revistavox.metropolitana.edu.br
número 08 - fevereiro/2023
ISSN 2674-8673

REVISTA CIENTÍFICA

REVISTA VOX METROPOLITANA

FACULDADE METROPOLITANA

Foto por Rommenigy Rocha

FICHA CATALOGRÁFICA

Revista Vox Metropolitana [Recurso eletrônico] / Faculdade Metropolitana da Grande Recife. - n. 08 - Jaboatão dos Guararapes: FMGR, 2022.

Semestral
ISSN: 2674-8673
Disponível em: https://revistavox.metropolitana.edu.br

1. Produção acadêmica - Periódicos. 2. Faculdade Metropolitana da Grande Recife. I. Título

Este obra está licenciado com uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional.

APRESENTAÇÃO

A **Revista Vox Metropolitana** é uma publicação semestral da F**aculdade Metropolitana da Grande Recife (FMGR)** voltada para a publicação de trabalhos acadêmicos por parte de professores e alunos dos cursos de graduação e pós-graduação desta e de outras instituições de ensino.

A **Revista Vox Metropolitana** está aberta para publicações de artigos originais ou de revisão, e relatos de experiências no formato de artigo científico.

Sua natureza apresenta foco multidisciplinar, publicando trabalhos diversos e resultados de pesquisas realizadas nas mais diversas áreas da ciência.

Revista Vox Metropolitana

https://revistavox.metropolitana.edu.br
revistavox@metropolitana.edu.br

Faculdade Metropolitana da Grande Recife

Av. Barreto de Menezes, 809, Piedade
Jaboatão dos Guararapes/PE
CEP: 54.410-100
Fones: 0800 500 0500 (81) 2128-0500
Site: www.metropolitana.edu.br
Redes Sociais: instagram.com/fmgrecife

CORPO EDITORIAL

Editor Chefe

- Arandi Maciel Campelo

Conselho Editorial

- Anderson Dacal Rocha (Diretor Financeiro)
- Arandi Maciel Campelo (Diretor Acadêmico)
- Eronildo Ferreira do Carmo (Revisor - gramatical)
- Julio Miranda Vidal (Secretario Ejecutivo Consultivo Empresarial de la Escuela de Negocios / Universidad Mayor/Chile)
- Manoel Monteiro Neto (Diretor Geral)

Comissão Editorial

- Arandi Maciel Campelo (Diretor Acadêmico)
- Carlos Augusto da Silva Cavalcanti (Coordenador da Escola de Direito)
- Erinaldo Ferreira do Carmo (Docente Convidado da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE)
- Eronildo Ferreira do Carmo (Revisor - gramatical)
- Fábio José de Araújo Pedrosa (Docente Convidado da Universidade de Pernambuco - UPE / Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP)
- Gleydson Rocha de Souza (Coordenador da Escola de Saúde / Coordenador do Núcleo de Educação a Distância)
- Hermes Magalhães Junior (Coordenador da Escola de Gestão / Coordenador da Escola de Engenharia)
- João Biron de Oliveira Filho (Coordenador de Pós-graduação)
- Julio Miranda Vidal (Secretario Ejecutivo Consultivo Empresarial de la Escuela de Negocios / Universidad Mayor/Chile)
- Renata Eduarda Silva de Andrade Farias (Secretária Acadêmica)
- Josivania da Silva Lopes Travassos (Coordenadora da Escola de Ensino)

A EXTRAJUDICIALIZAÇÃO NO DIREITO BRASILEIRO: CONFLITOS DE INTERESSE ENTRE CARTÓRIO E A SOCIEDADE – A REALIDADE DO USUCAPIÃO (ADMINISTRATIVO)

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p01

Eduardo Pessoa Crucho Cunha[1]
Sidney Oliveira Silva[2]

RESUMO

A extrajudicialização no direito brasileiro aborda os conflitos de interesse entre cartório e a sociedade. Um conflito no dia a dia pode ser resolvido na prática com a ajuda do cartório, podendo ser peça chave na desjudicialização, levando ao conhecimento da sociedade todas as ferramentas necessárias ao extrajudicial. Pode ser utilizada no litígio comum no meio social atual e deve estar presente para levar celeridade e segurança jurídica para aqueles que necessitam. Cabe ao poder público, em geral, fazer com que este tema faça valer sua perspectiva na sociedade, firmando parcerias com as entidades privadas, pois fica claro que a sociedade não está aquém do direito sobre sua inclusão junto ao extrajudicial. O que se pode ver é que quanto mais direito para a sociedade, mais ela se afasta por não ter conhecimento ou falta de divulgação, tendo a dignidade de ter um simples imóvel registrado em cartório competente, sendo tarefa difícil no Brasil, mesmo com normas objetivas para o cidadão.

Palavras-chave: Extrajudicialização no direito brasileiro. Cartório e sociedade. Conflitos de interesses. Usucapião extrajudicial.

Data de submissão: 10/08/2022
Data de aprovação: 30/09/2022

ABSTRACT

Extrajudicialization in Brazilian law addresses conflicts of interest between notary and society. A day-to-day conflict can be resolved in practice with the help of the registry office, which can be a key player in dejudicialization, making society aware of all the tools necessary for extrajudicial proceedings. It can be used in common litigation in today's social environment and must be present to bring speed and legal security to those in need. It is up to the public power, in general, to ensure that this issue asserts its perspective in society, establishing partnerships with private entities, as it is clear that society is not short of the right to its inclusion in extrajudicial matters. What can be seen is that the more rights for society, the more it moves away due to lack of knowledge or lack of disclosure, having the dignity of having a simple property registered with a competent notary, a difficult task in Brazil, even with objective norms for the citizen.

Keywords: Extrajudicialization in Brazilian law. Registry and society. Conflicts of interest. Extrajudicial encroachment.

[1] Professor orientador do curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail:eduardocruchoprof@gmail.com
[2]Estudante do curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: sidney1054@hotmail.com

INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda o tema da extrajudicialização no direito brasileiro, enfatizando os conflitos de interesses entre cartório e a sociedade, comentando, ainda, a realidade da usucapião. A pesquisa de campo foi realizada no Cartório do 2º Oficio de Notas e Protesto do Jaboatão dos Guararapes, localizado nesta Cidade.

O tema escolhido tem o objetivo de mostrar a facilidade do acesso aos Cartórios diversos para requerer alguns direitos, e como não estão ao alcance de todas as classes sociais, mostrando soluções ou tentativas de melhorar este acesso para toda a sociedade**.**

EXTRAJUDICIALIZAÇÃO NO DIREITO BRASILEIRO

Houve um grande avanço no direito brasileiro, com agilidade aos litígios gerados na sociedade, pela extrajudicialização. Trata-se de um procedimento judicial que consiste em um fenômeno recente no direito brasileiro em que o legislador busca desafogar o poder judiciário, trazendo a competência para procedimentos de menor complexidade, que não demandem julgamento de mérito ou sejam de jurisdição voluntária, para o foro. Pode-se se dizer que "[...] os atos extrajudiciais são grandes aliados da solução consensual dos conflitos e da pacificação social". (NASCIMENTO, 2020, p. 17).

É provável que a atividade notarial seja uma instituição que antecede a própria formação do Direito e do Estado, (RODRIGUES; FERREIRA, 2013, p. 18), surgindo assim os notários e registradores, pois a necessidade de documentar e registrar certos fatos da vida, das relações e dos negócios deve ter propiciado o surgimento de pessoas que detinham a confiança dos seus pares para redigir os negócios, já podendo ser considerados processos extrajudiciais. "A substituição da "cultura do litígio" pela "cultura do consenso" é fundamental para a solução rápida dos conflitos sem a utilização desnecessária do poder judiciário." (NASCIMENTO, 2020, p. 14). "A origem dos Cartórios no Brasil advém do período colonial, logo no início da colonização, com as capitanias hereditárias, no qual os agraciados com porções de terras foram incumbidos de nomear Tabeliães." (CÉSAR, 2019, p. 01).

Quem poderia exercer este papel, no caso com os cartórios já existentes no país, com o passar do tempo, além de lavrar escrituras, registrar pessoas dentre outros serviços afins, veio a participar da extrajudicialização ou desjudicialização dos processos judiciais que se abarrotavam nas dependências de todo território nacional. Assim, os cartórios foram autorizados a solucionar conflitos que poderiam se somar aos processos já inclusos no poder judiciário. Desta forma, o tabelião ou registrador goza de fé pública na forma da lei.

Em 1979 surgiu uma grande novidade: a lei nº. 6.766/79, art. 38, §1º e 4º, como um dos primeiros conflitos tratados extrajudicialmente, abordando sobre depósito e notificação junto ao RGI. Mas só após a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 236 (BRASIL, 1988) e a lei nº 8.935/94 (BRASIL, 1994), os serviços notariais e registrais são exercidos em caráter privado por delegação do poder público.

Com o avanço da desjudicialização advieram várias outras leis de suma importância como a lei 11.441/2007, realizando a separação, divórcio e inventário na esfera administrativa. (BRASIL, 2007). Com a criação da lei nº. 13.105/2015 foi adicionado aos Cartórios extrajudiciais o direito de lidar com os temas como Ata Notarial, se fazendo prova em processos e usucapião administrativo, surgindo como uma revolução aos processos civis no extrajudicial. Nunca se havia imaginado no Brasil se realizar um divórcio em até 24 horas da data de entrada no processo administrativo. Assim, tudo isto foi possível com segurança jurídica dada aos serviços extrajudiciais, com a lei nº.8.935/94, que permitiu maior altivez do funcionamento das serventias, com a criação de regramento próprio para assumir as suas funções de prestar serviço ao público em geral, merecendo destaque o reconhecimento de que os notários e registradores hoje prestam concurso público realizado pelo Tribunal de Justiça competente de cada estado. Além das normas já citadas existem ainda os provimentos e resoluções do CNJ e Tribunais Estaduais que levam regramento de direitos e deveres aos serviços extrajudiciais como o provimento nº. 73, de 28 de junho de 2018 do CNJ, que trata sobre averbação do prenome e do gênero, no registro de nascimento e casamento de pessoas transgênero no Registro Civil e o provimento nº 82, de 03 de Julho de 2019 do CNJ, que versa sobre a averbação no registro de nascimento e no de casamento dos filhos, da alteração do nome do genitor e outras providências para averbação. O legislador, junto com o poder judiciário, ainda continuam tentando buscar soluções para dar mais celeridade aos conflitos jurídicos no Brasil, tentando dispor de meios para melhorar os serviços, inclusive com projeto de lei em processo de análise no congresso nacional. Nesse mesmo sentindo, tem-se o Projeto de Lei 5.243/2009, de autoria do deputado Alex Canziani, o qual prevê a realização da arbitragem por notários e registradores.

> A justificativa para tal mudança é a mesma, ou seja: desburocratização e desjudicialização. Em função da deficiência de nosso Judiciário, na demora em prolatar sentenças devido ao acúmulo de processos é que se busca nas serventias notariais e de registro, alguma esperança. (BRASIL, 2009, p. 01).

CARTÓRIO E SOCIEDADE: CONFLITOS DE INTERESSES

Os registradores e notários hoje são, obrigatoriamente, por lei, profissionais do direito. Esta prática só foi determinada após a criação da lei 8.935/94 em seu Art.14, inciso V (BRASIL, 1994), e respondem civil e penalmente pela sua conduta e dos seus prepostos, sendo fiscalizados pela corregedoria do Tribunal de Justiça do seu estado. Os emolumentos são pagos na modalidade de uma guia de recolhimento de taxas extrajudiciais, podendo até ser incluídas outras dentro da mesma guia, como por exemplo o ISS (Imposto Sobre Serviços), competindo aos estados da federação legislar sobre o aumento de emolumentos em cartórios através de lei complementar de cada ente, ou seja, em média 70% do valor pago pelo cliente fica com a serventia, e a outra parte será divido entre o tribunal competente e os fundos dos cartórios, incluindo o fundo para a gratuidade.

Estão de um lado os "donos" das serventias e do outro lado a sociedade "hipossuficiente" e, entre eles, as leis e o advogado que será o grande mediador destes conflitos. Para a sociedade isto é sinônimo de gasto desnecessário e burocracia, e para o advogado é um mal que veio para o bem. Com isto o estado disciplina através de legislações para desafogar o poder judiciário, mas se esquece dos custos processuais do serviço extrajudicial, que não está ao alcance de toda sociedade. Nóbrega (2020, p. 28) diz que "Para o ordenamento jurídico brasileiro, o acesso à justiça é um princípio constitucional extraído do texto normativo do inciso XXXV, do artigo 5ª da CF/88, o qual afirma que […] A lei não excluirá da apreciação do poder judiciário lesão ou ameaça a direito." A esse respeito, Chaves (2010) diz que

> Os serviços notariais e de registros estão presentes, praticamente, em todas as fases da vida de um ser humano. Possivelmente, no decorrer da vida, o indivíduo recorrerá às serventias notariais e de registros mais de uma vez. Desde o nascimento até a morte, é necessário se dirigir a uma serventia de registro; até mesmo quando se adquire um imóvel ou quando se almeja declarar relações jurídicas também será prudente ir até um tabelionato de notas. Ou seja, qualquer relação privada que se tenha em mente, poderá atuar o tabelião ou registrador. (CHAVES, 2010, p. 01).

Aos notários e registradores não cabe só seguir os princípios do direito notarial e registral. Não basta só realizar as demandas do cidadão, mas também instruir para se valer do direito, como por exemplo uma outorga de uma procuração, para que serve, quanto tempo de validade, se pode substabelecer, se pode haver vedação de poderes. É assim que os serviços devem ser prestados para chegar a uma excelência demandada. As serventias são associadas a ANOREG/BR que fiscaliza a questão dos serviços prestados, qualidade, agilidade e presteza, motivando e premiando com selos de qualidade as serventias extrajudiciais.

Existe uma grande dificuldade do alcance dos serviços por uma boa parcela da sociedade hipossuficiente (pobres na forma da lei), que tem seu amparo legalmente na C/F de 1998, artigo 5º, inciso LXXIV, onde cita que "o estado prestará assistência jurídica integral e gratuita aos que comprovarem insuficiência de recursos". (BRASIL, 1998, p. 50). Existe uma resistência por parte dos cartórios em aceitar o alcance desta garantia, conforme cita Casanova (2017):

> Eis que o alvo da gratuidade é o serviço com natureza forense e não a entidade que efetivamente o fornece ao utente. Com efeito, o serviço público de natureza forense, ao migrar, em parte, para os Cartórios Extrajudiciais, continua circundado pelas mesmas prerrogativas de acesso, tais como a representação por advogado e concessão da gratuidade para os hipossuficientes. A título de argumentação, seria de duvidosa constitucionalidade a lei que viesse tolher dos hipossuficientes a gratuidade dos serviços com natureza forense, quando prestados pelos Cartórios Extrajudiciais. (CASANOVA, 2017, p. 01).

A presença do advogado nas escrituras para serviços extrajudiciais como inventário, divórcio e usucapião é obrigatório, e a sua ausência causa a nulidade do ato. As partes devem contratar advogados regularmente habilitados na OAB, segundo a sua confiança, para que lhe assista e preste todas as informações jurídicas atinentes, sendo assim como este serviço poderá chegar a sociedade em geral sem custos algum? (RORDIGUES; FERREIRA, 2013, p. 249).

USUCAPIÃO EXTRAJUDICIAL (ADMINISTRATIVO): LEGISLAÇÃO BRASILEIRA E SEUS DESAFIOS

No Brasil, hoje, existem duas formas de se requerer a usucapião na via judicial ou extrajudicial. É o instituto pelo qual se adquire a propriedade ou outros direitos reais pelo exercício da posse prolongada no tempo, advinda de legislação, podendo ter como objeto bens móveis ou imóveis. A legislação brasileira se ampara na C/F, em seu art. 183, ininterruptamente e sem oposição, utilizando-a para sua moradia ou de sua família, adquirindo o domínio, desde que não seja proprietário de outro imóvel urbano ou rural. (BRASIL, 1998). Além das formas de aquisição da propriedade previstas no Cap. II, Título III, artigos 1.238 e seguintes do C/C, há a possibilidade da usucapião como forma originária de aquisição do bem imóvel, estabelecidas nas seguintes modalidades: 1. Extraordinária (CC, art. 1.238); 2. Ordinária (CC, art. 1.242); 3. Especial Urbana (CF, art. 183 e CC, art. 1.240); 4. Especial Rural (CF, art. 191 e CC, art. 1.239); 5. Coletiva (Estatuto da Cidade, art. 10); 6. Especial Familiar (CC, art. 1.240-A); 7. Indígena (art. 33 do Estatuto do Índio) e a lei dos registros públicos de nº. 6.015, de 31 Dezembro de 1973 no artigo 216-A, que foi alterada pelo artigo 1.071 do Novo Código de Processo Civil. Conforme citação de Albuquerque Junior (2015):

> O usucapião extrajudicial será requerido pelo interessado ao registrador de imóveis da situação do bem. A ele compete conduzir o procedimento administrativo que levará ao registro do usucapião, se forem provados os seus requisitos legais e não houver litígio. A escolha pela via extrajudicial cabe à parte, que poderá optar por deduzir o seu pedido em juízo se assim preferir, ainda que não haja litígio. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2015, p. 01).

Uma vez feito o pedido via extrajudicial, junto ao cartório competente, de acordo com o §9º do artigo 1.071 do CPC de 2015, a rejeição do pedido extrajudicial não impede o ajuizamento de ação de usucapião. (BRASIL, 2015). Se o pedido for rejeitado em razão do não preenchimento de todos os requisitos, a via judicial ainda é possível, uma vez que nada pode ser retirada da apreciação do Poder Judiciário. A legislação é dinâmica junto com os cartórios, mas não só depende deste, pois existem outros interessados. Vale dizer que este instituto escapa da regra geral da reserva de jurisdição, na medida em que a prescrição aquisitiva é oficialmente reconhecida por meio de ato de natureza não jurisdicional. (GAGLIANO; PAMPLONA FILHO, 2017, p. 1014). Conforme Albuquerque Junior (2015):

> Se qualquer das partes interessadas apresentar impugnação, o registrador remeterá os autos ao juízo competente, para apreciação. Nesse caso, cabe a emenda da inicial, para ajustá-la às exigências do processo judicial. Se a documentação é insuficiente e o requerente não se conformou com as exigências formuladas, pode requerer a suscitação de dúvida (Lei de Registros Públicos, artigo 198), para que o juiz decida, no âmbito administrativo. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2015, p. 01).

Na prática, o primeiro passo é se dirigir ao cartório de notas do município onde estiver localizado o imóvel usucapiendo para fazer uma ata notarial, na qual deverá constar a declaração do tempo de posse do interessado e da inexistência de ação possessória ou reivindicatória envolvendo o respectivo imóvel. Posteriormente o interessado, representado por advogado, deverá apresentar a ata notarial e os demais documentos necessários ao registro de imóveis competente. Segundo Albuquerque Junior (2015), se não há impugnação ou nota devolutiva desatendida, caberá ao registrador apreciar o pedido. A decisão do registrador pressupõe a qualificação, atividade administrativa vinculada privativa de profissional do direito em que são examinados os títulos apresentados ao registro e verificado o preenchimento dos requisitos legais do ato registral, no procedimento de usucapião extrajudicial. Se a qualificação for positiva, o oficial procederá ao registro da aquisição do direito real na matrícula. Se o imóvel não for matriculado, efetuará a abertura da matrícula e o registro. Se negativa, terá de fundamentar a decisão, indicando quais dos requisitos legais não foi atendido. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2015, p. 01).

Existe todo um conhecimento técnico por parte do oficial registrador, pois aos seus olhos ou dos seus prepostos cabem analisar toda a documentação apresentada pelo requerente

juntamente com seu advogado legalmente habilitado nos termos das escrituras. A esse respeito Paiva (2015) diz que

> O novo instrumento extrajudicial admite todas as espécies de usucapião, previstas em lei e no Código Civil, a partir do artigo 1.238, salvo disposição legal em contrário. Uma das exceções legais é a usucapião administrativa, caracterizada no processo de Regularização Fundiária de Interesse Social (Lei 11.977/2009), tendo em vista existir procedimento específico para este tipo de regularização. (PAIVA, 2015, p. 10).

Assim, uma modalidade de usucapião que poderia diminuir o déficit habitacional do país seria na modalidade coletiva, pois além de atender às funções públicas de habitação, se tornaria economicamente mais atraente para os requerentes, pois o custo seria rateado entre todos. Segundo Zandonai (2019):

> A usucapião coletiva está prevista no art. 10 da Lei 10.257/01 (Estatuto da Cidade), podendo ser concedida em núcleos urbanos cuja área total dividida pelo número de possuidores seja inferior a duzentos e cinquenta metros quadrados para cada um destes, bem como que estejam na posse do imóvel há mais de cinco anos pacificamente, além da exigência de que os possuidores não sejam proprietários de nenhum outro imóvel rural ou urbano. (ZANDONAI, 2019, p. 01).

Assim, a usucapião na modalidade administrativa deve ser mais divulgado e legislado em prol da coletividade, ou seja, de modo que o acesso deste meio que veio para ficar chegue ao alcance de todos, produzindo atrativos que se adequem com os serviços já prestados e requeridos nos cartórios. Albuquerque Junior (2015) diz que

> Sem prejuízo de possíveis e legítimas críticas a algumas das opções do legislador, o procedimento extrajudicial parece estar apto a atribuir solução mais ágil e eficiente ao usucapião consensual e a se tornar um instrumento tão útil quanto o inventário, o divórcio e a retificação são desjudicializados, contribuindo para legalizar situações consolidadas e promover regularização fundiária. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2015, p. 01).

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste artigo consiste na extrajudicialização no direito com os conflitos entre cartórios e sociedade.

Com este artigo pretende-se demonstrar a realidade da sociedade para obter, junto aos cartórios extrajudiciais, os serviços elencados em nosso ordenamento jurídico, apresentando com compreensão nos reflexos legais, sendo propostos da seguinte forma:

a) Identificar quais são os meios legais para se chegar ao direito adquirido;
b) Identificar quando poderá alcançar este direito;
c) Confrontar o poder público ao agir sobre a sociedade;
d) Analisar de forma abrangente a legalidade do extrajudicial no direito;

e) Propor soluções para que a sociedade tenha no extrajudicialismo a real celeridade no processo ao atingir todas as classes.

A pesquisa de campo foi realizada no Cartório do 2º Oficio de Notas do Jaboatão dos Guararapes[3], localizado na cidade do Jaboatão dos Guararapes, Estado de Pernambuco.

O campo investigativo foi composto por 20 funcionários, dos quais 05 responderam ao questionário proposto.

O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliográfica e de Campo;

b) Quanto à finalidade: Aplicada;

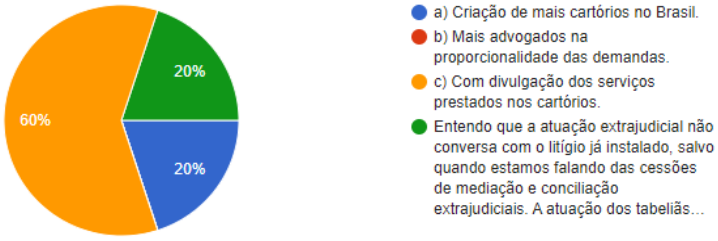
c) Quanto ao método de análise: Propositiva;

d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

A pesquisa de campo foi realizada através da utilização de um questionário semiaberto, constante no apêndice deste artigo.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

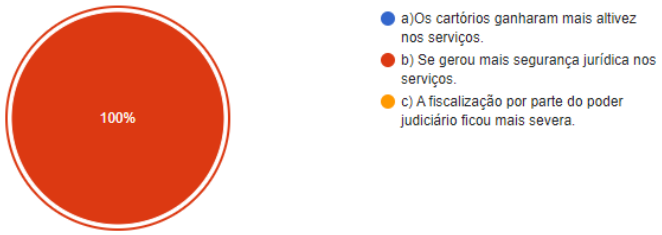
1. **Como o extrajudicialismo trouxe um grande avanço ao direito brasileiro com agilidade aos litígios gerados na sociedade?**



60% dos entrevistados concordam com a divulgação dos serviços prestados pelos cartórios e se tornaram um grande avanço no direito brasileiro, concordando com o papel dos cartórios no processo de desamontoar as varas processuais do país.

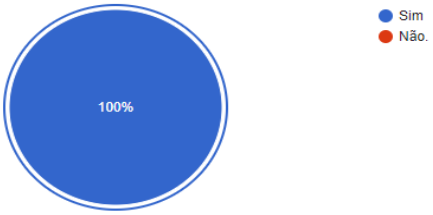
[3] Tendo o seu primeiro ato praticado em 20/08/1981, a 2° Serventia de Notas e Protesto de Jaboatão dos Guararapes, tem atualmente como tabeliã titular a Dra. Graziella Guerra Bacelete que foi aprovada em concurso público realizado pelo Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Pernambuco, recebendo a delegação em 07/12/2017. Tendo como objetivo principal garantir segurança jurídica aos que usufruem dos serviços ofertados pela Serventia (Cartório) com o escopo de aliar conforto e tecnologia em 02/03/2018 transferiu a sede da Serventia para novo endereço localizado na Av. Bernardo Vieira de Melo n°1346 no Bairro de Piedade, onde através de árduo trabalho e com relevante atenção e ênfase na legalidade, ética, honestidade e agilidade na obtenção de resultados desejados, sempre com o auxílio de sua equipe, conseguiu em pouco tempo colocar a 2ª Serventia de Notas e Protesto de Jaboatão dos Guararapes em lugar de destaque e servir como referência no cenário notarial estadual.

2. **Como ficaram os serviços notariais e registrais após a criação da lei 8.935/94?**



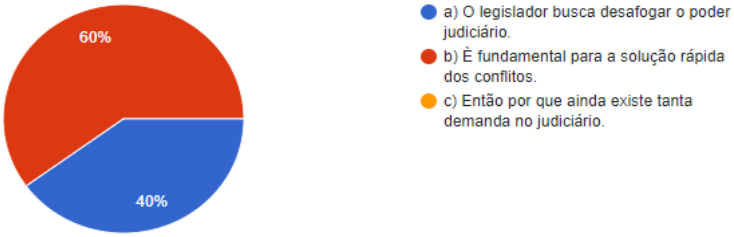
100% dos entrevistados afirmaram que com a criação da lei 8.935/94 que disciplina os serviços extrajudiciais, houve grande segurança jurídica para soluções de conflitos já que os registradores ou notários são dotados de graduação com bacharelado em direito.

3. **Na sua opinião o cartório que você trabalha oferece serviços de excelência?**



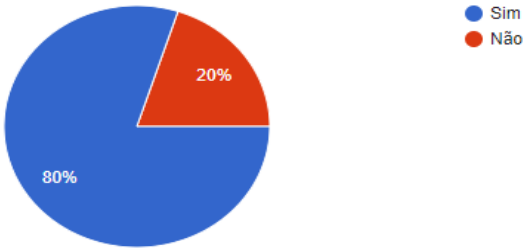
100% dos entrevistados concordaram que os serviços prestados pelos cartórios em geral é de excelência. Sendo assim, concordam com a lei 8,935/94, que deu mais profissionalismo ao serviço e abriu um leque nos serviços prestados.

4. **Na sua opinião os atos extrajudiciais são grandes aliados da solução consensual dos conflitos e pacificação social?**



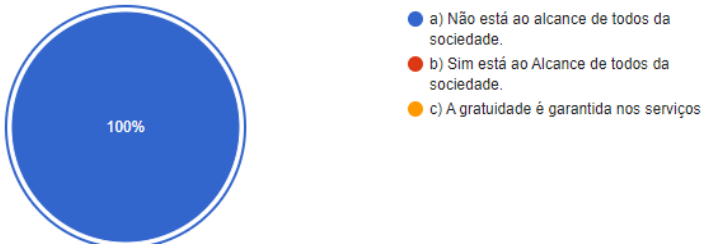
60% dos entrevistados afirmaram que o legislador busca desafogar o poder judiciário, através do extrajudicialismo. Tal afirmativa é compatível com a visão de Nascimento (2020), que afirmou nesse mesmo sentido, constatada em campo, quando cita que atos extrajudiciais podem ser considerados como aliados de soluções consensuais de conflitos correlatos.

5. Na sua opinião os serviços nos cartórios condizem com os valores cobrados nas taxas?



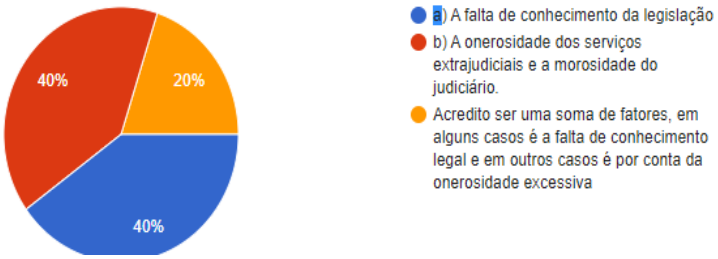
80% dos entrevistados foram enfáticos em dizer que os serviços cobrados condizem com os valores cobrados. Sendo assim, discordam com o gasto desnecessário descrito no texto. É um serviço ainda caro mesmo com o art. 98, §1º, I e IX, do novo CPC, que vela pela gratuidade nos serviços, mas está longe do alcance de todos. (BRASIL, 2015).

6. A sociedade no geral tem condições de arcar com os custos processuais do serviço extrajudicial?



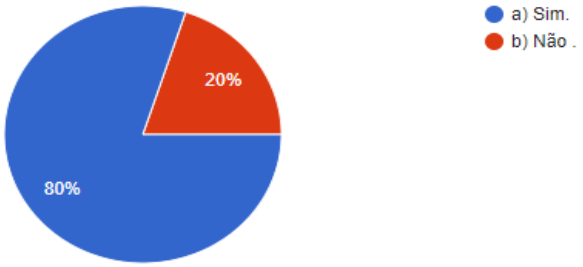
Todos os entrevistados foram enfáticos em concordar que não está ao alcance de todos da sociedade os serviços extrajudiciais, pois ainda há uma grande falta de esclarecimento na sociedade "hipossuficiente". Como diz Nóbrega (2020, p. 28) "Para o ordenamento jurídico brasileiro, o acesso à justiça é um princípio constitucional extraído do texto normativo do inciso XXXV, do artigo 5ª da CF/88, então ficou claro que a sociedade em geral continua excluída de direitos básicos".

7. Qual a dificuldade que a sociedade brasileira tem para requerer a usucapião na modalidade da via judicial ou extrajudicial?



Nesta questão, 40% opinaram sobre os valores dos serviços e outros 40% assinalaram a falta de conhecimento da legislação. 20% afirmam ser as duas coisas, pois a usucapião, na modalidade administrativa, deve ser mais divulgada e legislada em prol da coletividade, de modo que todos possam ter acesso a este meio que veio para ficar.

8. **Os cartórios estão preparados tecnicamente para esclarecimentos legais ao processo da usucapião?**

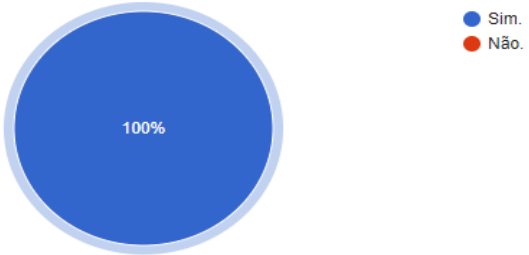


80% dos entrevistados confirmam que os cartórios tem competência técnica para dirimir sobre os processos da usucapião, ou seja, reconhecem a importância da lei 9.835/94, como também o trabalho do CNJ, corregedorias e associações que prestam a função de fiscalizar e motivar os tabeliães para um serviço de excelência.

9. **A usucapião, na modalidade extrajudicial (administrativo), deve ser mais divulgada e legislada em prol da coletividade?**

60% dos entrevistados enfatizaram um desconhecimento popular e falta de divulgação do poder público, mostrando que a sociedade ainda encontra uma grande desinformação legal dos seus direitos acessíveis em várias esferas, principalmente por via extrajudicial.

10. **A usucapião pode ser requerido para vários imóveis distintos em nossa legislação?**



100% dos entrevistados concordaram que a usucapião pode ser requerida para vários imóveis em nossa legislação. Como diz o poder público, pode ser concedida em núcleos urbanos cuja área total dividida pelo número de possuidores seja inferior a duzentos e cinquenta metros quadrados para cada um destes, bem como que estejam na posse do imóvel há mais de cinco anos pacificamente, além da exigência de que os possuidores não sejam proprietários de nenhum outro imóvel rural ou urbano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não se pode negar a relevância do tema sobre o extrajudicialismo no direito brasileiro junto aos conflitos de cartórios e a sociedade, com a realidade da usucapião. O artigo mostrou o quanto é importante uma divulgação por parte de todos os envolvidos na questão de soluções de conflitos mais céleres por parte do poder público em geral.

A pesquisa de campo elucidou que a sociedade precisa de um esclarecimento maior sobre seus direitos básicos, inclusive junto aos serviços pagos que podem ser absorvidos por gratuidade constitucional, para que possam alcançar uma maior dinâmica nas resoluções dos seus conflitos. Assim, chega-se à questão que não basta só legislação, mas um maior conhecimento por parte da sociedade em enxergar o meio extrajudicial como solução segura para sua demanda e não como solução onerosa.

Nessa perspectiva, é possível afirmar que os objetivos propostos neste artigo foram atingidos, pois foi mostrado o quanto ainda pode-se avançar em uma sociedade que possa ter seus direitos atendidos, principalmente no que se diz da moradia digna, ou seja, não só um simples teto, mas sim com a formalidade que a legislação permite, podendo chamar o imóvel de seu.

Diante do exposto é recomendável que políticas públicas sejam também voltadas para que se possa ter acesso da melhor forma possível junto ao poder público, principalmente aos serviços extrajudiciais, pois ficou provado ser mais célere e até mesmo mais barato do que se levar a sua demanda para a via judicial. Os cartórios podem contribuir muito para a sociedade em geral em nosso país.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JUNIOR, roberto paulino de. **O usucapião extrajudicial no novo Código de Processo Civil**. Revista consultor jurídico. 18 de mai. 2015.

BRASIL. Lei 1.071 de 16 de Março de 2015. Vade mecum especial Metropolitana. 3. ed. São Paulo: Thomoson Reuters Brasil, 2020.

_____. Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Vade mecum especial Metropolitana. 3. ed. São Paulo: Thomoson Reuters Brasil, 2020.

_____. Lei 6.015 de 31 de dezembro de 1973. Vade mecum especial Metropolitana. 3. ed. São Paulo: Thomoson Reuters Brasil, 2020.

_____. Lei 8.935/94 de 18 de Novembro de 1995. Vade mecum especial Metropolitana. 3. ed. São Paulo: Thomoson Reuters Brasil, 2020.

BRASIL. Constituição de 10 de Outubro de 1998. Vade mecum especial Metropolitana. 3. ed. São Paulo: Thomoson Reuters Brasil, 2020.

BRASIL. Lei nº 11.441 de 04 de janeiro de 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br. Acesso em: 14 de mar. 2022.

CANOVA, Jeferson Luciano. **A gratuidade dos serviços forenses prestados pelos cartórios de notas e de registro de imóveis**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 22, n. 5103, 21 jun. 2017.

CHAVES, Luisa Helena Cardoso. **A importância da função dos cartórios na desburocratização e desjudicialização das relações privadas**. Brasília: Conteúdo Jurídico, 05 mar. 2010.

FREIRE, Marçal. **Prêmio de Qualidade Total Anoreg/BR. Aracajú,** anoreg/br**,** 15ª. ed. 2019.

FERREIRA, Paulo Roberto Gaiger; RODRIGUES, Felipe Leonardo. **Tabelionatos de notas**: Coleções Cartórios. São Paulo: Saraiva, 2013.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Manual de direito civil**: volume único. São Paulo: Saraiva, 2017.

HISING Ederson; WOLF carolina. Deputados aprovam projetos que aumentam taxas dos cartórios no Paraná a partir de 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2020/12/09/deputados-aprovam-projetos-queaumentam-taxas-dos-cartorios-no-parana.ghtml. Acesso em: 14 de mar. 2022.

NASCIMENTO, Osvaldo. **Advocacia extrajudicial:** Como advogar sem depender do judiciário. Brasil: Osvaldo Nascimento, 2020.

PAIVA, João Paulo Lamana. A **usucapião extrajudicial e outros temas importantes no novo CPC**. 2ª. ed. da revista atualizada e ampliada. Porto alegre, abr. 2015.

ZANDONI, carolina. **A usucapião extrajudicial como uma forma de desjudicializar o procedimento e a celebridade pela via administrativa**. Revista Âmbito Jurídico. São Paulo. nº.189 Ano XXII, p. 01, Out. 2019.

APÊNDICE A – Modelo de questionário aplicado na pesquisa de campo

Este questionário pretende mostrar a realidade da sociedade para obter junto aos cartórios extrajudiciais os serviços elencados em nosso ordenamento jurídico.

1. Como o extrajudicialismo trouxe um grande avanço ao direito brasileiro com agilidade aos litígios gerados na sociedade?
   a) Criação de mais cartórios no Brasil.
   b) Mais advogados na proporcionalidade das demandas.
   c) Com divulgação dos serviços prestados nos cartórios.
   d) Outros_____.
2. Como ficou os serviços notariais e registrais após a criação da lei 8.935/94?
   a) Os cartórios ganharam mais altivez nos serviços.
   b) Trouxe mais segurança jurídica nos serviços.
   c) A fiscalização por parte do poder judiciário ficou mais severa.
   d) Outros _____

3. Na sua opinião o cartório que você trabalha oferece serviços em excelência?
   a) ( )Sim.
   b) ( )Não.
4. Na sua opinião os atos extrajudiciais são grandes aliados da solução consensual dos conflitos e da pacificação social?
   a) O legislador busca desafogar o poder judiciário.
   b) É fundamental para a solução rápida dos conflitos.
   c) Então por que ainda existe tanta demanda no judiciário.
   Outros_____
5. Na sua opinião os serviços nos cartórios condizem com os valores cobrados nas taxas?
   a) ( )Sim
   b) ( )Não.
   c) Outros _____
6. A sociedade no geral tem condições de arca com os custos processuais do serviço extrajudicial?
   a) Não está ao alcance de todos da sociedade.
   b) Sim está ao Alcance de todos da sociedade.
   c) A gratuidade é garantida nos serviços.
   d) Outros _____
7. Qual a dificuldade da sociedade brasileira tem para requerer a usucapião na modalidade da via judicial ou extrajudicial?
   a) A falta de conhecimento da legislação.
   b) A onerosidade dos serviços extrajudiciais e a morosidade do judiciário.
   c) Outros _____
8. Os cartórios estão preparados tecnicamente para esclarecimentos legais ao processo da usucapião?
   a) ( )Sim.
   b) ( )Não .
9. A usucapião na modalidade extrajudicial (administrativo) deve ser mais divulgado e legislada em prol da coletividade.
   a) Falta interesse do legislador?.
   b) Falta conhecimento popular e divulgação do poder publico..

c) Outros_____

10. A usucapião pode ser requerido para vários imóveis distintos em nossa legislação?
    a) ( )Sim.
    b) ( )Não.
    c) Outros _____

A GESTÃO ESCOLAR: RELAÇÕES ENTRE PRÁTICA PEDAGÓGICA E QUALIDADE NA EDUCAÇÃO INFANTIL

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p02

Karolayne do Nascimento Rodrigues[1]

Cinthia Lira[2]

RESUMO

Este estudo tem por objetivo geral investigar a importância da gestão escolar para a construção da prática pedagógica dentro do processo de aprendizagens na Educação Infantil. Sendo a primeira etapa da Educação Básica, somando os segmentos da creche e pré-escola, a Educação Infantil conduz os processos de aprendizagens iniciais das crianças, sendo o primeiro espaço de convivência distante da família. É na escola infantil que as aprendizagens coletivas e individuais se relacionam de modo integral, dentro de uma rotina pedagógica. Na investigação desta etapa tão relevante da vida humana, busca-se neste estudo responder a questão norteadora: de que forma o modelo de Gestão Escolar norteia e orienta a prática pedagógica do docente, garantindo o alto nível de qualidade dentro do processo de aprendizagens na Educação Infantil? Como referencial teórico, a pesquisa ampara-se em Couto Júnior (2021), Dourado (2006), Ferreira (2008), Guimarães (2017), Libânio (2015), Lück (2008) e Saviani (2000). Seguindo uma abordagem qualitativa, a coleta de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas, com duas gestoras que atuam em instituições privadas. Os dados foram analisados através da perspectiva da análise de conteúdo.

Palavras-chave: Gestão Escolar. Prática Pedagógica. Educação Infantil.

Data de submissão: 24/08/2022
Data de aprovação: 12/09/2022

ABSTRACT

The general objective of this study is to investigate the importance of school management for the construction of pedagogical practice within the learning process in Early Childhood Education. As the first stage of Basic Education, adding the segments of daycare and preschool, Early Childhood Education leads the children's initial learning processes, being the first space of coexistence away from the family. It is in the kindergarten that collective and individual learning are related in an integral way, within a pedagogical routine. In the investigation of this very important stage of human life, this study seeks to answer the guiding question: How does the School Management model guide and guide the pedagogical practice of the teacher, guaranteeing a high level of quality within the learning process in Education Childish? As a theoretical framework, the research is supported by: Couto Júnior (2021), Dourado (2006), Ferreira (2008), Guimarães (2017), Libânio (2015), Lück (2008), Saviani

[1] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: karollaynnerodriigues@gmail.com
[2] Professora orientadopra do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: cinthia@metropolitana.edu.br

(2000). Following a qualitative approach, data collection was carried out through semi-structured interviews with two managers who work in private institutions.

Keywords: School Management. Pedagogical Practice. Child education.

INTRODUÇÃO

A Base Nacional Comum Curricular – BNCC estabelece a Educação Infantil como a primeira etapa da Educação Básica, considerando o início e uma etapa fundamental do processo educacional. As concepções dessa modalidade de ensino se constituem a partir da vinculação do educar e cuidar. Para tanto se faz necessário ampliar a compreensão e o entendimento do cuidado como algo indissociável do processo educativo.

Nessa perspectiva, a BNCC determina que as creches e pré-escolas devem propor o acolhimento das experiências vivenciadas pelas crianças nos contextos familiar e social e articulá-los em suas propostas pedagógicas como forma de ampliar o universo de experiências, estimulando habilidades e competências essenciais ao desenvolvimento infantil, de maneira diversificada e consolidando novas aprendizagens.

Sendo assim, a instituição de Educação Infantil tem um papel de grande relevância no que se refere à potencialização e ao desenvolvimento de novas aprendizagens. A gestão escolar deve contribuir para o desenvolvimento da autonomia das crianças e na qualidade das relações interpessoais no âmbito escolar, adotando uma postura reflexiva pautada em princípios de gestão democrática com efetiva participação de todos os envolvidos no processo educativo, servindo de instrumento para orientar a prática docente.

Tratando-se da gestão de uma instituição de Educação Infantil, que atua com crianças na faixa etária dos 0 a 5 anos e 11 meses, o foco precisa estar na garantia das aprendizagens com bases nos direitos das crianças dentro deste processo. Cabe ao gestor articular práticas educativas pautadas no diálogo, respeito e cooperação, em que todos tenham liberdade de expressão que são efetivadas no cotidiano escolar. Desse modo, acredita-se que uma boa gestão educacional requer estabelecer uma parceria entre a escola e a comunidade para que de fato torne-se inclusiva e democrática.

Nesse contexto, pressupõe-se que a figura do gestor deve desenvolver um trabalho de maneira integrada e colaborativa, estabelecendo relações por meio de ações, estando aberto para articular, ouvir pessoas da equipe, aceitar sugestões, assiduidade, compromisso, em que toda a comunidade participe ativamente da tomada de decisões em prol de um objetivo comum: garantir novas aprendizagens na modalidade da Educação infantil.

BASE TEÓRICA

Segundo Silva (2022), as novas diretrizes no âmbito educacional surgiram no século XXI, pela importância de compreender quais ações podem ser desenvolvidas no que se refere à gestão educacional para melhorar a qualidade do ensino. Durante muito tempo não havia preocupação em interpretar, analisar e registrar os resultados dos processos educacionais. Sendo assim, para atender as novas demandas sociais, a escola do século XXI precisou se adequar e reformular as concepções pedagógicas, assumindo a função de formar e preparar o indivíduo para a vida, com base em princípios democráticos e éticos, para exercer de maneira plena sua cidadania e participar nos diversos contextos sociais.

Assim, a escola passou a ter uma função sob um olhar crítico e libertador, com base em princípios democráticos como o diálogo, o respeito e a cooperação, em que todos tenham liberdade de expressão no cotidiano escolar.

Nessa perspectiva, Lück (2008, p. 31 *apud* Silva, 2022) afirma que os processos de gestão pressupõem que haja ações contínuas envolvendo os aspectos políticos e técnicos. Nesta perspectiva, percebemos que as relações educativas devem ter como foco a emancipação do sujeito consciente de seus direitos e deveres para exercer de maneira plena sua cidadania, pois a instituição escolar, por meio de uma gestão eficiente é capaz de mediar e articular uma visão reflexiva com a participação de toda a comunidade educativa e no processo de tomada de decisão para auxiliar na dinâmica das relações interpessoais e na aquisição de novos conhecimentos.

ORGANIZAÇÃO ESCOLAR

De acordo com Libâneo (2015), as práticas de organização da escola são práticas educativas, pois, a educação dos alunos não ocorre apenas na sala de aula, mas também nas formas de organização e gestão, bem como no contexto institucional e no ambiente educativo.

Entendemos o trabalho docente semelhante ao de gestão. Pensamos que todo professor é um gestor em sua sala de aula. No ponto de vista de Couto Júnior (2021), mover-se da esfera de sala de aula para a escola como um todo não é uma ação de fácil resolução para todos os docentes. É preciso uma identificação da gestão com toda uma comunidade.

Na concepção de Dourado (2006), quando se fala sobre gestão escolar é preciso compreender a lógica dos processos, reestruturar as políticas de gestão pautadas em princípios democráticos, promovendo a participação e autonomia efetiva. Isso implica na

descentralização do poder e na forma de conduzir as ações educativas para atender as demandas da comunidade escolar, auxiliando na tomada de decisões e escolhas responsáveis e coletivas.

Então, pressupõe-se que os processos de gestão devem estar pautados em princípios democráticos, como forma de transformar e ampliar as relações sociais, rompendo com o autoritarismo e poder centralizador que muito tempo perdurou no sistema educacional, criando canais de efetiva participação e aprendizado democrático. Assim, a construção desse novo modelo de gestão requer uma rediscussão no que se refere às concepções teóricas quanto à formação dos profissionais da educação (docentes e não docentes), fortalecendo-os para desempenharem sua função como educadores sociais em todos os espaços, dentro e fora do ambiente escolar.

Neste direcionamento, Libâneo (2015) afirma que todas essas práticas educativas carregam um forte sentido educativo e de aprendizagem. Para tanto, se faz necessário que a escola esteja bem organizada e administrada, visando promover uma qualidade do ensino. Para o autor, o foco precisa estar em proporcionar aos alunos e alunas formas diferenciadas de construir aprendizagens e relacioná-las com o seu meio social.

É papel do gestor que atua na Educação Infantil, além de garantir o que está proposto na BNCC, contemplar os demais documentos interligados a esta etapa da Educação Básica, tendo a sua ação pautada na promoção dos direitos das crianças. Uma escola bem organizada e gerida consiste na criação de ações que assegurem condições para o bom funcionamento dos aspectos organizacionais, operacionais e didático-pedagógicos, visando bons resultados do processo de aprendizagem. Libâneo (2015) destaca que a organização e a gestão da escola eficiente dizem respeito à estrutura de funcionamento quanto as práticas educativas a partir do provimento e a utilização de maneira responsável dos recursos materiais e financeiros, para atender as necessidades da instituição e as formas de relacionamento entre as pessoas.

Assim, a concretização da organização escolar eficiente fundamenta-se em um conjunto de normas, diretrizes, ações, procedimentos e práticas que asseguram a racionalização do uso de recursos humanos, materiais financeiros e intelectuais sob a coordenação e o acompanhamento do trabalho das pessoas, ao qual se constitui como lugar de aprendizagem. Na concepção de Dourado (2006), os objetivos da organização escolar e empresarial não são apenas distintos, mas antagônicos. No contexto educacional, exerce a função de socialização do conhecimento que se reflete na produção e acúmulo da evolução

da humanidade. No empresarial, visa o uso desse conhecimento para obter lucro, mantendo a hegemonia do modo de produção capitalista.

AS PRÁTICAS EDUCATIVAS E O PAPEL TRANSFORMADOR DO GESTOR ESCOLAR

A evolução dentro e fora do âmbito educacional exige cada vez mais do gestor, pois o mesmo precisa estar atento e atualizado diante da velocidade de transformações ocorridas no mundo tecnológico e globalizado, devendo adaptá-las em sua prática profissional, inovando-se e buscando a participação de todos os membros de sua equipe na construção de uma gestão emancipatória, fundamental na formação de seus educandos.

O gestor educacional é o instrumento pelo sucesso ou insucesso da instituição, por isso é importante que apresente uma visão de futuro, trabalhando em conjunto, articulando e integrando setores, impossibilitando a competitividade entre os mesmos para que possa obter resultados satisfatórios na instituição, o que deve ser o objetivo comum da equipe, não de um único setor ou profissional.

Estimular atitudes de respeito e confiança entre os membros, valorizar sua equipe, estimulá-los e encorajá-los ao trabalho são atitudes que tornam não apenas os trabalhadores em educação, mas todo o ambiente estimulante onde a execução do trabalho torna-se mais próspera e produtiva. A esse respeito Libâneo (2004) diz que

> Muitos dirigentes escolares foram alvos de críticas por práticas excessivamente burocráticas, conservadoras, autoritárias, centralizadoras. Embora aqui e ali continuem existindo profissionais com esse perfil, hoje estão disseminadas práticas de gestão participativa, liderança participativa, atitudes flexíveis e compromisso com as necessárias mudanças na educação. (LIBÂNEO, 2004, p. 217).

Como mostra o autor, é de extrema importância que os gestores desempenhem uma prática administrativa mais humanizada, valorizando e respeitando o outro com toda sua divergência e limitações, analisando, dialogando e, acima de tudo, ouvindo e aceitando as diversas opiniões para um trabalho mais crítico e evolutivo.

Quando se tem um gestor líder, com postura positiva e segurança em suas ações, consequentemente impulsiona a equipe, que se torna motivada, sem medo de mudanças e desafios. Dessa forma, o gestor propicia a busca da satisfação pessoal pelo profissional que ali atua. Uma liderança com negatividade acaba reprimindo a equipe, inibindo a participação e o envolvimento de seus membros na realização de suas ações, mostrando-se, na maioria das vezes, um gestor autoritário que impõe sua vontade, amedrontando sua equipe na busca de resultados.

O gestor deve ter consciência de que “antes de ser um administrador, ele é um educador”. (SAVIANI, 2000, p. 208). Um educador deve buscar transformar a escola em um ambiente propício para a discussão, para a participação coletiva, que conheça todos os setores da escola, o cotidiano da sala de aula, ou seja, o gestor deve estar diretamente envolvido em todo o processo educacional, na qual a escola está inserida, buscando a eficiência e a qualidade nas aprendizagens.

PRÁTICA PEDAGÓGICA

Educar para a vida consiste em compreender a aprendizagem de uma forma bem mais ampla que está além dos conteúdos curriculares abordados. De modo a promover uma visão crítica, incorporando práticas pedagógicas significativas, levando em consideração os conhecimentos prévios dos educandos e a realidade do contexto no qual a escola esteja inserida. Nessa perspectiva, Chalita (2001, p. 12) diz que “A educação não pode ser vista como um depósito de informações”.

Pode-se dizer que aprender e ensinar é uma via de mão dupla, no entanto, não existe uma única forma de aprender. Ausebel (1983) evidencia que a aprendizagem é muito mais significativa à medida que o novo conteúdo é incorporado às estruturas de conhecimento de um aluno e adquire significado para ele a partir da relação com seu conhecimento prévio.

Os alunos precisam construir e reconstruir conhecimentos, buscando cada dia mais melhorar seu desempenho em sala de aula e na sociedade, pois não se pode parar de buscar novas mudanças. É preciso estimular o desenvolvimento de visão reflexiva, fazendo com que ele esteja aberto para novas experiências e aprendizagens. O educador, na função de mediador do processo educativo, desempenha um papel de grande relevância. Os alunos aprendem melhor quando eles sentem prazer em aprender e para isso acontecer, os professores têm que investir nas aulas para despertar em cada um a vontade de descobrir novas maneiras de aprendizagem.

Desse modo, se faz necessário levar o aluno a refletir, pensar, questionar para que ele faça novas descobertas, trilhando seu próprio caminho na construção do conhecimento, para que desenvolva todo seu potencial. Conforme cita Demo (2004):

> O professor é figura decisiva do processo de aprendizagem, ocupando, entretanto, lugar de apoio e motivação, orientação e avaliação, não o centro do cenário. Este centro é do aluno: o professor não pode pensar pesquisar, elaborar, fundamentar, argumentar, ler pelo aluno. (DEMO, 2004, p. 14).

Neste contexto, o aluno torna-se um agente na construção do próprio conhecimento, com o apoio e orientação do professor para que ele aprenda a pensar, investigar, pesquisar

e fazer suas observações e questionamentos. Além disso, o professor passa a ter o papel de destaque para dinamizar as situações de aprendizagem, utilizando a criatividade com estratégias metodologias bem elaboradas e estruturadas, abordando os conteúdos de maneira contextualizada, estimulando habilidades e as capacidades individuais para aprender. O professor é um instrumento fundamental para o desenvolvimento do aluno, mas ele também precisa estar preparado para mudanças.

Faz-se necessário perceber que a sala de aula se tornou um ambiente que propicia a troca de saberes no qual se constrói conhecimento. Nesse contexto, é fundamental elaborar, planejar e organizar estratégias que permita que o aluno desenvolva a sua capacidade de autoaprendizagem. Quando se pensa em “ensinar para a vida", entende-se que não faz sentido ensinar com outro propósito em mente. A escola precisa ser de fato um ambiente que prepara o aluno não apenas para o mercado de trabalho, ou para o ENEM, mas para ter uma vida digna, para que exerça de maneira plena e consciente sua cidadania, capaz de lidar com os desafios e os problemas que irá vivenciar ao longo da vida.

Freire (1996) diz que o grande desafio da prática educativa é ensaiar dentro de suas relações uns com os outros e com o professor a experiência de assumir-se como ser social, histórico, pensante e comunicante. Ao vivenciar a prática de ensinar e aprender o sujeito participa de experiências de caráter ideológico, político, ético e pedagógico.

O PLANEJAMENTO DA AÇÃO EDUCATIVA NA EDUCAÇÃO INFANTIL

De acordo com Silva (2022), o professor, ao iniciar sua prática educativa na educação Infantil, convive com preocupações e dúvidas quanto às habilidades pautadas na práxis pedagógica, tendo em vista que para atuar nessa modalidade de ensino requer conhecimentos mais específicos, no que se refere às etapas do desenvolvimento infantil. A ação educativa aborda dois aspectos fundamentais para que a prática seja de qualidade: planejamento e a organização.

Neste sentido, Jesus & Germano (2013) consideram essencial a participação do adulto como mediador nesse processo, cabendo ao professor, no exercício da prática docente na Educação Infantil, propiciar situações didáticas diversificadas, visando estimular o desenvolvimento infantil, sob os aspectos físico, psicológico e cognitivo.

As atividades devem ocorrer de forma contínua, em que o professor não deve apenas escolher os conteúdos a serem passados, mas sim, fazer um acompanhamento do processo educativo, avaliando os avanços e dificuldades de cada um e também da turma.

Daí a importância de o professor levar em consideração a faixa etária, maturidade, e a realidade nos contextos familiar e social no qual a criança se encontra inserida.

Com relação à organização e ao planejamento das atividades na Educação Infantil, Hoffmann (2000) diz que elas propiciam ao professor fazer algumas reflexões sobre sua prática docente, sobre as estratégias metodológicas e as ações utilizadas para promover a aprendizagem da criança. Conforme o Referencial Curricular Nacional para a Educação Infantil (1998, p. 196) cabe ao professor "planejar uma sequência de atividades que possibilite uma aprendizagem significativa para as crianças, nas quais elas possam reconhecer os limites de seus conhecimentos, ampliá-los e/ou reformulá-los".

Neste contexto, Aroeira *et al* (1996) afirmam que cabe ao professor manter-se atualizado sobre as concepções das práticas pedagógicas nesta etapa de ensino, pois, não basta apenas gostar de crianças para exercer a função de mediador do processo educativo. É preciso estar preparado.

O planejamento deve ter um caráter reflexivo, pautado nas ações educativas em seu trabalho pedagógico. Para isso é primordial que o educador esteja preparado para lidar com diferentes situações no cotidiano escolar. Ostetto (2022) ressalta que:

> Planejar é essa atitude de traçar, projetar, programar elaborar um roteiro pra empreender uma viagem de conhecimento, de interação, de experiência múltiplas e significativas para com o grupo de crianças. Planejamento pedagógico é atitude crítica do educador diante de seu trabalho docente. Por isso não é uma fôrma! Ao contrário, é flexível e, como tal, permite ao educador repensar, revisando, buscando novos significados para sua prática pedagógica. (OSTETTO, 2022, p. 1).

Para Bassedas, Huguet e Solé (1999), em alguns momentos o planejamento pode ser entendido como uma rotina que deve ser seguida. Em outro momento, pode ser entendido como um instrumento que o professor pode recorrer quando necessário. Contudo, ambas não consideram a aprendizagem e a qualidade do ensino, pois o planejamento não deve ser visto como um processo rígido que deve ser seguido à risca, pois deve ser construído de maneira flexível ao longo do processo educativo.

Em relação à organização do tempo, vale ressaltar a importância no que diz respeito a inserir na rotina conteúdos que estimulam a criatividade, a imaginação e os movimentos, utilizando recursos e estratégias que tornem a aprendizagem dinâmica e prazerosa para a criança.

A GESTÃO DA EDUCAÇÃO INFANTIL

Quando se trata da gestão de uma instituição de educação infantil nos deparamos com a exigência de considerá-la um estabelecimento de educação e cuidado em todos os

seus espaços e relações e que, independente de funções e cargos, todos devem estar envolvidos. Luck (2008) cita que

> A visão de gestão como superação das limitações do conceito de administração e como resultado de uma mudança de paradigma, de percepção da realidade de mundo traz a ideia de como nosso pensamento é orientado para perceber o mundo, pois o novo paradigma apresentado é o modo de pensar em relação a tudo e a todos que constituem a realidade que determina o modo de ser e de fazer das pessoas em seu contexto. (LUCK, 2008, p. 34).

Essa mudança de paradigma nos remete ao novo modelo no que se refere à abordagem de administração e gestão que ocorre no ambiente organizacional e educacional. Assim, no contexto educacional, ele contempla condições com foco na participação e compartilhamento que favorece às tomadas de decisões para efetivar as articulações em várias dimensões, pautado em princípios democráticos.

De acordo com Barbosa (2009), a organização do trabalho pedagógico na Educação Infantil envolve alguns elementos que elencam as práticas educativas: o planejamento, o espaço e o tempo, as rotinas e o brincar como forma de conduzir as interações com todos os envolvidos no processo de ensino aprendizagem, que acompanham todas as etapas do cotidiano na educação infantil.

EDUCAÇÃO INFANTIL

A Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2022) estabelece a Educação Infantil como a primeira etapa da Educação Básica, considerando o início e o fundamento do processo educacional. E a inserção da criança na creche ou na pré-escola significa, na maioria das vezes, que esse momento se constitui como a primeira separação das crianças do convívio familiar para um sistema estruturado de socialização.

A consolidação nos últimos anos da Educação Infantil como primeira etapa da educação básica se constitui nas concepções que vinculam educar e cuidar, ampliando a compreensão e o entendimento do cuidado como algo indissociável do processo educativo. Nessa perspectiva, as creches e pré-escolas propõem o acolhimento das experiências vivenciadas pelas crianças nos contextos familiar e social, articulando-os em suas propostas pedagógicas.

A instituição de Educação Infantil tem um papel de grande relevância no que se refere à potencialização e ao desenvolvimento de novas aprendizagens. Para tanto, se faz necessário que a instituição conheça e trabalhe dialogando com a riqueza/diversidade cultural das famílias e da comunidade. As Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação

Infantil (DCNEI, Resolução CNE/CEB nº 5/2009)27, em seu Artigo 4º, definem a criança como:

> Sujeito histórico e de direitos, que, nas interações, relações e práticas cotidianas que vivencia, constrói sua identidade pessoal e coletiva, brinca, imagina, fantasia, deseja, aprende, observa, experimenta, narra, questiona e constrói sentidos sobre a natureza e a sociedade, produzindo cultura. (BRASIL, 2009).

Eixos estruturantes da Educação Infantil conforme a BNCC

A Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2022) percebe a criança como um ser que observa, questiona, levanta hipóteses, e conclui que ela é capaz de assimilar valores e fazer julgamentos que auxiliam na construção do conhecimento por meio da ação sistematizada e das interações com o mundo físico e social de maneira natural e espontânea.

A intencionalidade desta etapa da educação básica consiste na organização e proposição, pelo educador, propiciando à criança vivenciar experiências que permitem conhecer a si e ao outