grid sustainable knowledge, one has the reach of behaviors of defense and preservation of the environment in order to change the present reality and resign the future in the face of sustainability. Objective: This research work aims to present how much the contribution of higher education institutions in the context of Education for Sustainability can generate cultural change in the business and entrepreneurial management model. Justification: Education for sustainability aims to provide future leaders and managers with subsidies for decision-making, enabling and facilitating access to certifications that add value to organizations' products and services, as well as producing a favorable environmental, social, ethical and economic impact. , a reflection of this cultural change. Methodology: The study was carried

310

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



out through quantitative research and bibliographic analysis of content on Education for Sustainability in Higher Education Institutions (IES). The research will be carried out with students of the Administration course of a higher education institution in Presidente Prudente/SP. Expected results: Demonstrate that education plays an essential role in the construction of awareness of oneself and the world (how to see it), enabling a critical and reflective analysis, making it possible to transform reality through actions of knowledge and social transformation.

Keywords: sustainability; social education; environmental education; organizational education.

1 INTRODUÇÃO

Em 1972 o chamado Clube de Roma, formado por cientistas, intelectuais e empresários discutia sobre a incompatibilidade do desenvolvimento da época e o meio ambiente, alertando para o impacto do desenvolvimento desmedido, do consumo dos recursos naturais e na economia mundial, sendo este relatório publicado com o nome de Limites do Crescimento pelos cientistas Dennis e Donella Meadows (DONELLA *et al.*, 1971).

Já em 1987 foi publicado o Relatório Brundtland intitulado Our Common Future que abriu um intenso debate sobre o Desenvolvimento sustentável e seu significado e, em 1992 ocorreu a Rio 92 (ECO-92) Conferência sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento realizada em 1972 no Rio de Janeiro definiu-se o conceito e a utilização do termo de desenvolvimento sustentável (DE OLIVEIRA, 2018).

Com a observação de manter um ponto de equilíbrio econômico, social e ambiental no processo de Desenvolvimento Sustentável com iniciativa e atividades de garantir o bem-estar social, a Organização das Nações Unidas – ONU criaram uma agenda de ações chamada Agenda 2030 apresentam Objetivos de Desenvolvimentos Sustentável (ODS) com 17 objetivos e 169 metas com questões ambientais, econômicas, institucionais e sociais para direcionar o futuro de desenvolvimento econômico e social (OLIVEIRA *et al.*, 2018).

Os aspectos econômicos, ambientais e sociais estão relacionados com o conceito de Sustentabilidade, que visa atender a necessidades atuais sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações, a

integração de desempenho econômicos, sociais e ambiental pode ser assimilada como sustentabilidade empresarial (VELLANI, 2011).

Tornando-se a sustentabilidade um agente de competência e contribuição dos administradores, pois uma gestão que assume o papel de observância e respeito ao meio ambiente tem sua visibilidade ampla e diferenciada. Questões sobre a sustentabilidade e suas implicações têm gerado debates e a proliferação de cursos para a formação de futuros líderes e gestores (GALLELI, 2019).

A educação deverá ser o meio capaz de gerar valor, estilo de vida e comportamento coerente e necessário para garantir um futuro sustentável. A aprendizagem transformadora possibilitará o desenvolvimento de habilidades nas áreas de suas especializações e de negociação dos objetivos em sociedades e de negócios mais sustentáveis (BRUNNQUELL; BRUNSTEIN; JAIME, 2005).

No ensino superior o discente deverá com auxílio do seu docente e das disciplinas voltadas para sustentabilidade, romper com os conceitos tradicionais de crescimento de negócio com o objetivo único de obtenção de lucro, criar uma ideologia de políticas de responsabilidade social respeitando as particularidades de seu público alvo e stakeholders, observando a cultura, costumes e práticas adequando critérios e ações para facilitar a compreensão e engajamento dos indivíduos (ELKINGTON, 1994).

Nestas circunstâncias, objetivando identificar e analisando a sustentabilidade sobre a ótica dos graduandos do curso de administração de uma instituição de ensino superior (IES) na região de Presidente Prudente, cidade está, no interior de São Paulo. Já os objetivos específicos são: (i) identificar o conhecimento que os discentes possuem sobre a sustentabilidade; (ii) identificar o nível de importância dos aspectos econômicos, ambientais e sociais; (iii) discutir o nível de importância dos aspectos relacionados com a sustentabilidade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Tripé da sustentabilidade ou triple bottom line (TBL)

Ferramenta criada para buscar uma solução para o impacto ambiental, mostrou-se capaz de alavancar o crescimento empresarial, social e ambiental, podendo superar muitos obstáculos, encontrando alternativas que atendam e agradem as necessidades dos setores ambientais, sociais e econômicos gerando vantagens competitivas e econômicas destacando-se como modelo de gestão e tornando-se atrativo para os stakeholders (PAZ; KIPPER, 2016).

2.2 Pilares da sustentabilidade – econômico, social e ambiental

A sustentabilidade empresarial é a definição de políticas e ações tomadas dentro da empresa, para desenvolvimento sustentável acontecer, pois como citou Donaire (1994), as empresas passam a se preocupar com questões ambientais e procuram desenvolver atividades no sentido de atender essa nova demanda de seu ambiente externo.

Colaborando com essa definição Schenini (1999) cita que o desenvolvimento sustentável busca o crescimento econômico através da equidade social e do equilíbrio ecológico sendo que outras visões falam que o desenvolvimento da sustentabilidade empresarial está associado às mudanças observadas no mercado de capitais, em virtude da maior democratização e transparência na circulação de informações (HENDERSON, 2007).

Porém, durante a última década, tem havido um aumento da pressão sobre as fábricas para ampliar o foco da sustentabilidade e responsabilidade no desempenho dos negócios além do desempenho financeiro.

Um exemplo disso é a incorporação da sustentabilidade nas práticas de negócios e o crescente número de relatórios ambientais e de sustentabilidade gerados pelas organizações. É nessa perspectiva que a referência a essas organizações se apresenta cada dia mais frequente, nos debates em torno do desenvolvimento sustentável (GARBACCIO; KROLIK; MACIEL, 2017).

Por esse motivo deve ser dada a devida prioridade às questões de sustentabilidade ambiental, é necessário que as empresas apliquem práticas

ambientais, para que diminua o desperdício e para controlar os impactos negativos que atingem o planeta.

Estas práticas ambientais são também apresentadas nas universidades, campo do conhecimento e do saber, sendo este ambiente acadêmico um grande incentivador para a conscientização objetivando a formação de indivíduos para a construção de uma sociedade mais sustentável (WACHHOLZ *et al.*, 2015).

“Ser sustentável é saber utilizar o que a natureza coloca ao dispor do homem sem comprometer a disponibilidade desses recursos para as gerações futuras” com essa preocupação e com a preocupação com as gerações futuras no ano de 1987 em uma das reuniões da ONU foi “Relatório Brundtland”, ou “O Nosso Futuro Comum”, o risco do desenvolvimento e o descaso para com o meio ambiente e as consequências que isso poderia trazer para o planeta, foram o foco central dos debates (SCHENINI *et al.*, 2007, p. 4).

O envolvimento com as questões ambientais é real em todas as partes do globo, e isso vem sendo mostrado através de ações em âmbito mundial, a exemplo das conferências realizadas pela ONU, porém ainda como cita Schenini (2007), o país ainda precisa progredir para ter desenvolvimento sustentável, tendo em vista que sofremos com a cultura do desperdício a muito tempo, além de não possuímos um planejamento para que haja uma reforma no sistema educacional, para a longo prazo conseguirmos melhorar o futuro da próxima geração.

Pilar Social, sendo este um dos elos do desenvolvimento sustentável, é um importante elemento de suporte do tripé da sustentabilidade (MARTINE; ALVES, p. 434, 2015), com o intuito de manter o objetivo e o equilíbrio deste tripé, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Agenda 2030 apresentando Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS) com 17 objetivos e 169 metas, abrangendo as questões ambientais, sociais, econômicas e institucionais para direcionar as ações das pessoas e das organizações para este desenvolvimento.

O ser humano, agente importante neste desenvolvimento, possui o papel transformador, ora com o objetivo econômico e ora com o objetivo ambiental, promovendo o desequilíbrio e impactando de forma positiva ou negativa o meio

ambiente, econômico e principalmente o social (BRONZERI; CUNHA, 2014), onde está inserido. Tendo o homem o poder de impactar o meio, faz necessário que a organização gere oportunidades para um melhor desenvolvimento de qualidade de vida e bem-estar aos seus colaboradores (FONSECA; SILVA; PAJEÚ, 2009), promovendo um ambiente produtivo e livre de interferências que pode impactar a sua produtividade.

O indivíduo, seja ele um colaborador ou não tem um papel muito importante e essencial que é ressaltado, pois eles trabalham, discutem e tomam decisões para que a organização exista (HEMINGWAY; MACLAGAN, 2004 *apud* OMETTO; BULGACOV; MAY, 2015, p. 424). Sendo necessário que para o engajamento as normas, missão, visão e objetivo da organização, há necessidade de uma política de responsabilidade social, ético e com transparência em suas decisões.

As organizações precisam atuar na construção de uma sociedade sustentável, sem pré-conceitos que tem como objetivo a igualdade civil, política e moral e de ideologia promovendo-a de forma completa e absoluta dos indivíduos (OMETTO; BULGACOV; MAY, 2015), sendo assim, a organização deverá gerar oportunidades iguais para as diversidades, sejam elas, de gênero, faixa etária ou de minoria.

Pilar Ambiental, em 1970 surge a crise ambiental com as primeiras discussões sobre a exploração dos recursos naturais, escassez de recursos, a poluição ambiental resultante de resíduos industriais descartados na natureza sem nenhuma forma de cuidado ou tratamento e a expansão do crescimento populacional, a crise já não é silenciosa, surgem argumentações que defendem limites para o desenvolvimento, crescimento populacional e exploração de recursos naturais, segundo Garcia e Pruner (2016).

Com a discussão sobre a crise ambiental, as perspectivas de seus impactos, chegaram à conclusão de que os recursos da natureza podem esgotar-se devido crescimento espantoso que se observava da indústria, da necessidade de produção agrícola, da população mundial, da poluição do meio ambiente e da escassez de recursos. (GARCIA; PRUNER, 2016).

Conhecendo estes fatos e as causas das discussões referente a crise ambiental e que perduram, é importantíssimo que as organizações tenham políticas e invistam recursos e tempo para promover uma cultura de utilização consciente de recursos para preservação e manutenção do meio ambiente, utilizando centros de lazer e de saúde, objetivando a qualidade de vida do colaborador para minimizar os impactos econômicos indiretos (GOMES; BERGAMINI, 2017).

A ação humana de forma desequilibrada e sem avaliar a sustentação e o poder de regeneração do meio ambiente tende a comprometer a qualidade de vida e de sobrevivência das gerações futuras devido a contaminação e deterioração da natureza, sendo necessário gerar uma cultura que iguale o discurso a prática (FONSECA; SILVA; PAJEÚ, 2009), portando é preciso que as organizações promovam a cultura da responsabilidade de uso e preservação dos recursos naturais.

A organização deve possuir uma política ambiental, ética e coerente, pois faz parte de um setor basilar importante da sociedade, que proporciona ao ser humano colocar em prática o conhecimento adquirido no setor educacional que busca formar e conscientizar o tomador de decisões promovendo uma cultura e consciência social ecológica (OLIVEIRA; OLIVEIRA; ROHRICH, 2016).

O desenvolvimento sustentável deve estar apoiado sobre o tripé social, econômico e ambiental (MARTINE; ALVES, 2015), com o intuito de manter o equilíbrio, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Agenda 2030 apresentando Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS) com 17 objetivos e 169 metas, abrangendo as questões ambientais, sociais, econômicas e institucionais direcionando este desenvolvimento social e econômico.

Possuindo o papel transformador, ora com o objetivo econômico e hora com o objetivo ambiental, promovendo o desequilíbrio e impactando de forma positiva ou negativa o meio ambiente, econômico e principalmente o social (BRONZERI; DA CUNHA, 2014), onde está inserido. Tendo o homem o poder de impactar o meio, faz necessário que a organização gere oportunidades para um melhor desenvolvimento de qualidade de vida e bem-estar aos seus colaboradores (FONSECA; SILVA;

PAJEÚ, 2009), promovendo um ambiente produtivo e livre de interferências que pode impactar a sua produtividade.

O ser humano, seja ele um colaborador ou não tem um papel muito importante e essencial que é ressaltado, pois eles trabalham, discutem e tomam decisões para que a organização exista (HEMINGWAY; MACLAGAN, 2004 *apud* OMETTO; BULGACOV; MAY, 2015, p. 424). Sendo necessário que para o engajamento as normas, missão, visão e objetivo da organização, há necessidade de uma política de responsabilidade social, ético e com transparência em suas decisões.

Uma sociedade sustentável necessita que as organizações atuem na sua edificação, sem pré-conceitos que tem como objetivo a igualdade civil, política e moral e de ideologia promovendo-a de forma completa e absoluta dos indivíduos (OMETTO; BULGACOV; MAY, 2015), sendo assim, a atuação da organização precisará gerar ou agir dentro de uma ideologia e comportamento de igualdade de oportunidades para as diversidades, sejam elas, de gênero, faixa etária ou de minoria.

Rompimento de conceitos tradicional de crescimento de negócio com o objetivo único de obtenção de lucro, criará uma ideologia de políticas de responsabilidade social respeitando as particularidades de seu público-alvo e stakeholders, observando a cultura, costumes e práticas adequando critérios e ações para facilitar a compreensão e engajamento dos indivíduos (ELKINGTON, 1994).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para se alcançar aos objetivos propostos na presente pesquisa, se faz necessário a realização de uma pesquisa, a qual segundo Minayo (2009, p.16) é “a atividade básica da ciência na sua indagação e construção da realidade”. Corroborando Gastão (2007, p.15) reforça que a pesquisa é “uma ação racional e

sistemática” e é o elemento necessário no levantamento de informações, quando as disponíveis não são suficientes para elucidá-lo.

Para iniciar a execução desta pesquisa com o objetivo de colher e produzir informações de qualidade, foi realizada uma pesquisa quantitativa a qual busca embasar a medida, normalmente numérica, das poucas variáveis objetivas com destaque na comparação dos resultados e dos dados estatísticos gerados (WAINER, 2007).

A pesquisa é caracterizada como descritiva, a qual segundo Prodanov, Freitas (2014) busca observar, registrar, analisar e ordenar dados, sem manipulá-los e sem interferência do pesquisador. A coleta de dados ocorreu por meio de questionário com perguntas fechadas no Google Forms, que foi aplicada aos discentes do curso de administração de uma instituição de ensino superior na região de Presidente Prudente/SP, buscando descrever as percepções dos discentes da IES sobre sustentabilidade.

As perguntas foram elaboradas considerando a importância da sustentabilidade (ANTUNES; NASCIMENTO; QUEIROZ, 2020; OLIVEIRA et al, 2018; PANTUFFI, 2017; FREITAS, 2014; CARVALHO, 2011); foi levando em consideração o aspecto econômico (TERMIGNONI, 2012); o aspecto ambiental (TERMIGNONI, 2012; CICUTO; CORREIA, 2013; e aspecto social (TERMIGNONI, 2012).

Após a elaboração das perguntas, foram enviadas via WhatsApp aos discentes do curso de administração, convidando-os a participar da pesquisa de forma voluntária, e as identidades dos participantes foram mantidas em sigilo, seguindo os padrões éticos para pesquisas envolvendo pessoas.

A próxima etapa da pesquisa foi a análise dos dados, as análises ocorreram de forma quantitativa, segundo Prodanov e Freitas (2013) se limita à descrição fundamentada deste ou daquele evento, sem levar em consideração a complexidade da realidade social, gerando números que representam as opiniões e informação para classificação e análise (GIL, 2008).

A estatística descritiva é a análise dos dados coletados e organizados proporcionará a geração de informações por meio de números, tabelas ou gráficos apresentando informações sobre a disposição média e a possível variável dos dados (MORAIS, 2005).

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Apresentamos abaixo os resultados da coleta de dados, com o intuito de quantificar e apresentar a percepção dos discentes quanto a importância do tema sobre a sustentabilidade no decorrer do curso e sua aplicação prática na área de sua formação, foram coletadas 43 respostas com discentes do curso de administração no período de 08/09/2021 até 24/09/2021.

Analisando o Quadro 1, observamos mais da metade dos participantes são do sexo feminino (51,16%), sendo a grande maioria (23,26%) possuem idade até 19 anos, e quanto maior a sua idade, menor foi o número de participantes. Já os participantes masculinos totalizaram 48,84%, sendo a grande maioria (23,26%) na faixa etária de 23 a 25 anos, o oposto do que ocorre em relação a participação feminina, pois quanto menor a idade, também é menor o número de participantes. Destacamos um efeito social comum em nossos dias, as mulheres buscam a sua formação mais cedo que os homens.

Quadro 1 – Perfil dos participantes da pesquisa.

Idade / Sexo dos Participantes	Feminino	Masculino	Total
Até 19 anos	23,26%	2,33%	25,58%
Entre 20 e 22 anos	16,28%	18,60%	34,88%
Entre 23 e 25 anos	6,98%	23,26%	30,23%
Acima de 25 anos	4,65%	4,65%	9,30%
Total.:	51,16%	48,84%	100,0%

Fonte: Os autores (2021).

A colaboração dos discentes do curso de administração, ficou distribuída da seguinte forma, um número maior de participação do público feminino, foram do 2º Termo (16,28%) e 3º Termo (16,28%), enquanto os participantes do público

masculino foram do 6º Termo (13,95%) e 8º Termo (18,60%), não ocorreu se registrou a participação dos discentes do 1º Termo e 3º Termo de ambos os sexos.

Quadro 2 – Termo que os participantes estavam matriculados.

Termo Matriculados / Sexo dos Participantes	Feminino	Masculino	Total
2º Termo	16,28%	2,33%	18,60%
4º Termo	16,28%	11,63%	27,91%
5º Termo	-	2,33%	2,33%
6º Termo	6,98%	13,95%	20,93%
7º Termo	4,65%	-	4,65%
8º Termo	6,98%	18,60%	25,58%
Total.:	51,16%	48,84%	100,0%

Fonte: Os autores (2021).

Observando a figura 1, destaca-se que a disciplina que aborda o assunto sobre a sustentabilidade é ministrada na grade curricular da formação do discente, apresentando 2,33% de discentes cursando a disciplina de sustentabilidade, 37,21% que já cursaram e a sua maioria, 60,47% que ainda cursaram.

Figura 1 – Se os participantes já cursaram a disciplina de sustentabilidade.



Fonte: Os autores (2021).

Na Figura 2 nota-se que quando se fala de sustentabilidade, mesmo no meio acadêmico ocorreu um equilíbrio das três colunas dos pilares da sustentabilidade, pois as palavras “Ambiente, Meio, Natureza, Economia e Futuro” apresentam-se de forma destacada.

Figura 2 – Nuvem de palavras de acordo com a definição dos participantes da pesquisa.



Fonte: Os autores (2021).

Nota: Com auxílio do *Word Cloud Generator* (2021).

No Quadro 3, observa-se que para 81,40% dos discentes do curso de administração avaliam que é importante para os negócios da empresa, porém somente 60,47% concordam que é uma disciplina importante na formação acadêmica.

Quadro 3 – Questões relacionados aos aspectos gerais da sustentabilidade.

Aspectos Gerais da Sustentabilidade	1	2	3	4	5	Total
Você concorda que é importante a sustentabilidade para os negócios das empresas?	-	-	4,65%	13,95%	81,40%	100,0 %
Você concorda que a disciplina de Sustentabilidade na grade curricular do curso de Administração é importante?	2,33%	-	16,28%	20,93%	60,47%	100,0 %
Você concorda que a Universidade pode influenciar sobre sua compreensão sobre sustentabilidade?	-	-	11,63%	18,60%	69,77%	100,0 %
Você concorda que a sustentabilidade é importante para sua vida pessoal?	-	-	2,33%	25,58%	72,09%	100,0 %
Você concorda que a sustentabilidade é importante para sua vida profissional?	-	-	6,98%	25,58%	67,44%	100,0 %

Fonte: Os autores (2021).

No Quadro 4, verifica-se que há uma preocupação dos futuros graduados (81,40%) quanto ao impacto da sustentabilidade no que diz respeito a preocupar-se

com as receitas e despesas, mas somente 53,49% concordam que as organizações devam se preocupar com investimentos para o bem-estar social dos colaboradores.

Quadro 4 – Questões relacionadas aos aspectos econômicos da sustentabilidade.

Aspectos Econômicos da Sustentabilidade	1	2	3	4	5	Total
Você concorda que a organização deva se preocupar com suas receitas e despesas?	-	-	2,33 %	16,28 %	81,40 %	100,0 %
Você concorda que a organização deva se preocupar com os impactos econômicos indiretos, tais como investimento em área de lazer e centro de saúde para o benefício público?	-	9,30%	6,98 %	30,23 %	53,49 %	100,0 %

Fonte: Os autores (2021).

No quadro 5, fica evidente a preocupação do entrevistado com a preocupação e iniciativa da empresa sobre medidas e políticas ambientais, tendo uma porcentagem de concordância de 88,37% e 86,05%.

Quadro 5 – Questões relacionadas aos aspectos ambientais da sustentabilidade.

Aspectos Ambientais da Sustentabilidade	1	2	3	4	5	Total
Você concorda que a organização deva se preocupar com as mudanças climáticas, poluição, aquecimento global e emissão de gases?	-	-	2,33%	9,30%	88,37%	100,0 %
Você concorda que a organização deva se preocupar com o uso de recursos naturais buscando preservá-los?	-	-	2,33%	18,60%	79,07%	100,0 %
Você concorda que a organização deva possuir uma política ambiental?	-	-	-	13,95%	86,05%	100,0 %
Você concorda que a organização deva investir recursos financeiros em aspectos que estejam relacionados com a proteção ambiental e programas de treinamentos ambientais?	2,33%	-	9,30%	27,91%	60,47%	100,0 %

322

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



Você concorda que a organização deva oferecer produtos ou serviços ambientalmente corretos?	-	-	9,30%	18,60%	72,09%	100,0 %
---	---	---	-------	--------	--------	---------

Fonte: Os autores (2021).

Perante os resultados obtidos vemos a grande importância dado pelos discentes, sobre a qualidade de vida (83,72%) e igualdade de oportunidades sem discriminação nas organizações (81,40%).

Quadro 6 – Questões relacionadas aos aspectos sociais da sustentabilidade.

Aspectos Sociais da Sustentabilidade	1	2	3	4	5	Total
Você concorda que a organização deva oferecer melhor qualidade de vida e bem-estar aos seus colaboradores?	-	-	-	16,28 %	83,72 %	100,0 %
Você concorda que a organização deva possuir uma política de responsabilidade social (transparência em suas decisões e comportamento ético)?	2,33 %	-	4,65 %	13,95 %	79,09 %	100,0 %
Você concorda que a organização deva oferecer oportunidades iguais para a diversidade (gênero, faixa etária, minorias)?	-	-	6,98 %	11,63 %	81,40 %	100,0 %

Fonte: Os autores (2021).

No quadro 7, observa-se que as questões sociais tiveram maiores resultados em sua concordância (81,40%) devido à similaridade com questões do cotidiano dos entrevistados, conseguindo extrair o máximo possível de suas opiniões sobre o tema. Outro tema mais conhecido é que teve menos divergências de opiniões foi o de sustentabilidade, pois hoje é mais claro essa ideia que a sustentabilidade traz benefícios tanto na vida dos colaboradores, no ambiente e na empresa, esse último por se tratar de questões mais específicas teve a maior porcentagem de divergência nas concordâncias dos entrevistados.

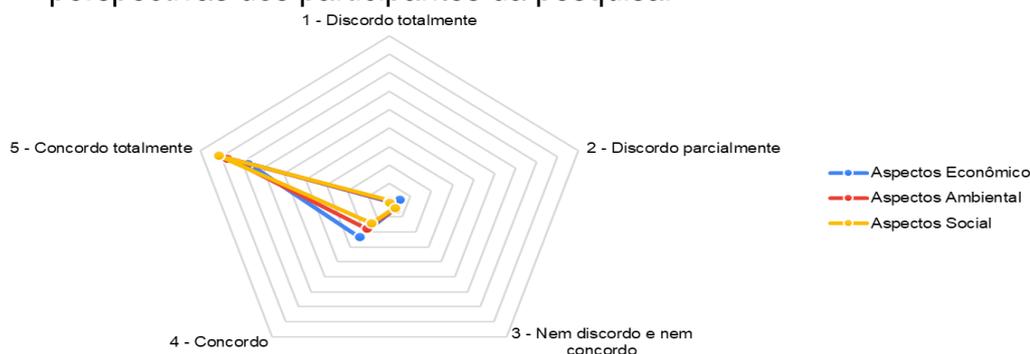
Quadro 7 – Resumo das respostas sobre os aspectos da sustentabilidade.

Aspectos da Sustentabilidade	1	2	3	4	5	Total
Aspectos Econômicos	-	4,65%	4,65 %	23,26 %	67,44 %	100,0 %
Aspectos Ambientais	0,47 %	-	4,65 %	17,67 %	77,21 %	100,0 %
Aspectos Sociais	0,78 %	-	3,88 %	13,95 %	81,40 %	100,0 %

Fonte: Os autores (2021).

Na figura 3, percebe-se que é praticamente unânime as respostas “concordo totalmente”, conforme mostrado nos gráficos e índices anteriores, hoje com incentivos por parte da educação é evidente a maior concordância sobre questões ambientais e culturais dentro da empresa, sendo que tais questões representam e incentivam o bem-estar sustentável empresarial.

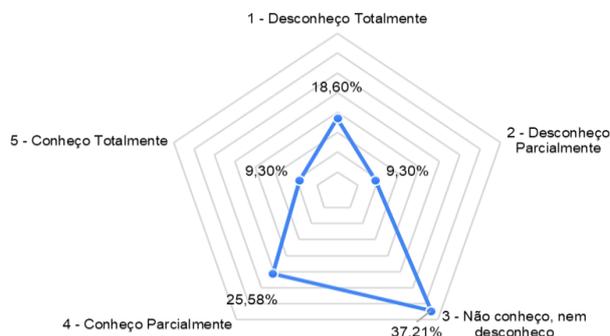
Figura 3 – Representação gráfica dos aspectos da sustentabilidade sob a perspectiva dos participantes da pesquisa.



Fonte: Os autores (2021).

Na Figura 4, nota-se que 37,21% dos discentes optaram pela opção de “Não conheço e nem desconheço”, sobre o nível de conhecimento sobre os 17 itens do Objetivo do Desenvolvimento Sustentável, o que pode ser interpretado da seguinte forma que a maioria dos entrevistados não fazia ideia do que se tratava o tema ou até mesmo apresentavam uma breve ideia sobre o que deveria ser pelo contexto, mas sem a certeza eminente em sua constatação.

Figura 4 – Nível de conhecimento sobre os 17 ODS.



Fonte: Os autores (2021).

Na pesquisa foi usado para elaboração das questões, um escalpo com base na Tripé da Sustentabilidade, definindo assim questões que tratam de organização, social e ambiental, para que com isso possamos medir o nível de conhecimento sobre tais temas no contexto educacional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sustentabilidade vem sendo um tópico de grande relevância nessa era, sendo o seu estudo cada vez mais aprofundado em obras e palestras por autores, e líderes governamentais, os quais passam através de sua obra, resoluções sobre a educação como base para o futuro de um mundo melhor para as futuras gerações.

O que é retratado através do questionário aplicado é que o saber sobre a palavra Sustentabilidade já é conhecido, entretanto esse mesmo saber não se torna o conhecimento almejado, pois os fatos mostram que as pessoas não possuem real aprofundamento sobre o tema, questões sociais e empresárias, que são elos dos pilares da sustentabilidade, não demonstram uma relação sobre sustentabilidade na percepção dos entrevistados.

Com isso fica claro que a educação sustentável tem um longo caminho a ser percorrido, é que novas formas de ensino precisam ser mais bem traspassadas, para que o entendimento completo do tema e sua aplicação seja mais bem aplicada,

compartilhada e aderida independente da cultura local ou regional, pois a Sustentabilidade aplicada é a chave para um futuro próspero, é isto só se torna possível com uma base educacional estruturada e operacional.

Um aspecto importante observado, que se deve ter atenção, é que para os acadêmicos, a sustentabilidade, a preservação do meio ambiente, exploração de recursos naturais e do bem-estar social do ser humanos são importantes para os negócios das empresas, enquanto a sustentabilidade obteve um índice menor de importante na formação. Sendo a disciplina para formação de futuros administradores, cabe desenvolver uma pesquisa para identificar a diferenciação da importância do exercício da prática e da formação.

Destaca-se que esta pesquisa apresentou suas limitações devido ao pouco número de discentes que contribuíram respondendo a pesquisa devido ter sido aplicadas a uma única instituição de ensino superior do interior de São Paulo e limitou-se somente aos alunos do curso de administração, podendo ser aplicadas a outras disciplinas técnicas ou de graduação para uma coleta de dados mais abrangente e aprofundada sobre a sustentabilidade no meio acadêmico.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, J.; NASCIMENTO, V. S.; QUEIROZ, Z. F. Como os estudantes percebem a sustentabilidade na educação superior? Um estudo quali-quantitativo sobre a Universidade Federal do Cariri – CE. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, Rio Grande, v. 37, n. 3, p. 138-161, maio/ago. 2020.

BRONZERI, M. D. S.; CUNHA, J. C. Ensino e prática para a sustentabilidade em IES: Estudo de caso. *In*: ENGEMA. ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL E MEIO AMBIENTE. 2014. São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.engema.org.br/XVIENGEMA/239.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2021.

BRUNNQUELL, C.; BRUNSTEIN, J.; JAIME, P. Education for sustainability, critical reflection and transformative learning: Professors' experiences in Brazilian administration courses. **International Journal of Innovation and Sustainable Development**, v.9, n. 3-4, p 321-342, set. 2015. DOI <https://doi.org/10.1504/IJISD.2015.071858>.

CARVALHO, S. L. G. **Educação para sustentabilidade em escola de administração de empresas:** a perspectiva de coordenadores acadêmicos no Brasil. 2011. 159 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011.

CICUTO, C. A. T.; CORREIA, P. R. M. Estratégias para elaborar mapas conceituais: em busca do pensamento crítico no contexto da educação para sustentabilidade. *In:* IX ENPEC. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO EM CIÊNCIAS. 9., 2013. Águas de Lindóia. **Anais eletrônicos [...]**. Águas de Lindóia: ABRAPEC, 2013. p. 1- 8, 2013. Disponível em: http://abrapecnet.org.br/atas_enpec/ixenpec/atas/. Acesso em: 16 dez. 2021.

DONAIRE, D. Considerações sobre a influência da variável ambiental na empresa. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, p. 68-77, 1994.

DONELLA, H. M.; DENNIS, L. M.; RANDERS, J.; BEHRENS, W. W. **Os limites do crescimento**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1971.

ELKINGTON, J. T. **The sustainable corporations: win-win-win businesses strategies for sustainable development**. Sacramento: Academy Management Review, 1994.

FREITAS, E. J. X. **Reflexão crítica e sustentabilidade na formação do administrador:** o que revelam os discursos discentes? 2014. 98 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, p. 98. 2014.

FONSECA, S. M. M.; SILVA, A. P.; PAJEÚ, W. O. Educação para sustentabilidade: desafios e perspectivas de uma práxis numa escola privada em Recife/PE. *In:*

GADOTTI, M. **Economia solidária como práxis pedagógica**. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2009.

GALLELI, B. Organizações e sustentabilidade: educação para a sustentabilidade. **Organizações e Sustentabilidade**, v. 7, p. 3-6, 2019.

GARBACCIO, G. L.; KROLIK, C.; MACIEL, A. C. M. Balance Between Socio-Environmental Responsibility and Business Economic

Efficiency. **Veredas do Direito**, Belo Horizonte, v. 14, n. 29, p. 351-372, maio/ago.

2017. Disponível em:

<http://www.domhelder.edu.br/revista/index.php/veredas/article/view/1073/670>.

Acesso em: 15 dez. 2021.

GARCIA, M. L; PRUNER, D. E. O caminho para o conceito de sustentabilidade.

Conpedi Law Review, v. 1, n. 12, p. 54-78, 2016.

GASTÃO, M. M. Conceitos básicos de pesquisa. *In:* NEVES, E. B; DOMINGUES, C. A. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. Rio de Janeiro: EB/CEP, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GOMES, J.; SILVA, A. S.; BERGAMINI, G. B. **Saúde e qualidade de vida: influência do stress no ambiente de trabalho**. *Revista Científica da Faculdade de Educação e Meio Ambiente*, v. 8, n. 2, p. 207–220, 2017. DOI <https://doi.org/10.31072/rcf.v8i2.547>.

HENDERSON, H. **Mercado ético: a força do novo paradigma empresarial**. Rio de Janeiro: Editora Cultrix, 2007.

MARTINE, G.; ALVES, J. E. D. Economia, sociedade e meio ambiente no século 21: tripé ou trilema da sustentabilidade? *Revista Brasileira de Estudos de População*, v. 32, p. 433-460, 2015.

MINAYO, M. C. S (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 28 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MORAIS, C. M. **Escalas de medida, estatística descritiva e inferência estatística**. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, 2005. Disponível em: <http://www.ipb.pt/~cmmm/conteudos/estdescr.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2021.

OMETTO, M. P.; BULGACOV, S.; MAY, M. R. A efetividade dos estrategistas da responsabilidade social empresarial. *Organizações & Sociedade*, v. 22, p. 423-441, 2015.

OLIVEIRA, P. F. R.; OLIVEIRA, B. F.; ROHRICH, S. S. Sustentabilidade em instituições de ensino superior: uma revisão sobre as conferências internacionais para a sustentabilidade em IES. *In: ENGEMA. XVI ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE*, 16., 2016. São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo, 2016. v. 13. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/arquivos/242.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2021.

PANTUFFI, C. M. **Desenvolvimento de competências para sustentabilidade: um estudo dos significados e práticas na hotelaria**. 2017. 283 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, 2017.

PAZ, F. J.; KIPPER, L. M. Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. *Revista Gestão da Produção Operações e Sistemas*, v. 11, n. 2, p. 85, 2016.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

SCHENINI, P. C. **Avaliação dos padrões de competitividade à luz do desenvolvimento sustentável: o caso da Indústria Trombini Papel e Embalagens S/A em Santa Catarina-Brasil**. 1999. 240 f. Tese (Doutorado em Engenharia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis 1999.

SCHENINI, P. C.; OLIVEIRA, F. V.; MATOS, M. A.; TODT, R. Agenda 21 - Ferramenta para a elaboração de políticas Públicas de Desenvolvimento. *In: ANAIS DO X SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*. 10., São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

TERMIGNONI, L. D. F. **Framework de sustentabilidade para instituições de ensino superior comunitárias**. 2012. 173 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.

WACHHOLZ, C. B.; CARVALHO, I. C. M. Indicadores de sustentabilidade na PUCRS: uma análise a partir do projeto rede de indicadores de avaliação da sustentabilidade em universidades latino-americanas. **Revista Contrapontos**, v.15, n.2, p. 279-296, 2015. DOI <http://dx.doi.org/10.14210/contrapontos.v15n2.p279-296>.

WAINER, J. Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a Ciência da Computação. Atualização **em informática**, v. 1, p. 5, 2007.

VELLANI, C. L. **Contabilidade e Responsabilidade Social**: integrando desempenho econômico, social e ecológico. São Paulo: Atlas, 2011.

A CONTRIBUIÇÃO DO FORMATO DE MÍDIA VÍDEO PARA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NA WEB

THE CONTRIBUTION OF VIDEO MEDIA FORMAT TO JOURNALIST PRODUCTION IN WEB

Fernando Miguel dos Santos
mokito.ctrsz@gmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Gabriel Nozabielli Bonfim
gabrielnbonfim@gmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Graziela Fernanda Ramos Moitinho
grazi.moita03@gmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Fabiana Aline Alves
falves@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO

Este relatório técnico-científico tem como objetivo revelar a importância e a contribuição do vídeo em reportagens multimídias, especificamente as chamadas *longforms*. Para tal, a partir da experiência acadêmica com formato desenvolvido em um projeto interdisciplinar do 6º termo de Jornalismo da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais da Unoeste, revela o processo de produção e edição de um vídeo feito para web, bem como expõe autores e ideias relacionadas ao tema.

Palavras-chaves: webjornalismo; jornalismo audiovisual; grande reportagem multimídia; vídeo na web; web videos.

ABSTRACT: This scientific article aims to reveal the importance and contribution of video in multimedia reports, specifically the so-called Long Forms. For this purpose, the group, based on academic experiences with the audiovisual format, exposes, from authors and data, concepts related to the theme such as: what is a video made specifically for the web, how does it relate to other media, what is the its production and editing process, as well as its contribution to the current journalistic scene.

Keywords: web journalism; audiovisual journalism; large multimedia report; web video; web videos.

1 INTRODUÇÃO

O vídeo é um elemento essencial e até esperado pelos públicos em matérias jornalísticas disponibilizadas em redes digitais, fato que pode ser explicado pela facilidade de sua produção nos últimos tempos e publicação na internet, em plataformas gratuitas, bem como pelo seu fácil acesso.

A valorização dos conteúdos audiovisuais no espaço da internet revela o potencial desse tipo de produção em atrair a atenção dos públicos nas redes, que hoje podem ser chamado de webjornalismo audiovisual e até de jornalismo audiovisual móvel.

Uma pesquisa realizada pela Kantar Ibope, por meio do seu mecanismo Inside Video, revelou que nunca antes os brasileiros consumiram tanto conteúdo em clipes como no ano de 2020, fato que pode ser explicado pelo momento de crise da epidemia do coronavírus.

O Brasil como um todo se destaca no consumo de vídeo em relação à média global. 80% dos brasileiros assistiram vídeos online gratuitos, frente a 65% dos estrangeiros. O mesmo vale para vídeos em redes sociais (72% x 57%) e vídeos em serviços por assinatura (62% x 50%). E o crescimento ocorre independentemente da forma de acesso: 68% dos usuários de internet viram mais vídeo e TV online por streaming gratuito durante os períodos de isolamento e 58% mais streaming pago. (KANTAR IBOPE MEDIA, 2021)

Tendo em vista a relevância do produto audiovisual na web, este relatório técnico-científico debate os vídeos na web e sua importância para a prática jornalística, em especial dentro de grandes reportagens especiais com formato longform. Para tanto, relata os processos de produção de um vídeo para uma grande reportagem multimídia desenvolvida em um projeto interdisciplinar do 6º termo de Jornalismo da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais da Unoeste (Unoeste).

2 CONTEXTO INVESTIGADO

Em meados dos anos 2000, começaram a se formar as primeiras experiências do jornalismo na web. As narrativas digitais tinham como característica principal a multimídia. Neste contexto, com o avanço da internet e do surgimento de aparelhos móveis como smartphones e tablets, viu-se a necessidade de reconfiguração na publicação, distribuição, circulação, recirculação, consumo e recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. (BARBOSA, 2013).

A partir dessa transformação, surge o formato *longform*, também chamado de Grande Reportagem Multimídia, que, segundo Longhi (2015, p. 911), pode ser definido como “matérias com mais de 4.000 palavras ou grandes reportagens com entre 10 e 20 mil palavras”, com o objetivo explorar ao máximo todos os recursos que o meio digital oferece a partir da combinação de elementos como texto, hipertexto, animações, infográficos, linha do tempo, imagens, fotos 360º, áudio slideshow, podcasts, áudio, áudio panorama, vídeo, videocasts, vídeo 360º, hipervídeo e newsgame (PAUL, 2007, p.123).

Além disso, a *longform* tem como característica inovadora buscar uma imersão total do leitor para com o produto jornalístico, a partir da navegabilidade verticalizada.

A navegação verticalizada e intuitiva, em conjunto com a plena integração de conteúdos multimídia, torna a leitura mais imersiva e envolvente, não requerendo ao utilizador conhecimentos de informática muito profundos. Acresce o facto de ser um formato de simples adaptação a computadores, tablets e smartphones. (CANAVILHAS, 2014, p. 8)

De acordo com Raquel Longhi (2015) esta inovação só se fez possível a partir do surgimento da linguagem de programação HTML5.

Com a evolução do código HTML, na sua quinta versão, é modificada a estruturação do produto em uma única janela, numa espécie de “pacote fechado” que passa a ser substituída pela utilização da página/tela na sua totalidade, a leitura pela barra de scrolling, a barra lateral da página. Considerando-se o desenho da interface e a navegação, talvez a maior contribuição do HTML5 seja a padronização (LONGHI, 2015, p.12)

A mais reconhecida reportagem em formato de longform ocorre em dezembro de 2012, no jornal The New York Times a partir da reportagem “Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek”, que trata de uma avalanche de neve que ocorreu no estado de Washington, extremo norte dos Estados Unidos, em que matou três esquiadores profissionais que praticavam o esporte nas encostas nevadas do vale Tunnel Creek, nas montanhas Cascade.

Esta reportagem recebeu inúmeros prêmios na época, entre eles o Pulitzer Prize. A partir dela surgiu:

Uma espécie de jargão jornalístico para identificar a combinação ideal de canais de comunicação numa narrativa online, graças à rara felicidade do produtor John Branch em usar o recurso certo para a situação adequada na hora de contar a história” (CASTILHO, 2013, p. 1).

Dentro desse contexto, vindo ao encontro do tema do trabalho, Nogueira (2005, p. 55) define jornalismo audiovisual na internet como “atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos constitutivos do produto disponibilizado na web”.

Já para Ribas (2005, p. 6), o jornalismo audiovisual na web trata de produtos com características peculiares, como a hipertextualidade e a fragmentação de seus conteúdos em unidades informativas temáticas. “Podem acabar gerando iniciativas mais conservadoras ou completamente novas, projetadas exclusivamente para a interface da web”.

Logo, esse tipo de conteúdo visual atrai o público nas redes. Segundo Becker (2009):

A crescente valorização dos conteúdos audiovisuais agregados a outros elementos da produção jornalística demonstra o potencial desse tipo de produção para atrair a atenção dos públicos nas redes. Os meios jornalísticos, visando à conquista desses públicos, acabam realizando uma série de estratégias que vão além de sua atuação convencional. (BECKER, 2009, p. 7)

Uma outra vertente que vale a pena ser destacada também é que o audiovisual produzido para a televisão é diferente do que o pensado para a web. De acordo com Salaverría (2014, p. 35-36), “O vídeo em televisão é elaborado para ser contemplado de forma longa e passiva, o vídeo num computador proporciona um visionamento relativamente curto e mais ativo”. Sendo assim, isso significa que o espectador pode interagir com o conteúdo de diferentes maneiras, inclusive pulando partes que não lhe interessam.

Segundo Nogueira (2005), a utilização do vídeo pode ser analisada em três fases, uma classificação que possui correspondência nas fases do webjornalismo. A primeira se refere a transposição do conteúdo da TV para a internet, já a segunda trata da produção de conteúdo audiovisual específico para a web, mas seguindo a

lógica de produção televisiva, por fim da produção específica de vídeos para a web, chamados por ele de web vídeos, explorando os recursos possíveis nesse meio.

De acordo com Becker (2009), às características do telejornalismo e do jornalismo audiovisual na web vêm se fundindo, ao passo que:

[...] ao identificar transformações nas narrativas dos telejornais e apontar características discursivas do webjornalismo audiovisual observa-se que essas distintas narrativas têm sofrido influências mútuas e passam por um processo de hibridização mediadas pelas tecnologias digitais. As atividades de ver TV e acessar internet, e mais especificamente de assistir ao telejornal e de acompanhar as notícias audiovisuais publicadas na web, começam a se fundir. (BECKER, 2009, p.97).

Ainda de acordo com o autor, a linguagem audiovisual deve ser explorada em narrativas multimídias, “uma vez assimilada a novidade oferecida pelo vídeo, os meios digitais parecem apostar na atualidade na exploração de narrativas multimídia integradas”.(SALAVERRÍA, 2014, p. 51).

4 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

O audiovisual online vem com o intuito de ampliar a produção das empresas e instituições, já que por meio desse formato existe a possibilidade de uma distribuição ampla da mensagem em diversas plataformas. Assim, tecer este produto exige dos jornalistas a adaptação e polivalência de ações no campo de atuação profissional.

Para a produção e desenvolvimento desses vídeos, é preciso pensar bem no que se deseja fazer, pensando muito bem na história apresentada pelo vídeo, criando um roteiro bem elaborado, sucinto e direto com uma linguagem que o público entenda a mensagem que se deseja passar. Além de tudo isso, é preciso ter videografismo bem elaborado e que chame a atenção de seus receptores.

Depois da produção desses vídeos eles podem ser divulgados e transmitidos em diferentes plataformas como o Youtube, Facebook, Twitter, Instagram ou outras plataformas, tudo depende onde o seu público está.

Segundo Henrique Antoun (2008), a criação de vídeos tem proporcionado uma maneira mais rápida e mais eficiente de transmissão de informação, uma vez que com a internet e o conteúdo audiovisual para chamar sua atenção precisa ser algo dinâmico, rápido e eficaz. Entendimento esse que também é compartilhado pelo jornalista Maurício Costa:

A importância do vídeo atualmente para a divulgação de qualquer coisa é indiscutível. Seja ela musical, artística, artística institucional ou apenas para o divertimento. Ele atinge a todos os públicos e vem conquistando cada vez mais mercado. São blogs, sites, bandas, empresas e governo que fazem uso desse meio para alcançar seus públicos e objetivos. Ele possibilita troca de informações e gera conteúdo e juntamente com os avanços da tecnologia, surgem os vídeos virais que são lançados na rede e adquirem alto poder de circulação. (COSTA, 2012)

Ainda de acordo com o autor, “Os vídeos se espalham de uma maneira simples. Pode ser por indicação de um usuário ou até mesmo por um acaso, navegando na internet. Dessa forma, a mensagem se espalha de maneira espontânea e de repente centenas, milhares, milhões de pessoas já viram o vídeo.”

Desse modo, por mais que a transmissão de informação seja facilitada pela web, o jornalismo por meio do audiovisual necessita de ser realizado de forma profissional, atentando aos critérios estabelecidos pelo jornalismo. O que reafirma a importância desse produto ser realizado pelo profissional competente.

5 MATERIAIS E MÉTODOS

Tendo em vista a importância da narrativa construída em vídeo para o jornalismo, os estudantes responsáveis por produção do vídeo para a reportagem longform a ser publicada na Prisma (<http://sites.unoeste.br/prisma/>) sobre propriedades rurais e empreendimentos sustentáveis seguiram as seguintes etapas para a produção do material jornalístico audiovisual.

Após um primeiro momento, em que foi decidido os temas a serem abordados (propriedades rurais sustentáveis e empreendimento sustentáveis), o grupo se debruçou na pesquisa na busca de exemplos de empresas que adotam práticas sustentáveis em suas atividades, já que esse foi o tema escolhido para ser produzido no conteúdo audiovisual.

Elencados dois empreendimentos, sendo eles uma instituição de ensino e uma empresa fabricante de medicamentos de homeopatia animal, os discentes puderam ir a campo para a realizar a captação de imagens e entrevistas. Em ambas as situações, os estudantes se preocuparam em produzir, além do registro das entrevistas, também um número significativo de takes ligados à temática, de modo a angariar material suficiente para a produção da reportagem.

Com o material bruto gravado, foi confeccionado um relatório de imagens listando todo material produzido. Após uma primeira análise desse material, foi também produzido o relatório de reportagem com o plano de edição. Tanto o relatório de imagens quanto o relatório de reportagem permitem aos responsáveis pela produção jornalística audiovisual ter uma ideia da reportagem como um todo, até mesmo antes da edição, pois esse documento organiza e alinha informações, imagens e os relatos dos entrevistados a narrativa e a mensagem que se espera propagar com o produto.

5.1 Edição

Tão importante quanto o trabalho jornalístico realizado pelos estudantes, a edição é a parte da produção que dá forma ao produto. Com a utilização do software de edição Adobe Premiere foram realizados cortes, sobreposições e a montagem da reportagem como indicado no relatório de reportagem. Outra operação realizada nesse momento foram também as correções de imagens e som, assim com a inserção de trilha sonora, videografismos e créditos. Com o produto editado e alinhado à narrativa proposta, o mesmo está pronto para integrar a reportagem multimídia da qual este produto é integrante.

6 RESULTADOS OBTIDOS

Esse material jornalístico produzido por meio de uma peça audiovisual, ainda em produção, tem o objetivo informar sobre a questão da sustentabilidade dentro do empreendedorismo, assim como conscientizar aos que consumirem o produto de que esses dois elementos juntos podem ser benéficos a todos. Já o

presente relatório visa evidenciar o quanto o formato audiovisual contribui para o jornalismo na internet.

Entende-se que a utilização do formato de vídeo pode causar um maior impacto e uma maior compreensão a quem consumir a reportagem, de modo que as informações dispostas nas entrevistas somadas as imagens das ações sustentáveis, assim como o uso de dados apresentados por meio de infográficos inseridos na reportagem possam dar uma ideia mais assertiva do assunto tratado em questão.

Espera-se alcançar após sua publicação desse produto, o entendimento do público sobre a importância das práticas sustentáveis por meio dessa reportagem produzida em formato audiovisual, o que reafirma a efetividade desse tipo de produção jornalística.

7 CONTRIBUIÇÕES SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E MERCADOLÓGICAS

O vídeo é um elemento essencial dentro das produções jornalísticas, visto que além de gerar um engajamento por parte dos webespectadores, demonstra uma realidade que nem sempre pode ser retratada apenas por palavras escritas.

Dentro das contribuições sociais, pode se citar o aspecto da democratização da informação posto que, com o crescimento da internet, mais pessoas podem ter acesso a todos os tipos de conteúdos jornalísticos gratuitamente, inclusive aos web vídeos, a partir de plataformas como Youtube, gerando assim conhecimento, promovendo a ética e cidadania.

Por fim, no que diz a respeito ao campo mercadológico, a produção de audiovisuais, principalmente no que diz a respeito de grandes reportagens multimídias, necessita de uma equipe de profissionais mais abrangente do que uma reportagem comum para web, visto que para se ter um amplo conhecimento do assunto, na maioria das vezes, se leva muito tempo em sua produção, edição e publicação.

Logo, as redações jornalísticas são praticamente obrigadas a separar profissionais para ficar somente em campo coletando dados e realizando as filmagens, quando não precisam contratar especialistas de outras áreas como

designers e programadores, o que acaba por gerar um custo maior, que nem sempre as redações estão dispostas a pagar.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2013. p. 33-54.

BECKER, Beatriz. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. vi, n. 2, p. 95 -111, jul. / dez. 2009.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 3-24.

CASTILHO, Carlos. Efeito "snowfall" abre oportunidades para o jornalismo multimídia. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, maio, 2013. Disponível em: www.observatoriodaimpresa.com.br/codigo-aberto/o-efeito-lidquo-snowfall-rdquo-abre-nova-oportunidade-para-o-jornalismo-multimidia/. Acesso em: 9 out. 2021

COSTA, Maurício. A importância do vídeo como ferramenta de divulgação na internet. **Webartigos**. 2012. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/a-importancia-do-video-como-ferramenta-de-comunicacao-na-internet/98333/>. Acesso em: 29 out. 2021.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Consumo de vídeos bate recorde no Brasil**. 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>. Acesso em: 29 out. 2021.

LONGHI, Raquel Ritter; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online; qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. In: **Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)**. Brasília, 2015. Madrid: McGraw-Hill Education, 2014.p. 119-129.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line**. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

RIBAS, Beatriz. **A narrativa webjornalística: um estudo sobre modelos de composição no ciberespaço**. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimídia: informar os cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a**

diferença. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 25- 52. Disponível em:
http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf
Acesso em: 29 out. 2021.

Parceiros:



COMO O JORNALISMO INFORMATIVO ABORDA SITUAÇÕES DO COTIDIANO

HOW INFORMATION JOURNALISM APPROACHES EVERYDAY SITUATIONS

Isabela Carvalhaes Gomes
isahgomes36@gmail.com
 Universidade do Oeste Paulista

Nathália dos Santos Prado
nathaliaprado38@gmail.com
 Universidade do Oeste Paulista

Rayane Lemos Pedroso
rayanelemospedroso16@hotmail.com
 Universidade do Oeste Paulista

Vinícius Antunes Gomes
viniciusantunesg@hotmail.com
 Universidade do Oeste Paulista

Fabiana Aline Alves
falves@unoeste.br
 Universidade do Oeste Paulista

Giselle Tomé da Silva
gika.tome@gmail.com
 Universidade do Oeste Paulista

Marcelo José da Mota
marcelomota@unoeste.br
 Universidade do Oeste Paulista

RESUMO

Este relatório busca entender como o jornalismo informativo pode tratar de situações do cotidiano, muitas vezes não debatidas ou expostas, além de como essas informações chegam e afetam o leitor do material em questão. O estudo torna-se relevante de forma a compreender o papel do jornalista e sua responsabilidade com a sociedade. Apresenta-se um jornal laboratório experimental, desenvolvido por alunos do quarto termo de jornalismo da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), a fim de compreender tais questionamentos e elucidar a importância, não somente do jornalismo informativo, mas também do jornal impresso. Nesse sentido, busca-se analisar o papel das flores na vida das pessoas de diferentes formas, assim como as maneiras que são levadas tais informações para o público. Em uma sociedade com alto poder de disseminação de notícias, não necessariamente produzidas por profissionais da área, o jornalismo informativo se mostra relevante em todos os aspectos da mesma, a perceber ainda o compromisso com a informação presente em todos os momentos da produção de reportagens, acrescentando conhecimento ao leitor.

Palavras-chaves: cotidiano; informação; jornalismo; jornal impresso; notícia.

ABSTRACT

This report seeks to understand how informative journalism can deal with everyday situations, often not discussed or exposed, as well as how this information arrives and affects the reader of the

340

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



material in question. The study becomes relevant in order to understand the role of the journalist and his responsibility to society. An experimental laboratory journal is presented, developed by students of the fourth term of journalism at the Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), in order to understand such questions and elucidate the importance, not only of informative journalism, but also of the printed newspaper. In this sense, we seek to analyze the role of flowers in people's lives in different ways, as well as the ways in which such information is taken to the public. In a society with a high power to disseminate news, not necessarily produced by professionals in the field, informative journalism is relevant in all aspects of it, even realizing the commitment to the information present at all times in the production of reports, adding knowledge to the reader.

Keywords: daily; information; journalism; newspaper; news.

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo é sem dúvida uma das grandes ferramentas da democracia. Os veículos de comunicação são responsáveis por informar à população, através da notícia, além de serem grandes formadores de opinião. O impresso, hoje com menos tiragem, ainda exerce um papel importante como meio de divulgação.

Os gêneros jornalísticos são determinados de acordo com os modos de produção de cada veículo (definidos em seus projetos editoriais), bem como o meio que estão inseridos. Podem ser classificados em quatro grandes grupos: informativo, interpretativo, opinativo e diversional. Dentro do gênero informativo está a base do jornalismo, que é a informação, o ato de informar.

“Um jornal não é simplesmente uma espécie de ata do cotidiano de um lugar ou de um ajuntamento de lugares.” (NOBLAT, 2010, p. 21). Tomando como base essa afirmação, pode-se dizer que o jornal é um meio que apresenta a informação de forma organizada e profissional, tendo sempre o cuidado de retratar a sociedade e promover reflexão sobre a mesma.

Diariamente vários fatos ocorrem ao redor do mundo. Ganham destaque na mídia, aqueles que atendem aos critérios de noticiabilidade como: notoriedade, ineditismo, atualidade, entre outros. Porém, com o passar dos anos e o crescimento da comunicação, criou-se um pré-conceito em relação ao jornalismo informativo, de que os jornais se baseiam somente em tragédias e acontecimentos ruins. Isso chega a se tornar, em alguns casos, um parâmetro equivocado para deduzir o que é ou não uma notícia.

Ricardo Noblat (2010, p. 21) diz ainda que:

Um jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo. Um espelho que reflita com nitidez a dimensão aproximada ou real dessa consciência. E que não tema jamais ampliá-la. Pois se não lhe faltarem talento e coragem, refletirá tão somente uma consciência que de todo ainda não amanheceu. Mas que acabará por amanhecer.

As matérias jornalísticas podem ser divididas em hardnews, ou seja, quentes (sobre um fato do dia, ou em andamento) e frias (temas relevantes, mas não necessariamente novos ou urgentes). Abordam temas do cotidiano, com dados sobre o assunto, entrevistas e fotografias que contribuam com o objetivo da matéria, a informação.

Com objetivo de conhecer todas as etapas de produção da notícia em um impresso, alunos do quarto termo de Jornalismo da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais da Unoeste realizaram o jornal laboratório Ligação. Trata-se de uma atividade que reúne as disciplinas de Fotojornalismo e Jornalismo Impresso, e os conhecimentos obtidos na aula de Produção Gráfica.

Nesta edição em específico, foram produzidas sete reportagens baseadas em um tema central: Flores. Cada editoria abordou um aspecto relacionado a isso: cinco sentidos, terapia, remédios, comércio, profissões, música e arte.

2 CONTEXTO INVESTIGADO

Este estudo, busca compreender como o jornalismo informativo pode falar sobre situações do cotidiano em diversas áreas, neste caso específico, o desafio foi expor dados sobre flores em várias vertentes. Sempre de maneira profissional, traz informações proveitosas para a sociedade, visto que existe uma demanda por elas nos veículos atuais (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

De início, mostra-se como o indivíduo sente sua presença em seu cotidiano, a maneira que mudam o ambiente em que estão e, com isso, afetam os cinco sentidos humanos.

Em seguida, são exemplificadas técnicas de terapia utilizando as flores, e como podem servir de recurso para recuperação de pacientes com dificuldades

motoras e psicológicas, além do ganho emocional que a técnica de produzir seus arranjos pode trazer. Em complemento, são analisados os benefícios dos medicamentos como chás, óleos e florais, e a forma utilizada para combater a ansiedade e outras enfermidades.

Também é discutida a presença das flores na economia, tanto no comércio, com sua venda e perspectiva de lucro no setor, quanto a questão dos profissionais que trabalham diariamente com as flores. Em acréscimo ao tema anterior, é visto a satisfação dessas pessoas em ter as plantas em sua rotina.

Por fim, são expostas algumas possibilidades de suas representações artísticas. Como exemplo, nota-se a admiração do homem pelas flores, sempre as enaltecendo em músicas, tanto infantis, quanto adultas, como também a produção de artesanato e a importância na vida de quem produz.

O jornal laboratório, além de trabalhar com o jornalismo informativo, também trouxe o jornalismo de opinião em suas primeiras páginas com o Editorial (posição do veículo) e crônicas sobre o tema.

3 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Para a compreensão e análise da situação, o objetivo é desenvolver um jornal laboratório que traga como temática assuntos que geralmente não são colocados em pauta, a apresentar diferentes visões do cotidiano. “O que define um jornal não é mais o suporte impresso nem a periodicidade diária, mas o propósito de condensar o que ocorre de relevante para um público.” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018, p. 18). No cenário das flores, levantam-se várias perspectivas que se conectam e mostram o quão diverso e presente no dia a dia esse tema pode ser.

Este veículo tem área de abrangência a região de Presidente Prudente, pois é onde a Escola de Comunicação e Estratégias Digitais está inserida. Por isso, todo o desenvolvimento da pauta foi feito em respeito ao cenário sociocultural em que a escola atende, além da ampla cobertura de assuntos provenientes do seu grande

número de habitantes. Sob essas circunstâncias, a possibilidade de pautar diversas questões em um mesmo jornal, torna-se possível e interessante.

As editorias são pensadas de forma a introduzir assuntos que geralmente não seriam associados às flores como, por exemplo, seu uso em terapias, na música, artes e sensações. Mas também, a informar sobre assuntos do cotidiano nas matérias de comércio e profissões que, juntamente com as outras, trazem um material rico em informações.

4 MATERIAIS E MÉTODOS – PROPOSTA

Para entender o jornalismo informativo em situações do cotidiano, os alunos foram divididos em sete grupos, cada um com uma editoria relacionada ao tema geral da edição atual do jornal laboratório: flores. Utilizou-se das práticas jornalísticas convencionais, com o intuito de produzir uma matéria sobre o subtema em questão.

4.1 Projeto editorial

De início, foi definido como seria o encaminhamento de todo o processo. Neste caso, o projeto editorial auxilia na organização e desenvolvimento do material, visto que é o direcionamento dos jornalistas para produção de suas matérias. Em sua estrutura encontram-se as informações necessárias para atingir, de forma precisa e direta, o objetivo do jornal, como por exemplo: justificativa de sua realização, público-alvo que se pretende alcançar, linha editorial, definição de temas, além das responsabilidades e boas práticas da profissão em todo o decurso do trabalho.

4.2. Entrevista

A fim de obter dados relevantes para a reportagem, os estudantes realizaram entrevistas com pessoas relacionadas ao assunto tratado, dessa forma,

344

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



coletaram e selecionaram elementos julgados necessários para a compreensão do leitor acerca do tema.

De forma a não comprometer a imparcialidade da matéria, foram vetadas entrevistas com amigos, familiares e colegas de sala, assim, se evitaria a personalidade na realização e exposição dos fatos, não afetando a idoneidade do produto, tornando a descrição dos dados mais exata possível (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

4.3 Texto

Foram produzidos textos informativos, seguindo os padrões jornalísticos e explanação de dados, portanto, apresentando o conteúdo ao leitor de maneira clara, objetiva, harmônica e na forma popular e culta da língua portuguesa. Foi recomendada a utilização de linguagem indireta com citações que justifiquem o fato exposto, sempre a manter a lisura do material.

Acerca das declarações, os jornalistas orientaram-se por meio dos verbos declarativos neutros, como “dizer”, “explicar” e “afirmar”, a evitar verbos confirmativos ou contrários.

4.4 Fotografia

O fotojornalismo trabalha em conjunto com o texto e é pensado desde a pauta, no momento da concepção da notícia, pois auxilia a compreensão da reportagem com imagens claras e objetivas, mostrando o fato acontecendo ou, até mesmo, a ilustração da situação. As fotos utilizadas seguiram alguns critérios de produção e seleção, como a não permissão de fotos posadas, a visar a espontaneidade, veracidade e flagrante da ação, além de apenas uma foto ilustração, já que esta não contém a notícia em si, e sim a representação de um acontecimento e depende de um texto de apoio.

Figura 1 - Exemplo de fotografia



Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

De forma obrigatória, os alunos produziram as próprias imagens da matéria, utilizando câmeras fotográficas (Cannon e Nikon) disponibilizadas pelo laboratório de fotografia da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais da Unoeste, não permitido o uso de celulares, imagens cedidas e de redes sociais.

Para utilização das fotografias foi imprescindível a assinatura da autorização de uso de imagem por parte dos entrevistados, a zelar pela segurança jurídica tanto da instituição educacional, quanto dos personagens das reportagens.

4.4.1. Legendas

As legendas são de extrema importância para a boa compressão das imagens, em conjunto com o texto. Mostram em poucas linhas o que a foto representa, devendo fugir do que claramente se observa, visto que seria redundante (ERBOLATO, 2008).

Figura 2 - Exemplo de legenda



Comércio de flores é um setor promissor e surpreende na variedade em supermercados

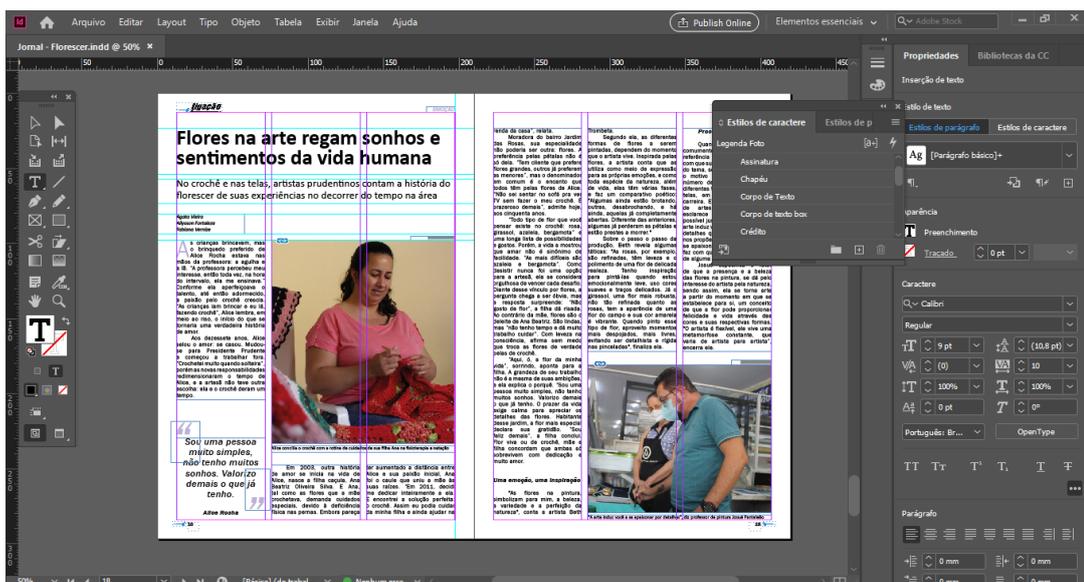
Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

4.5 Produção gráfica

Foi utilizado o projeto gráfico já existente desenvolvido pelo professor mestre Marcelo José da Mota, alinhado as especificidades e necessidades da edição produzida. Toda a montagem foi realizada no aplicativo InDesign (Adobe), software responsável pela paginação, editoração e diagramação de panfletos, cartazes e, principalmente, jornais e revistas (SOUZA, 2019).

A divisão foi feita, em sua maioria, em três colunas de texto e imagens, seguindo verbetes editoriais definidos para a padronização do layout e melhor compreensão do leitor.

Figura 3 - InDesign



Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

5 RESULTADOS OBTIDOS

Com o estudo, foi possível descobrir que o jornalismo informativo possui relevância em todos os âmbitos de uma sociedade e faz a diferença nos locais em que está inserido. No jornal laboratório “É tempo de Florescer”, as editorias abordaram o tema ‘flores’ de forma objetiva, a levar em consideração as diferentes perspectivas encontradas na atualidade, como: mostrar os tratamentos florais, a maneira que a venda impacta a sociedade e quem trabalha com elas, letras musicais que a usam como inspiração e a arte criada a partir dos sentimentos que transmitem.

Na primeira editoria, foi retratado o poder que as flores têm ao despertar os cinco sentidos das pessoas: a visão, por meio das diferentes cores e tipos de plantas; o olfato, no cheiro singular de cada espécie; o tato, ao tocá-las e sentir as texturas; paladar, no uso comestível; e a audição, que trabalha na parte psicológica de cada indivíduo. Nesse tema, os estudantes concluíram que as flores vão além da beleza, trazem alegria e mudam ambientes.

Figura 4 - Cinco sentidos

Ligaçã

SENTIR

Flores despertam os cinco sentidos e têm poder de mudar o ambiente

Olfato, visão, paladar, tato e audição são aguçados através das cores, formatos e sentimentos que elas causam no ser humano

João Pedro Roque
Mário Fernando Anzani
Viviane Garcia

Qual a sensação que uma flor desperta no ser humano? A visão, provavelmente, é a primeira a ser estimulada, através de sua beleza e seu poder de modificar qualquer lugar. Os demais sentidos podem vir a seguir como o tato, após um toque nas pétalas delicadas de flor. Outra percepção que é o olfato com seu doce aroma. É agradável que uma flor possa mudar um ambiente. Elas não falam, mas não são ouvintes, e muitos dizem que elas "conversam" por meio de seu estado. O paladar não possui a mesma força como os outros sentidos, porém, também detém sua relação através da culinária, trazendo decoração e até mesmo pequenos temperos.

Dentre tantas espécies, o lírio, a rosa do campo e orquídeas destacam-se entre as flores que têm o cheiro mais marcante. A funcionária da Floricultura Prudente Flora, Esmerine Mervulle (40), diz que o lírio tem um cheiro bem intenso e, por isso, não deve ser recomendado para pessoas que têm filhos recém-nascido em casa. Muitas vezes, a pessoa ao sentir a fragância de sua flor favorita ou qualquer outra, se lembra de momentos importantes da sua vida e até de entes que já se foram.

Assim como tem quem goste de sentir o seu cheiro, existe quem se utiliza para enfeitar um prato culinário. A professora de gastronomia da Unoeste (Universidade do Oeste Paulista), Marilene Sato Barroli, explica

Flora, Debora Tumbani, fala que não sente a flor mais bela, cada uma possui beleza única



Mervulle explica que flores de perfume intenso não são indicadas para pulcritos



Mário Fernando Anzani

“ Você consegue se comunicar com a planta através do comportamento dela **”**

Irene Sartori Hehring Aposentada

Gastrônoma Marlene Sato exemplifica como as flores podem fazer parte da gastronomia

como foi o início do consumo das flores. “O que a gente percebe em estudos e histórias, é que isso existe desde que o homem era nômade. Ele colhia as coisas muito por observação dos animais, os animais comiam, então eles começaram a consumir também”. Marlene cita exemplos utilizados na cozinha. “Usam-se mais mini-rosas, capuchinha, que é minha favorita, amor-perfeito, miço, cravo, manjerico e as próprias flores das ervas”, completa.

É possível conversar com as flores? Elas respondem? É possível escutá-las? Mesmo não obtendo respostas, diversas pessoas conversam com as plantas, muitas vezes, porque moram sozinhas e querem desabafar sobre sua vida com alguém. A aposentada, Irene Sartori Hehring (63), diz que a flor transmite o que está querendo dizer por meio de seu aspecto,

Fonte: Jornal Ligaçã – É tempo de florescer (2021)

No tema “Terapia Floral”, os acadêmicos abordaram o uso das flores em métodos terapêuticos e para o bem-estar pessoal, como uma forma de relaxamento. Já na editoria “Remédios”, os acadêmicos comentaram os ganhos dos tratamentos de saúde alternativos, por meio de chás e óleos essenciais, que são usados junto a medicamentos convencionais no combate à ansiedade e outras enfermidades.

Figura 5 - Terapia floral

Ligação **CLÍNICO TERAPÊUTICO** **Florescer**

Terapia floral ajuda nos avanços motor e psicológico de pacientes

Flores podem ser utilizadas como recurso em diversos métodos para o bem-estar; trabalho pode ser feito com todas as idades

Rayane Pedrosa
Viviana Antunes

A hortiterapia, prática de jardinagem como forma de terapia, utiliza flores com objetivo de desenvolver habilidades manuais, uso dos sentidos e sensações. De acordo com a hortiterapeuta, fitoterapeuta e jardineira Dominique Cristina Batista, a prática sensorial floral auxilia o paciente, pois "melhora o autocuidado por meio da interação com a natureza, ajudando a lidar com o estresse e a desenvolver novas aprendizagens".

Batista acrescenta que o trabalho com flores é algo que também auxilia seu próprio bem-estar. "Naturalmente sinto uma facilidade e estou ao estar próxima de flores, plantas e natureza. Decidi trabalhar com isso, pois sabia que seria muito gratificante e me deixaria feliz. No dia a dia as flores me trazem benefícios aromáticos, mentais e emocionais".

Ela ressalta a importância do acompanhamento de psicólogos e terapeutas aliados à hortiterapia. "Sempre deixei claro que para melhorar rapidamente é necessário que haja a união da medicina convencional com terapias ocupacionais, ou algo que se faça bem, sem abandonar seu tratamento com remédios e médicos tradicionais", afirma.

A terapeuta ocupacional Fernanda Babara, explica que as flores podem ser usadas com diferentes pacientes e situações, de crianças a idosos, no entanto, acrescenta que a reabilitação neurológica contempla o público mais adequado para utilização da técnica. "Também diz que uma das vantagens é a motivação que o cultivo traz. "Se eu tenho um jardim, visualmente eu fico motivada e cuido dele, então motoricamente eu realizo exercícios".

Babara enfatiza que a flor não é um método, é um recurso, que pode ser utilizado em conjunto com outros para atingir um objetivo. "Flor é um recurso dentro do método, é muito rico, se o profissional conseguir realizar uma análise das suas atividades profundamente, encontrará diversas possibilidades de uso das plantas", completa.

Ikebana

Ikebana é uma palavra de origem japonesa utilizada para definir a arte de arranjar flores e está ligada não só com a decoração e estética do ambiente, mas principalmente, em trabalhar os sentimentos e emoções.

De acordo com a professora de Ikebana Marisa Kamimura, a arte proporciona avanços psicológicos, sentimentais e comportamentais tanto para quem pratica a montagem das arranjos, quanto para aqueles

que os possuem em diferentes ambientes. "O principal objetivo do Ikebana é a transformação e a prática do amor na montagem de cada arranjo".

Conta também que os fins percebem que, com o decorrer do tempo aprendendo,

“É bom ter flores, onde quer que haja pessoas”

Marisa Kamimura,
Professora de Ikebana

Babara explica os benefícios de utilizar flores como um recurso para terapias convencionais

em floricultura, na prática japonesa os galhos e flores são adaptados de acordo com seu próprio formato e não modificam sua natureza pensando no resultado. "Quando saíram sem um dom, não podemos obrigá-lo a ter o mesmo desempenho e contornar a situação".

Para a atividade são utilizadas flores diversas, encontradas nas calçadas ou cultivadas no próprio quintal, mas durante todo o processo deve ser analisado e respeitado o ciclo de vida das plantas, bem como suas formas, tamanhos e até imperfeições.

A também professora de Ikebana, Adelia Fukumoto, fazendo algo fora de sua área, acrescenta que diferente de não devemos querer mudar a natureza de ninguém?

em floricultura, na prática japonesa os galhos e flores são adaptados de acordo com seu próprio formato e não modificam sua natureza pensando no resultado. "Quando saíram sem um dom, não podemos obrigá-lo a ter o mesmo desempenho e contornar a situação".

Para a atividade são utilizadas flores diversas, encontradas nas calçadas ou cultivadas no próprio quintal, mas durante todo o processo deve ser analisado e respeitado o ciclo de vida das plantas, bem como suas formas, tamanhos e até imperfeições.

A também professora de Ikebana, Adelia Fukumoto, fazendo algo fora de sua área, acrescenta que diferente de não devemos querer mudar a natureza de ninguém?

A Academia de Ikebana
Simples faz parte do **Instituto**
Mário Chaves com sede em São
Paulo. Oferecem não só aulas de
Ikebana, mas também: **cerâmica**,
costura, **massagem**, **orientação**
natural etc. **Em Presidente**
Prudente as professoras **am**
resposta **psicológica**, **motora**
outra no **grupo** **Neurológica**
Marcial de **André**: **Ros** **Magalhães**
Rafael **Barros**, **2012** **Vila** **Horas**
Presidente **Prudente**. **O curso**
tem **custo** **de** **acordo** **com** **o** **valor**
(horas), **intermediária**, **atrasado**
e **aproveitável**. **Para**
mais **informações**
(15) **90630-1576**.

Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

Além disso, o jornal explica a dinamicidade do ramo das flores no setor comercial, por meio da alta lucratividade em períodos comemorativos, e na diversidade de profissões no setor. Ao final, as duas últimas matérias abordam a presença das flores na cultura brasileira como um todo, como na composição de músicas, brincadeiras infantis e artesanatos, como pinturas e trabalhos manuais.

Figura 6 - Comércio

Ligação

COMÉRCIO

Florescer

Setor de flores em Prudente e região registra lucro em 2021

A tendência de crescimento também se mantém no Brasil, já que em 2020 foram R\$9,6 bilhões de reais em comercialização

Isabella Gomes
Nestlé Prado

O quindim, rosas, grasseia, uma infinidade de flores disponíveis e vendidas em floriculturas, viveiros, casas de decorações e que correspondem a um dos maiores lucros do comércio em datas comemorativas, como no Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia da Mulher e Dia dos Pais. Além dos picos de vendas, o ramo de flores garante estabilidade para os profissionais da área, todos os ganhos ao longo dos meses são esperados, e há uma preparação para que a vendas sejam realizadas, independente das festividades.

Segundo a responsável pela seção de flores na rede de supermercados Avenida, na unidade de Rancharia (SP), Dayane Fernandes, o Dia de Finados também é a data mais lucrativa, chegando a vender cerca de 4 mil unidades de cristântenos, seguido pelo Dia das Mães, em que as flores mais procuradas são as orquídeas.

A pandemia, por mais controverso que pareça, não afetou significativamente o mercado de flores no Brasil, segundo o Ibrfor (Instituto Brasileiro de Floricultura) o setor teve um crescimento de 10% no seu faturamento em 2020 e para o ano de 2021 a estimativa é de 2% a 5%. Dayane diz que o aumento da procura por flores no supermercado surpreendeu a todos. "O gerente ainda no começo da quarentena pediu que diminuísse o pedido de flores



Comércio de flores é um setor promissor e surpreende na variedade em supermercados

para vendas, mas a procura foi tão grande que tivemos que começar a fazer encomendas para os clientes", completa.

Além disso, a gerente da floricultura Primavera de Prudente Prudente (SP), Debora Costa, também confirma que, apesar das vendas terem caído no início da quarentena, houve uma melhoria considerável, e mesmo tendo que manter as portas fechadas devido as restrições, continuaram as vendas por meio do delivery e utilizando o site e as redes sociais da floricultura para a renda e dar continuidade ao negócio. Em relação aos supermercados, a profissional atuante no Estreza diz que as vendas se mantiveram estáveis

mesmo no início da pandemia, já que o local é considerado serviço essencial.

Com a ampliação do setor mercantil e a facilidade de encontrar novos fornecedores, as floriculturas encontraram novos concorrentes para a venda das plantas, porém, segundo Debora, não foi motivo para a distribuição diminuir. "Como trabalhamos com foco em presentes, o nosso público é diferente dos demais vendedores. Normalmente nas redes de supermercados, os consumidores vão em busca da flor, se destacam até o local, compram e vão embora. Já aqui na Primavera, prezamos pelo relacionamento com o cliente, fazendo com que eles lembrem

do nosso atendimento e sempre voltam", explica.

O supermercado Avenida também trabalha com a produção de cestas para presente, o cliente escolhe as flores e mais alguns complementos e a cesta é montada, existe também uma grande procura de arranjos para decoração de eventos. "Nós fazemos desde as buques de noivas até centros de mesas e vasos para ambiente" complementa Dayane.

Uma das fundadoras da floricultura Primavera, Irene Barbori Nehring, pontua que o atendimento ao consumidor é tão

estas que contém prateleiras adequadas para o transporte e climatização correta, para que as flores cheguem em perfeito estado, mesmo tendo feito um longo caminho. Já a distribuição para os supermercados apesar de serem um pouco diferente do que nas floriculturas, a principal cidade fornecedora também é Holambra, no caso do supermercado Avenida, as flores

vão primeiramente para a unidade principal da rede em Atalaia (SP), para depois serem redistribuídas para as outras filiais.

O setor de flores e plantas

é visto como um negócio próspero, já que no último ano foram R\$ 9,6 bilhões de reais em comercialização no país. Por sua vez, a gerente acrescenta que na cidade de Prudente a região o comércio é estável e lucrativo. "Acredito que ainda pode crescer, tem um mercado bom e as redes sociais continuam sendo fortes aliadas no processo de vendas. A nossa expectativa para o futuro é atingir com uma maior precisão o público jovem e sempre acompanhar as mudanças para não ficarmos desatualizados", finaliza.

“Tratar o cliente da forma que gostaríamos de sermos tratados. esse é o segredo.”
Irene Nehring, Florista



Em visita à Floricultura Primavera, Irene observa vitrine e contempla a beleza das flores

importante quanto a escolha das flores que são comercializadas.

“Desde a separação das espécies, que são pensadas de acordo com o gosto e encomendas dos clientes, até o ato das vendas, valorizamos o tempo que passamos com cada comprador, esclarecendo dúvidas e as cuidados necessários com as flores”, destaca.

Assim como muitos estabelecimentos na floricultura Primavera, as plantas vêm diretamente de Holambra, em São Paulo, que é conhecida como cidade das flores. Debora conta que eles vão semanalmente buscar as mercadorias e contam com uma equipe para isso,



Gerente Debora Costa finaliza vasos de flores para a comercialização diária da loja

Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

Na capa, o jornal apresenta um vaso com três girassóis em estágios diferentes, um ainda no formato de botão, um com a flor já aberta e o outro seco, com o objetivo de representar o ciclo de vida das flores. Assim como elas, há um processo que precisa ser respeitado, há um tempo para todas as coisas e cada etapa possui sua especificidade.

Figura 7 - Capa



Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

O jornal laboratório também conta com duas crônicas, ficha técnica, editoria, bastidores das produções e depoimentos dos professores responsáveis pela produção do projeto, Fabiana Alves, Giselle Tomé e Marcelo Mota, além da coordenadora dos cursos da Escola de Comunicação, Larissa Trindade.

Figura 8 - Editorial

Ligação

Editorial

Flores encantam a humanidade desde seus primórdios. As margens do rio Tigre, na Mesopotâmia, rosas já eram cultivadas por volta de 5000 a.C. De avô ao MPB, de Ivete Sangalo, passando por Tim Maia, até chegar à Vinícius de Moraes, servem de inspiração para compor suas letras. Em "A linguagem das flores", Vanessa Diffenbaugh nos faz pensar em seus diferentes significados na visão de Victoria Jones. A flor de lotus rosa é considerada sagrada para os budistas, pois representa o próprio Buda. Como é possível explicar essa admiração do ser humano pelas flores?

Quem tentar possuir uma flor, verá sua beleza murchando. Mas quem apenas olhar uma flor num campo, permanecerá para sempre com ela". Paulo Coelho, por meio das flores, mostrou que não podemos possuir ninguém, não podemos obrigar alguém a ficar, pessoas vêm e vão como em um ciclo. Assim como o ciclo de uma flor, iniciando com um botão, crescendo, chegando em seu auge e, por fim, murchando. Isso é Florescer.

Florescer é espalhar cor, alegria e tranquilidade, sentir e apreciar de todas as formas. Também é melhorar seu bem-estar com tratamentos, pois uma flor é capaz de

mudar vidas. Mudança diária em quem trabalha diretamente com elas, encontrando energia na beleza do profeta, seu próprio processo de fotossíntese. E cultivar com melodias e versos que, dessa vez, encantam os ouvidos. E claro que não podemos deixar de encantar os olhos, com seus significados e possibilidades artísticas que trazem em sua história.

Por sua capacidade de adaptação, nascem nos lugares mais inóspitos e destacam-se entre os encontrados, são símbolos de resiliência e luta. A flor amarela representa a luta contra o abuso sexual infantil. Já o girassol é o símbolo da campanha de alerta à depressão, pois está sempre virado para a luz, apesar de todas as dificuldades. Durante a Segunda Guerra Mundial, mães protegiam os túmulos de seus filhos, enquanto flores eram jogadas em sua homenagem.

A vida é um campo, repleto de ciclos que se iniciam e terminam apesar de todos os desafios. Cabe a cada um encontrar a melhor forma de atravessar esse campo, aproveitando cada sensação encontrada no caminho. Desabroche, se meschue com os espinhos, vire para o Sol, mostre suas cores.

Floresça!

Cuida de mim?

Fabiana Verribe

Fazem um pequeno buraco na terra. Alguns regam fundo e gisa para assestar quem em mãos. Uma verdade não incognita. Depois dos devidos cuidados básicos, como luz, água e nutrientes do solo, podemos ver uma planta madura. Pode ser que o rigem e uma figura. Ou talvez, nasce uma tímida suculenta.

De filiz passar, o estorço é contínuo. E então, de repente a enxada reconhece da mão, cai no chão e o lançador adquire, com lágrimas nos olhos e um sorriso no rosto, o resultado mais esperado daquela semente que um dia colheu: foi a primeira flor.

É algo natural da vida gerar uma flor. Florescer é a prova do amadurecimento. E é interessante notar a singularidade de cada planta. Flores grandes e coloridas para uma sucubona. Discretas em tamanho e sem cor para um jasmim. Densas da noite conquistam pelo offeto, e a riqueza de detalhes de uma orquídea nos remete a uma pintura minuciosa. Há flores que duram muito tempo, já outras são mais efêmeras. Plantas que parecem

indefesas e desafiadas o produtor a arrancá-las e cada vez que passa os olhos e não vê nada de diferente, até que o inesperado acontece e é apresentado com a flor mais linda que já se viu.

Filhos não são parte apenas biológica de seus progenitores. Quando pais escolhem criar um filho, dão a ele mais do que um nome e uma genética. A preocupação vai muito além de comida e uma casa para morar. Doem parte de sua essência. Se doem. Mesmo sem saber se um dia poderão ver nascer alguma flor. A arte de ensinar também caminha na estrada de fé. Fé, não porque se faz ao acaso, sem propriedade daquilo que se fala, mas pela incerteza do professor das sementes que estão plantadas. E, diante da dúvida, ambas tomam a mesma atitude. Cuidar. Nutrir. Dar tudo de si, na esperança de ver florescer o que um dia foram pequenas sementes.

Se o trabalho for bem-feito, a alegria é certa. No tempo delas. Em diferentes formatos. Coloridas ou cheirosas. As flores, variam e são mais diversas possíveis. E que bom! É a diversidade de flora que faz o equilíbrio natural. A sobrevivência. O cheiro agradável de algumas flores e

através para polinizadores que não envolveriam uma cor vibrante, como os morcegos. Petalua larga favorecem o pouso de insetos imprescindíveis para a fecundação, parte essencial do processo de produção de frutos.

Toda semente tem potencial para gerar flor. E cada flor é essencial na composição do mosaico social no qual estamos inseridos. Seja como profissional. Na sua casa, como filho. No relacionamento conjugal. Cada flor que encontramos por aí tem sua importância, em cada papel social.

As vezes, pode parecer que não, que algumas são facilmente descartáveis. Caminhos por aí a olhamos pelas ruas e ruas, sem nem entender ou questionar o motivo. Flores pequenas, cujas geneticas podem ser grandes, mas não receberam os recursos suficientes para crescer. Ou são sementes, que sequer sabem do potencial de florescer que armazenam dentro de si.

As vezes, falta água, luz e nutrientes. Cuidado e delicadeza no manuseio, também é uma boa pedida. Pode ser que uma conversa e um abraço resolvam. E talvez, a pura imagem de flor que você se tornou, é decisiva para germinar uma semente. E então, cuida de mim?

A flor de amor

Agata Vieira

Abril. Em geral, esse era o mês que passava arreastado para a menina, hoje adulta. Porém, agora, visto de uma perspectiva otimista. No mesmo mês, em 2021, completava uma década do acontecimento mais cruel que viveu: a perda daquela que lhe deu a vida. Perder a mãe em qualquer época é extremamente difícil, na infância então, ainda mais.

No começo, imaginava que a vida não fora tão generosa com ela, entretanto, mudou de ideia quando se deu conta de que apesar da perda, tinha o amor da avó, que nunca lhe sobrou a mão. Foi ela, a responsável por mostrá-la as flores como forma de amor. Todas as vezes que iam juntas ao cemitério, levavam flores artificiais para o túmulo da mãe e de todos os entes que ali estavam. Precisavam ser artificiais para durassem mais tempo, contudo, não menos vivas. Ela aprendeu que tudo o que tem amor, é vivo. Mas ao contrário do que diz, e tão famosa, canção dos T8: "As flores de plástico não morrem", ela pôde descobrir por si só, que morrem, sim. Acabam ressecadas pelo sol forte, onde ficam expostas diariamente, desbotam, encardem e precisam ser trocadas, em um ciclo que se repete a

cada vez que uma nova vida é feita.

A pandemia vivida pelo mundo, a impede de viajar e ir ao lugar com a frequência que gostaria. Não se sente culpada por isso, outras coisas que aprendeu na vida, é que não pode responsabilizar a si mesma por tudo o que acontece no mundo. Trocou então as flores plásticas, pelas flores osecadas, essas são menos bonitas, mas têm amor e amparadas as palavras que escreveu, tornam-se ainda mais fortes e vivas, visto que escrever, foi um ato onde que ela acredita ter herdado de mãe.

Por meio do que conhecia uma arte, consegue eternizar as memórias mais felizes que viveram juntas, como um elo de amor, dando ainda mais significado à frase que ouviu uma vez quando adolescente: "Ninguém morre, enquanto permanece vivo no coração de quem é amado", e é sobre isso.

A autora dessa crônica, é também a menina retratada ao longo do texto, que o encerra, desejando que haja flores no seu caminho, independente do contexto, e que você saiba mantê-las sempre vivas, regadas de amor.

Florescer

Destaque o Florescer

Bastidores da produção da capa do jornal com os alunos Abner, Agata, Fabiana, Isabela, Nathália, Rayane, Rodrigo, Sabrina e Vinícius e supervisão da professora de fotojornalismo, Fabiana Alves



Ficha técnica

Escola de
Comunicação
& Estratégias Digitais

O *Jornal Laboratório Ligação* é um trabalho desenvolvido por alunos de 4º ano de Jornalismo da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais

© Jornal Ligação

Coordenação Geral: Prof.^a Larissa Trindade
Coordenação e Edição: Prof.^a Gisela Tomé
Coordenação de Fotojornalismo: Prof.^a Fabiana Alves
Projeto Gráfico: Prof.^a Marlene Mota
Diagramação e Foto de Capa: Vinícius Antunes
Lugares: Madina Viani
Editor-chefe: Vinícius Antunes

Estilistas: João Pedro Rocha, Maria Fernanda Jurca e Vinícius Garcia; Rayane Pedrosa e Vinícius Antunes; Mariana Pereira, Lívia Alves e Mariana Santos; Isabela Gomes e Nathália Presti; Abner de Souza, Rodrigo Gonçalves e Sabrina Verribe; Alana Gomes, Fernando Claro e Jaqueleia Paix. Agata Vieira, Alysson Fortes e Fabiana Verribe.

3

Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

Figura 9 - Matéria Professores

Ligação INTEGRAÇÃO

Jornal Ligação é produzido por alunos do curso de jornalismo

Forma de colocar na prática tudo que é vivenciado em sala; o projeto é planejado pela turma com supervisão dos professores

Vinícius Antunes

Espera um pouco. Eu sei que você está ansioso para ver como as flores estão presentes no nosso cotidiano, mas antes, vamos entender o porquê desse jornal existir: O Ligação é um projeto integrador produzido pelos alunos do 4º termo de Jornalismo da Unoeste (Universidade do Oeste Paulista), envolvendo três disciplinas: Jornalismo Impresso, Fotojornalismo e Design da Informação, dessa forma, os alunos a compreender como essas áreas se entrelaçam para formar um único produto, não atuando mais de forma isolada.

“Reduzir seu próprio jornal ainda na faculdade, possibilita que o estudante tenha a experiência do dia a dia da profissão que escolheu. Para a coordenadora dos cursos da Escola de Comunicação e Estratégia Digital da Unoeste, Larissa Trindade, é uma forma do aluno encontrar a área que mais se identifica de forma real. “Todo trabalho prático, como o Jornal Ligação, permite uma vivência maior do aluno com a realidade de se produzir um jornal e, dessa forma, observo suas aplicações para situações que aparecem na construção do projeto”, explica.

“Poder ver o produto finalizado torna o ensino e a aprendizagem mais motivadores”

Larissa Trindade
Coordenadora

Projeto une conhecimentos de disciplinas do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação

A professora de Jornalismo Impresso, Giselle Tomé, afirma que a ocasião para os futuros jornalistas aplicarem os conhecimentos adquiridos em sala de aula, nas várias funções de uma redação, é a oportunidade dos alunos empregarem o que é visto na teoria. Além de ter a oportunidade de ver o passo a passo da produção de um jornal desde o planejamento até a impressão.

Segundo o professor de Design da Informação, Marcelo Mota, os alunos aplicam os princípios da paginação e layouts de um jornal desde o primeiro contato com o aplicativo de diagramação de páginas. Para ela, é de extrema importância essa vivência pois, ao fazer parte da linha de produção de um veículo, entendem todos os processos por trás de sua construção.

Quando ao design, afirma ser um ótimo aprendizado profissional o estudante aplicar as técnicas estudadas e explorar a criatividade, dentro de um limite pré-estabelecido.

“já existe um projeto gráfico do jornal laboratório, é importante essa identificação de como trabalhar os verbetes editoriais em um projeto já existente”.

De acordo com a professora de Fotojornalismo, Fabiana Alves, esse é o primeiro contato dos estudantes com o fotojornalismo, e os faz compreender como o processo que envolve fazer um jornal está completamente implicado no processo fotográfico, já que este não funciona de forma separada. Além disso, a docente pontua que, como o projeto será publicado e acessado pelo público, é o momento de os alunos entenderem a responsabilidade e destaque social da profissão, “isso vai para

Utilizo de disciplinas para promover vivência da profissão, de Trindade

Florescer

As pessoas, isso vai informar, não é somente uma atividade em sala que se pode estar, quem vai ver o erro não são os professores. Agora é um material que é feito para a sociedade”.

Redes sociais

Nesta última edição, foi criado um perfil no Instagram do Jornal Ligação (@jornal.ligacao), com o objetivo de que um novo público conheça o projeto. Postagens sobre editoriais, alunos, responsáveis, bastidores e novidades do tema atual, atraem pessoas que não sabiam da existência do jornal, e se interessaram pelo assunto.

Para Alves, é uma forma de conectar pessoas com preferências em comum. “As redes sociais são o caminho para que cheguem ao jornal. É uma ótima forma de criar uma rede de contatos com alunos, ex-alunos e futuros alunos”, declara.

A coordenadora da Escola de Comunicação pontua a importância de estar na rede, como uma característica da mudança de comportamento do consumidor no consumo de informação. “Hoje se colocar no universo das redes sociais, o jornal amplia seu ecossistema de público, ampliando também a possibilidade de leitura”.

Agora que você já sabe a importância do Ligação no processo de aprendizagem e, principalmente, sua importância social, se convidamos a iniciar a jornada por esse campo repleto de cores e histórias. Vamos lá, é tempo de Florescer.

“Esse é um material que é feito para a sociedade, é preciso ter responsabilidade”

Fabiana Alves
Professora

Alves resalta a importância da divulgação

Mota destaca o exercício de cidadania

Fonte: Jornal Ligação – É tempo de florescer (2021)

“Para considerar-se plenamente cidadão, o homem contemporâneo precisa dispor de fontes informativas que lhe permitam conhecer o que se passa e, em seguida, formar juízos sobre os acontecimentos.” (BENEYTO, *apud* ERBOLATO, 2008, p. 18). Assim, de maneira prática, os alunos puderam compreender a importância do jornal impresso e do fotojornalismo, no jornalismo informativo. Foi possível perceber ainda como o compromisso com a informação está presente desde quando ela é pensada (por meio da pauta) até sua execução, através da apresentação de reportagens, fotos e projeto gráfico.

6 CONTRIBUIÇÕES SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E MERCADOLÓGICAS

354

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



Em tempos em que a tecnologia amplia o acesso à informação e considerando a velocidade em que os fatos ocorrem, todo o processo dentro do jornalismo até o resultado de uma notícia é mais corrido, para que assim, consiga acompanhar a necessidade das pessoas de saber o que se passa e cumprir com seu papel na sociedade, preservando todo o processo de apuração e pesquisa, para fornecer dados válidos e concretos sobre o assunto.

Um estudo feito pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), em que foram ouvidos dirigentes da gestão de imagem de grandes empresas do país, aponta que a cobertura jornalística é a principal influenciadora da sociedade. Segundo o levantamento, o jornalismo é mais importante do que o próprio desempenho das empresas, projetos de comunicação corporativa, legislação regulamentadora ou pressão de grupos organizados da sociedade.

Atualmente com a internet, não é só possível obter informações em poucos minutos, como também fornecê-las; e isso se torna ruim quando considerada a quantidade de fake news disponíveis nas redes. Com isso, muitos confiam e preferem se basear em veículos jornalísticos, tanto para saber de ocorridos e outros fatos, como para pesquisas. Se tornou uma forma de distinguir o que é válido e correto.

Rivers e Schramm (*apud* ERBOLATO, 2008, p. 51) afirmam que:

É particularmente evidente que o que sabemos sobre numerosos assuntos de interesse público depende enormemente do que nos dizem os veículos de comunicação. Somos sempre influenciados pelo jornalismo e incapazes de evitar esse fenômeno.

Portanto, o jornalismo informativo além de mostrar fatos e acontecimentos ao redor do mundo, tem a grande função de promover educação e cultura. Um veículo não se baseia somente em tragédias e situações de urgência, mas também conteúdos informativos sobre situações do cotidiano e assuntos que fazem parte do dia a dia das pessoas.

De forma a sanar questionamentos acerca do tema analisado, os autores realizaram o estudo do material produzido pelo quarto termo de jornalismo para o

355

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



jornal Ligação. A pesquisa em questão mostra como esses tipos de conteúdo podem ser relevantes e úteis, bem como acrescentar conhecimento ao leitor. O produto utilizado aborda desde a influência das flores na saúde, como no comércio e na cultura, até referências para quem trabalha na área, pratica alguma atividade relacionada ou tem interesse em saber mais sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

ERBOLATO, M. L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Ática, 2008.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual da redação**: As normas de escrita e conduta do principal jornal do país. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018.

NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. 1. ed. São Paulo: Contexto. 2010. (E-book).

SOUZA, I. Adobe InDesign: como usar e as principais dicas para desvendar a ferramenta. **Rockcontent**, jan., 2019. Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/blog/adobe-indesign/>. Acesso em: 24 out. 2021.

FOTORREPORTAGEM E A IMPORTÂNCIA DO RELATO FOTOGRÁFICO NA CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

PHOTO REPORTING AND THE IMPORTANCE OF PHOTOGRAPHIC REPORTING IN ENVIRONMENTAL AWARENESS

Caio Vitor de Oliveira Gervazoni
caiogervazoni@hotmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Claudia Ramos Borges
claudiaborgespro@gmail.com
Universidade do Oeste Paulista

Ramon Alves Diniz
ramon_diniz@outlook.com.br
Universidade do Oeste Paulista

Fabiana Aline Alves
falves@unoeste.br
Universidade do Oeste Paulista

RESUMO

Este relatório técnico-científico tem como objetivo salientar a importância da fotorreportagem, na divulgação de uma causa e conscientização dos internautas sobre questões ambientais, em especial o reflorestamento. Para isso, apresenta o cenário das reportagens *longforms* e o papel da fotografia neste formato, bem como expõe a prática realizada na produção jornalística da Prisma, espaço dedicado a este modelo jornalístico disponibilizado no site da Escola de Comunicação e Estratégia Digital da Unoeste.

Palavras-chaves: fotorreportagem; reflorestamento; webjornalismo; longform; pontal flora.

ABSTRACT

This technical-scientific report aims to highlight the importance of photo reporting, in the dissemination of a cause and awareness of Internet users about environmental issues, especially reforestation. For this, it presents the scenario of longforms reports and the role of photography in this format, as well as exposes the practice carried out in the journalistic production of Prisma, a space dedicated to this journalistic model available on the website of Unoeste's School of Communication and Digital Strategy.

Keywords: photo reportage; reforestation; webjournalism; longform; pontal flora.

1 INTRODUÇÃO

Desde a utilização do esquema de "pirâmide invertida" em lides de *hard news* até a construção de histórias extensas em produções *longforms*, o jornalismo sempre se apropriou de uma técnica essencial à comunicação para o alcance de seus objetivos: a narrativa.

Para Mieke Bal (1990), a narrativa justifica-se como uma história transmitida a partir de signos linguísticos, sendo transposta em três partes: texto, história e fábula, sendo a última caracterizada por trabalhar uma série de fatos de forma lógica e cronológica.

Dentro do espectro de atuação jornalística, a fotorreportagem é um dos produtos em que mais se utilizam signos linguísticos para a sua plena transmissão - sejam eles fotografia, enquadramento, iluminação, texto de apoio etc. Ademais, de acordo com Agostineti (2010),

Assim como na reportagem, a fotorreportagem também conterà personagens de papel à medida que o repórter fotográfico constrói sua visão a respeito de alguém utilizando códigos. A análise deve evidenciar essa construção.

Com o presente relatório técnico-científico, os acadêmicos buscam evidenciar a importância da narrativa fotojornalística, por meio da fotorreportagem, na viabilização das ações de reflorestamento no Pontal do Paranapanema, região do extremo oeste do estado de São Paulo.

A construção da fotorreportagem para a revista digital Prisma, da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais da Unoeste, deu-se a partir da história de fundação e etapas do processo de cultivo de mudas para reflorestamento da Associação de Recuperação Florestal Pontal Flora, localizada na cidade de Presidente Venceslau (SP). A partir disto, foram atribuídas características narrativas às fotografias tomadas, buscando validar a participação da associação nas respectivas ações de reflorestamento na região.

Para que a referida proposta cumpra-se ao longo deste relatório, os discentes, em um primeiro momento, investigam o contexto social a que pertence a temática do reflorestamento: de forma macro e, posteriormente, micro. Depois, apresentam a fotorreportagem produzida e fazem uma breve análise do emprego da linguagem narrativa nas fotos tomadas. Em um terceiro momento, avaliam os resultados obtidos e quais contribuições o produto final pode proporcionar às sociedades civil, acadêmica e trabalhista.

2 CONTEXTO INVESTIGADO

O crescimento da mata nativa reequilibra a quantidade de CO₂ presente na atmosfera, ajudando na diminuição do efeito estufa. Por outro lado, o sequestro desse gás ajuda a promover o aumento da biomassa vegetal nos solos, uma vez que ela é constituída de 50% de carbono, segundo reportagem do Portal Pesquisa Fapesp.

Isso porque, além das árvores especificamente serem grande fonte de liberação e captação de umidade, através da fotossíntese, a degradação do solo é outro problema que resulta do descaso com o meio ambiente.

De acordo com José Alberto Mangas Pereira Catarino¹¹, presidente da associação Pontal Flora, os lençóis freáticos são responsáveis por abastecer os rios e represas, quando o solo está degradado e arenoso a chuva não penetra no solo fundo o suficiente para alcançar os veios d'água, empobrecendo os rios e diminuindo o nível dos reservatórios.

Diante disso, Ongs e Associações despontam na contramão do movimento governamental, trabalhando na preservação de matas nativas e maciços florestais de árvores exóticas para colheita, o que enriquece e trata o solo degradado, movimentando a economia, com hortas e propriedade agroflorestais e ajudando no sustento de muitas famílias de agricultores.

¹¹ Entrevista de José Alberto Mangas Pereira Catarino, Presidente da Pontal Flora, concedida via google meet em 29 de setembro de 2021.

Apesar dos baixos índices de desmatamento do Oeste Paulista, a região ainda está longe dos 30% considerados ideais. Apenas a cidade de Teodoro Sampaio, onde fica o Parque Estadual do Morro do Diabo, chega próximo do índice, com 27,52%, de acordo com levantamento feito pelo portal G1.

Produzir uma reportagem multimídia entrega ao leitor a experiência quase completa, que tem acesso a outros pontos além da narrativa construída pelo texto.

No entanto, o webjornalismo percorre um longo caminho até que a multimídia comece a tomar conta das redações. É apenas na terceira geração que surge a necessidade dos webjornais se diferenciarem dos veículos de mídias tradicionais, utilizando elementos que tragam interatividade.

Ainda na terceira geração, com o surgimento e solidificação do HTML5, surgem também novas possibilidades de design e imersão do usuário. Além disso, veículos da imprensa começam a apostar em textos mais longos, com grande quantidade de conteúdo, chamados de *longform*.

Segundo Barbosa (2013), é na quarta geração do webjornalismo que as reportagens multimídia começam a se desenvolver, com o suporte de bases de dados, criando uma ligação entre as mídias.

Barbosa (2013) acredita ainda que o surgimento de novas formas de consumir o conteúdo, como tablets e dispositivos móveis, tenha criado uma necessidade de mudança na forma de ofertar esse conteúdo.

O ponto de *start* da reportagem multimídia se dá em 2012, como a reportagem multimídia chamada Snowfall, lançada pelo jornal *The New York Times*. A reportagem conta a história de uma avalanche que ocorreu nas encostas nevadas do vale Tunnel Creek, nas montanhas Cascade, no estado americano de Washington. A avalanche matou três dos 16 atletas que praticam snowboarding na região.

O formato inovador de narrar a história deu ao jornal diversos prêmios na época. Além disso, Snowfall, o nome da reportagem, tornou-se um jargão jornalístico “Graças à rara felicidade do produtor Jhon Branch em usar o recurso certo para a produção adequada na hora de contar a história” (CASTILHO, 2013).

Apoiados nas possibilidades oferecidas por uma reportagem *longform* e no contexto socioambiental em que estão inseridos, os alunos do sexto termo de Jornalismo da Universidade do Oeste Paulista, decidiram produzir uma reportagem especial multimídia sobre sustentabilidade no Oeste Paulista.

Tal reportagem é inteiramente produzida pelos alunos e publicada na Prisma, seção do site da Escola de Comunicação e Estratégia Digital da Unoeste dedicada a esse formato de reportagem. A edição conta com cinco editorias e o grupo que produz este relatório técnico científico se debruça sobre o desmatamento e as ações de Ongs na região.

Para mostrar o processo de produção de mudas e a importância do tema, o grupo escolheu explorar a fotorreportagem como mídia principal, uma vez que, segundo Pedro Jorge de Sousa (2002a, p.127), as histórias contadas em fotografias, constroem uma narrativa sobre um tema, deixando que as fotos falam por si só.

O grupo defende que a fotorreportagem é uma ótima ferramenta de conscientização social, uma vez que, conforme Sousa (2002b, p. 28), “Tradicionalmente, as foto-histórias debruçam-se sobre um problema social, sobre a vida das pessoas ou sobre um acontecimento. Não é raro abordar-se um problema social seguindo-se a vida cotidiana que uma determinada pessoa leva”.

3 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Para Metz (2006, p. 31), a narrativa é “sequência duas vezes temporal, devemos acrescentar logo: há o tempo do narrado e o da narração (tempo do significado e do significante)”. Ele acredita ainda que a narrativa tem como uma das suas funções “mudar um tempo no outro tempo”.

No jornalismo, a narrativa possui papel ainda mais importante, pois é o fio condutor que guia o leitor aos fatos. Quem constrói a narrativa tem um objetivo definido. No fotojornalismo a interpretação de uma fotorreportagem é parte da experiência.

Para Motta (2007, p.155), “O jornalista é, por natureza, um narrador discreto [...] Finge que não narra, apaga a sua presença. Faz os fatos surgirem do horizonte como se estivessem falando por si próprios”.

A fotorreportagem nasce na Alemanha Nazista em 1920, em que era publicada nas revistas ilustradas, complementando os textos apresentados. Todavia, o gênero logo foi apropriado por importantes revistas, como a *Life*, *Regard* e a *Picture Post*. No Brasil as fotorreportagens ganharam espaço nas páginas da revista *O Cruzeiro*.

Por se tratar de um tema socioambiental importante para os dias atuais, o grupo decidiu abordar o processo de plantio de mudas no viveiro, desde a coleta e classificação de sementes até o embalo da muda e envio para plantio, em uma fotorreportagem.

Para Sousa, o fotojornalismo pode modificar ideias, valor e princípios. “Vimos aliás, no nosso percurso ao longo da história, como ao fotojornalismo foram (e são), conscientemente ou não, encomendadas tarefas estéticas, políticas, culturais, económicas e ideológicas, entre outras” (SOUSA, 2002b. p. 254).

Sousa acredita ainda, que em histórias contadas por fotos, o fotógrafo é o artista. É ele quem dita o tom e estabelece a linha narrativa. (SOUSA, 2002a. p 129) No entanto, Sousa salienta que a fotorreportagem deve narrar o cotidiano como ele é, “o objectivo essencial das foto-reportagens é, geralmente, situar, documentar, mostrar a evolução e caracterizar desenvolvidamente uma situação real e as pessoas que a vivem” (SOUSA, 2002b. p.131).

4 MATERIAIS E MÉTODOS - PROPOSTA

Para agendar a visita ao Pontal Flora, em Presidente Venceslau, no intuito de executar a fotorreportagem, a aluna Cláudia Borges entrou em contato, por telefone, com a associação, no dia 16 de setembro de 2021. A estudante foi atendida pela secretária da entidade, Sheila Andréia Moreira Santos. A partir daí a aluna explicou os objetivos do grupo em relação ao trabalho desenvolvido e, deste modo, combinou a entrevista e a realização da fotorreportagem para o dia 25 de setembro de 2021.

362

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



Na conversa com Sheila, foi indicado que a responsável técnica pelo viveiro, Vera Lucia Oliveira Menezes, iria acompanhar o aluno Caio Vitor de Oliveira Gervazoni para explicar *in loco* o funcionamento do Pontal Flora.

No dia 25, em uma manhã ensolarada de sábado, o aluno deslocou-se de Presidente Prudente para Presidente Venceslau, na sede da instituição. Para captar o registro das imagens da fotorreportagem em questão, o graduando em Jornalismo, utilizou uma câmera fotográfica modelo Canon EOS Rebel T6, de propriedade da graduanda Claudia Borges.

Os registros foram feitos entre às 9h e 11h sob a forte luz do sol daquele horário. Antes da composição das fotografias, foi realizada uma conversa prévia, em um dos galpões da sede, com Vera Lucia Oliveira Menezes, que explicou o funcionamento e as divisões do espaço em relação aos processos de desenvolvimento das mudas.

Na prosa, o aluno apresentou-se e falou do intuito de captar as imagens ao longo do tour pelos espaços da entidade, que teria Vera como guia. Após o diálogo, deu-se início a caminhada pelo local, Vera explicou ao estudante sobre como funciona a divisão do local e mostrou o passo a passo do que é desenvolvido na Pontal Flora: das sementes selecionadas, blocos das etapas de crescimento das mudas aos livros utilizados para o conhecimento e diferenciação entre as espécies nativas e exóticas.

Neste momento de guia pelo local, o aluno aproveitou para fotografar as técnicas de manejo, a linha de produção das mudas - do berçário, desenvolvimento à rustificação das plantas – e as obras acadêmicas, que servem de apoio para os profissionais da entidade diferenciarem as várias espécies que a Pontal Flora cultiva.

Por conta da falta de prática e, na ocasião, primeiro contato com o modelo da câmera usada, o graduando optou por trabalhar com o foco automático. Em determinado momento, após perceber que as fotos feitas sob a luz do sol estavam superexpostas, ou seja, muito claras (popularmente chamada de fotos estouradas), o estudante se atentou e ajustou a posição do ISO, que é a sensibilidade do sensor

da câmera à luz, para corrigir o problema. Em locais mais claros, o aluno diminuía o valor em questão e, em espaços mais escuros, aumentava.

Na composição das imagens, foi seguido o roteiro planejado: fotos em variados enquadramentos, planos e ângulos. Por exemplo, durante a caminhada pelo viveiro, no momento em que Vera apontava para uma espécie qualquer de muda, o estudante procurava fazer o registro em dois tempos: uma foto em plano detalhe para mostrar o dedo indicador em contato com uma folha da muda e em outro registro, em plano médio, para demonstrar a interação de Vera com a planta em meio aos corredores do viveiro. No total, ao final do *tour* pela Pontal Flora, foram feitas 395 variadas fotos.

Na semana posterior à execução das fotografias na Associação de Recuperação Florestal Pontal Floral, o grupo, por meio dos graduandos Claudia Borges e Ramon Diniz, realizou a seleção das imagens mais adequadas para a composição da fotorreportagem. O critério utilizado para esta seleção foi escolher as imagens que melhor representassem o processo de desenvolvimento das mudas: da seleção da semente até o estágio que a planta está pronta para o plantio. A partir da técnica de *storytelling*, ambos, também, compuseram as legendas das fotografias coletadas. Compreendendo o *storytelling*, por meio do artigo de Dimitri Vieira, na Rock Content, a técnica é a arte de contar, desenvolver e adaptar histórias através de elementos específicos — personagem, ambiente, conflito e uma mensagem — em eventos com começo, meio e fim, no intuito de conectar-se com o leitor no nível emocional.

Por fim, ao todo, o grupo selecionou 15 imagens para constituir a narrativa da fotorreportagem.

5 RESULTADOS OBTIDOS

O levantamento feito pelo grupo revelou que existem algumas Ongs importantes para o reflorestamento do Pontal do Paranapanema, entre elas está a

Associação Pontal Flora, localizada em Presidente Venceslau, no interior de São Paulo, onde possui uma propriedade de dois hectares que abriga um viveiro de mudas nativas e exóticas e atende pequenos e médios produtores rurais da região.

Embora as mudas sejam, em sua maioria, comercializadas para plantio de maciços florestais que têm a madeira como matéria-prima, os agricultores destinam 20% da área plantada para mata nativa.

A fotoreportagem conta com 15 fotos, mostrando todos os passos de tratamento das mudas no viveiro do Pontal Flora, desde a classificação das sementes, o plantio em tubetes, o cuidado durante o crescimento e o embalo para envio das mudas prontas para plantio.

Tendo as mudas como elementos primordiais na construção da jornada do herói, a partir do *storytelling*, o grupo buscou destacar na construção da narrativa, por meio dos retratos e legendas, as etapas de desenvolvimento das plantas. Primeiro, por apresentar o trabalho desenvolvido pela Pontal Flora na criação das mudas. Na sequência, da variedade de espécies ao processo de crescimento. Por fim, o estágio em que as plantas estão prontas para o plantio.

O lançamento da reportagem multimídia Sustentabilidade no Pontal está previsto para 26 de novembro e a galeria de fotos compõe a *longform* sobre reflorestamento.

Algumas fotos podem ser observadas neste relatório:

Figura 1 – Sustentabilidade



Fonte: Caio Vitor de Oliveira Gervazoni.

Nota: Cada bloco atende uma família com características e necessidades próprias. Algumas precisam de mais sol e menos água, outras preferem ficar à meia sombra.

Figura 2 - irrigação



366

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



Fonte: Caio Vitor de Oliveira Gervazoni.

Nota: Algumas espécies de plantas precisam de irrigação constante durante a germinação e desenvolvimento. Para isso, a Associação criou um lago com água reutilizada da captação das chuvas, que auxilia no processo.

Figura 3 - Mudas



Fonte: Fonte: Caio Vitor de Oliveira Gervazoni.

Nota: Todas as mudas são cedidas a pequenos e médios produtores que possuem interesse em formar um maciço florestal. O Pontal Flora faz o acompanhamento e assistência das mudas por 5 anos, quando é encerrado o contrato com o produtor.

6 CONTRIBUIÇÕES SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E MERCADOLÓGICAS

O grupo acredita que a fotorreportagem produzida sobre sustentabilidade contribui socialmente trazendo luz às causas ecológicas, principalmente ao reflorestamento, uma vez que as fotos devem atingir a um público amplo por meio da plataforma da Prisma.

Ainda no âmbito social, o grupo deseja iniciar uma discussão sobre o papel da população quanto protagonistas no cuidado com o meio ambiente. E principalmente, abrir uma reflexão sobre o futuro da vida no planeta.

Como contribuição tecnológica, o grupo acredita que a visualidade da fotorreportagem, o espaço ilimitado na rede mundial de computadores e facilidade de acesso à internet podem trazer à tona temas relevantes ao olhar do público.

O grupo deseja, ainda, que o trabalho contribua para a divulgação da associação citada, mostrando a beleza do trabalho que desenvolvem.

REFERÊNCIAS

AGOSTINETI, K. Fotorreportagem: a Apropriação Imagética da narrativa Jornalística. *In*: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 33., 2010. Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul, RS, set., 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2010/resumos/r5-1335-1.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2021.

BAL, Mieke. **Teoría de La Narrativa**: una introducción a la narratología. Madrid: Ediciones Cátedra, 1990.

BARBOSA, Suzana; TORRES, Vitor. O paradigma 'Jornalismo Digital em Base de Dados': modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 25, p. 152-164, 2013.

CASTILHO, Carlos. Efeito "snowfall" abre oportunidades para o jornalismo multimídia. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 7 de maio de 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/o-efeito-lidquo-snowfall-rdquo-abre-nova-oportunidade-para-o-jornalismo-multimidia/>. Acesso em: 5 nov. 2021.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. São Paulo: Perspectiva, 2006

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Narrativa jornalística e conhecimento imediato de mundo**: construção cognitiva da história do presente. Málaga, 2006. Disponível em: <https://docplayer.com.br/8239751-Narrativa-jornalistica-e-conhecimento-imediato-de-mundo-construcao-cognitiva-da-historia-do-presente.html>. Acesso em: 2 nov. 2007

SOUSAa, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Porto, 2002. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>. Acesso em: 2 nov. 2021.

SOUSA b, Jorge Pedro de. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL: COMO O VÍDEO SE DESTACA EM UMA LONGFORM

AUDIOVISUAL PRODUCTION: HOW VIDEO STANDS OUT IN A LONGFORM

Alessandra Akemi Aoqui

ale.aoqui@gmail.com

Universidade do Oeste Paulista

Leticia Cristina Ferdinando da Silva

leticiaferdinando03@gmail.com

Universidade do Oeste Paulista

Thamires Fernandes Batista

thamiresfernandes019@gmail.com

Universidade do Oeste Paulista

Fabiana Aline Alves

falves@unoeste.br

Universidade do Oeste Paulista

RESUMO

Este projeto tem como objetivo apresentar o audiovisual como um dos formatos desenvolvidos para a *longform*, que será publicada no site Prisma, da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste). A *longform* é composta por elementos multimidiáticos, que juntos apresentam uma grande reportagem. Tendo o vídeo como elemento escolhido a ser apresentado, o intuito é mostrar que este formato permite uma maior proximidade do leitor com o conteúdo, tendo em vista a facilidade e dinamicidade que o mesmo traz. Para o desenvolvimento do conteúdo trabalhado, foi necessário planejamento e montagem de pauta para a realização das gravações, que após ser aprovada, foi possível dar início às filmagens, sendo elas internas e externas. As gravações foram realizadas em locais diversos, sendo elas em uma empresa de energia solar, com realização de entrevista com o sócio-proprietário, na residência de um usuário deste tipo de energia, e no Campus II da Universidade do Oeste Paulista, com um engenheiro eletricista, que explicou sobre o funcionamento das placas.

Palavras-chaves: energias renováveis; audiovisual; vídeo; longform; sustentabilidade.

ABSTRACT This project aims to present the audiovisual as one of the formats developed for the longform, which will be published on the Prisma website, of the Universidade do Oeste Paulista (Unoeste). Longform is composed of multimedia elements, which together present a great report.

Having the video as the chosen element to be presented, the intention is to show that this format allows a greater proximity of the reader to the content, in view of the ease and dynamism that it brings. For the development of the worked content, it was necessary to plan and assemble the agenda for the recordings, which after being approved, it was possible to start filming, both internal and external.

Keywords: renewable energy; audiovisual; vídeo; longform; sustainability.

1 INTRODUÇÃO

O audiovisual é um meio de comunicação composto por elementos visuais e sonoros, ou seja, que pode ser vista e ouvida ao mesmo tempo. Segundo a Agência Nacional do Cinema (Ancine) divulgou, no Observatório do Cinema e do Audiovisual (OCA), um estudo com dados relativos ao valor arrecadado pelo Setor Audiovisual, entre 2015 e 2018. Em 2018, a rentabilidade do setor foi de R\$ 26,7 bilhões. O audiovisual ocupa a quinta posição no ranking das atividades economicamente mais relevantes do país, superando as indústrias farmacêutica, têxtil e de equipamentos eletrônicos.

Em geral, muitas pessoas preferem acessar conteúdos audiovisuais pela facilidade de entendimento e a praticidade que eles oferecem. Isso só é possível por meio da possibilidade de combinar o videografismo com imagens e ainda a narração de um apresentador.

O objetivo deste relatório técnico-científico é apresentar o processo de desenvolvimento de uma produção audiovisual que retrata sobre a energia solar, seu uso e benefícios, além do processo de instalação. Além disso, é possível compreender a respeito da *longform*, um formato que trabalha a multimídia, entregando conteúdos em vídeo, foto, áudio e texto em reportagens na web. Vale lembrar que o material jornalístico produzido faz parte de uma edição da Prisma dedicada a sustentabilidade, na qual cinco temáticas serão apresentadas na seção especializada do site da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais da Unoeste.

Para se tratar destes temas serão utilizadas referências de autores que dominem esses conteúdos, para que seja possível compreender por meio de fundamentos teóricos sobre audiovisual e *longform*.

2 CONTEXTO INVESTIGADO

O projeto do sexto termo de Jornalismo está sendo desenvolvido para a produção de uma *longform*, que se trata de uma grande reportagem multimídia,

composta por textos longos, com mais de 10 mil palavras, e uma grande quantidade de conteúdo em diversos formatos, como: texto, foto, vídeo e áudio. Um grande marco e modelo de *longform* é a reportagem "Snowfall", publicada no ano de 2012 pelo jornal *The New York Times*.

De acordo com Gomes (2018, p. 50):

Podem ser considerados como LongForm os conteúdos que utilizam recursos multimídia para dar vida às antigas reportagens impressas num movimento que vai contra a corrente dos formatos fragmentados que ficaram tão populares nos portais e sites noticiosos, assim como nas mídias não tradicionais, como blogs e redes sociais.

Essa “nova vertente” do jornalismo, permite que seja possível trabalhar a multimídia, trazendo maior proximidade e aprofundamento do leitor com o conteúdo. De acordo com o artigo ‘Tecnologia a serviço da informação’, escrito pelo jornalista, Iuri Barbosa (2013), para o Observatório da Imprensa, “a possibilidade de se unir várias linguagens resgata, de certa forma, a grande reportagem, além de reconciliar a geração midiática”.

Para Longhi e Winkes (2015, p.113), “o texto longo se destaca não apenas pelo formato, mas também pela apuração, contextualização e aprofundamento. Textos com essa característica propõem uma leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma”.

Dentro do modelo de reportagem *longform*, este relatório tem como foco apresentar o processo de desenvolvimento e a fundamentação da produção audiovisual desenvolvida para o projeto.

3 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Para trabalhar com o tema ‘Energias renováveis’, especificamente sobre energia solar, o formato escolhido pelo grupo foi o audiovisual, tendo como objetivo trazer dinamicidade e chamar a atenção do leitor da *longform*.

O vídeo permite que as pessoas vejam e ouçam sobre o conteúdo, de modo mais simples de ser entendido dentro de uma plataforma que contará com diversos

formatos. Assim, tratando-se de um mesmo assunto dividido em subtemas, o audiovisual muitas vezes ganha destaque por sua facilidade de interpretação.

É importante pontuar que o audiovisual faz parte do cotidiano da maioria das pessoas, muitos preferem assistir a um noticiário a ler um jornal, por exemplo, isso porque as informações podem ser entregues até mesmo em tempo real, no local do fato. Hoje, são inúmeros os meios que permitem o contato mais próximo com a linguagem audiovisual, muitos jornais são transmitidos pelo YouTube, assim como diversos sites de notícias também trabalham com a publicação de vídeos.

Sobre isso, Nogueira (2018) destaca que:

Diferentemente do que acontecia no passado, as produções noticiosas que se valem da linguagem audiovisual na atualidade tendem a se espalhar pelas redes conectadas, ampliando a visibilidade conquistada através do meio tradicional, agregando distintas possibilidades de conversação e alterando as formas de consumo.

Assim, é possível perceber que na atualidade os produtos audiovisuais estão presentes em inúmeras plataformas, assim como já citado. Sendo possível que na *longform* esse formato se destaque em meio aos demais. De acordo com Longhi (2010 p.156):

A maior parte dos especiais multimídia são amplas coberturas temáticas, com uma gama de aproximações e formatos narrativos dentro da grande estrutura possibilitada pelo Flash: em muitos casos, ao lado das informações textuais, há possibilidade de ver e ouvir entrevistas em vídeo e áudio, depoimentos, além de slide-shows e infográficos.

4 MATERIAIS E MÉTODOS – PROPOSTA

Para o desenvolvimento do formato (vídeo), o grupo primeiramente desenvolveu uma pauta com todo o planejamento para as gravações, destacando os pontos a serem abordados, enquadramentos de câmera e definição de entrevistados. Após passar por aprovação, foi dado início ao desenvolvimento do audiovisual.

A primeira gravação foi realizada no Campus II da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), especificamente na usina solar (que é considerada a maior do

372

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



país), com a filmagem das placas fotovoltaicas, além da entrevista com um engenheiro eletricista, que explicou sobre os benefícios desse tipo de energia, além de como funciona.

A segunda gravação foi realizada em uma empresa especialista em placas de energia solar, neste momento o grupo entrevistou o sócio-proprietário do estabelecimento, que pontuou sobre todo o processo, desde a contratação até a instalação.

Por fim, a terceira e última entrevista foi feita na residência de uma pessoa que faz uso de energia solar. Desta vez, o intuito foi perceber os motivos que o levaram a adotar esse tipo de energia, além de quais são os principais benefícios que receberam.

As gravações internas e externas foram feitas com a variação de planos, sendo eles: grande plano geral, plano americano, plano médio e plano detalhe.

Grande plano geral – foi utilizado para fazer a cena das placas presentes na universidade, o plano é bem aberto e busca mostrar ao espectador a referência geográfica da cena, ou seja, a cena em um todo.

Plano médio - foi utilizado para enquadrar os entrevistados durante a realização das entrevistas. O plano enquadra o personagem da cintura para cima.

Plano detalhe – utilizado para evidenciar os detalhes das placas fotovoltaicas. O plano detalhe tem como objetivo evidenciar detalhadamente o objeto ou pessoa específica.

Após finalizar as filmagens, foi dado início a edição, que foi realizada no período de dois dias, na ilha de edição da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais. Em seguida, o material já editado passou por análise e correção da professora responsável pela disciplina de Vídeo na web, Thaisa Bacco, que pontuou algumas mudanças a serem feitas no produto.

5 RESULTADOS OBTIDOS

A produção audiovisual desenvolvida para uma *longform* que estará presente no site Prisma, da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), teve início

373

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



com a apresentação de imagens das placas de energia solar fotovoltaicas, presentes no Campus II da Unoeste, com uma trilha sonora de fundo. Posteriormente, um engenheiro eletricitista explica o que é esse sistema de energia solar e como ele funciona.

Em seguida, o engenheiro continua dissertando, desta vez, destacando os principais benefícios da utilização das placas. Após as explicações do profissional, é inserida uma gravação em off, na qual apenas a voz da repórter é exibida, falando sobre os dados a respeito da usina da Unoeste e, enquanto ela fala, esses dados são exibidos na tela, em videografismo.

Logo depois, o sócio-proprietário de uma empresa de energia solar explica sobre como é o processo de instalação das placas, desde a contratação até elas serem colocadas no local. Posteriormente, uma pessoa que possui esse tipo de energia em casa fala sobre o porquê de ter decidido instalar e sobre quais foram as mudanças perceptíveis.

O produto foi desenvolvido a partir da produção de imagens em diferentes planos, como por exemplo, as placas da usina solar da Unoeste, foram gravadas em grande plano geral e em plano de detalhe. Já as entrevistas foram produzidas em plano médio.

Ao todo o vídeo possui quatro minutos e 35 segundos de duração, sendo finalizado com informações a respeito de algumas possíveis desvantagens ao se obter placas de energia solar em residências ou empresas, além de destacar os valores aproximados de investimento.

6 CONTRIBUIÇÕES SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E MERCADOLÓGICAS

Assim como destacado por Nogueira no decorrer deste relatório, a dinamicidade das tecnologias atuais e os conteúdos audiovisuais têm maior tendência a serem compartilhados nas redes, gerando assim, maior visibilidade aos conteúdos disponíveis na web.

Dessa forma, vendo como foram feitas as gravações, com entrevistados diferentes, pode-se perceber que o uso de placas de energia solar aumentou ao

374

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:



decorrer do tempo. Sendo assim, o produto audiovisual desenvolvido é uma ferramenta que possibilita visualizar com facilidade os dados apresentados sobre o tema, por meio de videografismos, explicações de profissionais e opinião de usuário.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Iuri. Tecnologia a serviço da informação. **Observatório da Imprensa**, Alto Araguaia, Mato Grosso, 2013. Disponível em:

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/ed772_tecnologia_a_servico_da_informacao/. Acesso em: 26 out. 2021.

GOMES, Nicole de Santana. **O longform como alternativa ao microconteúdo na produção de materiais didáticos para m-learning**. 138 f. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2018. Disponível em:

http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/29508/3/DISSERTA%C3%87%C3%83O_O%20ongForm%20como%20alternativa%20ao%20microconte%C3%BAdo%20na%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de%20materiais%20did%C3%A1ticos%20para%20m-learning.pdf. Acesso em: 28 out. 2021.

LONGHI, Raquel Ritter. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. **Estudos em Comunicação**, v. 2, n. 7, p. 149-161, maio, 2010. Disponível em:

<http://ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2021.

LONGHI, Raquel Ritter; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, p. 110-127, set. 2015. DOI 10.25200/BJR.v11n1.2015.693. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/332773870_O_lugar_do_longform_no_jornalismo_online_Qualidade_versus_quantidade_e_algumas_consideracoes_sobre_o_consumo. Acesso em: 26 out. 2021.

NOGUEIRA, Leila. A noticiabilidade a partir do audiovisual: da mídia tradicional à recirculação em redes sociais digitais. **Revista Observatório**, v. 4, n. 4, p. 445-467, jun., 2018. Disponível em:

<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5500>.

Acesso em: 28 out. 2021.

MIGRAÇÃO PARA REGIME DE TELETRABALHO: UMA ANÁLISE DOS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID-19 EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

MIGRATION FOR TELEWORKING: AN ANALYSIS OF THE EFFECTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Otávio Barbosa Farias Bispo
otaviobarbosa98@outlook.com
Business School Unoeste

Daniel Ferreira Marini
danielmarini1@hotmail.com
Business School Unoeste

Lechan Colares-Santos
lechan@unoeste.br
Business School Unoeste

RESUMO:

No início de 2020 uma pandemia causada pelo novo corona vírus afetou de forma significativa as rotinas das faculdades, dos centros universitários e das universidades brasileiras. A maior parte das instituições migrou para regime de *Home Office*. Ao mesmo tempo, precisaram buscar soluções que suavizassem os efeitos da crise na rotina de alunos, professores e colaboradores. Desta forma o objetivo deste estudo foi identificar e analisar as maiores dificuldades do corpo docente de instituições de ensino superior ao adotar o regime de teletrabalho em decorrência da pandemia. A presente pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, os dados foram coletados por meio de *survey* e teve como auxílio o questionário eletrônico. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva. Os resultados apontam que a maior dificuldade na migração para o regime de teletrabalho, ou seja, na migração do ensino presencial para o ensino remoto reside nas reclamações dos alunos em acompanharem as aulas, em virtude de alterações na metodologia de ensino, no cronograma disponibilizado pelas instituições e no fornecimento de máquinas e equipamentos aos teletrabalhadores.

Palavras-chaves: teletrabalho; teoria da agência; instituições de ensino; Covid-19.

In early 2020, a pandemic caused by the new corona virus significantly affected the routines of Brazilian colleges, university centers and universities. Most institutions migrated to the Home Office regime. At the same time, they needed to seek solutions that mitigate the effects of the crisis on the routine of students, teachers and employees. In this way, the objective of this study was to identify and analyze the greatest difficulties of the faculty of higher education institutions when adopting the telework regime as a result of the pandemic. The present research adopted a quantitative approach, the data were collected through a survey and the electronic questionnaire was used as an aid. Data were analyzed using descriptive statistics. The results indicate that the greatest difficulty in migrating to the telework regime, that is, in migrating from face-to-face teaching to remote teaching, lies in the complaints of students to follow classes, due to changes in the teaching methodology, in the schedule provided by the institutions and in the supply of machines and equipment to teleworkers.

Keywords: telework; agency theory; educational institutions; Covid-19.

376

Encontro Científico de Ciências Administrativas (ECCAD) – ISSN 2674-8304 – Volume 4, Número 2 - 2021

Parceiros:

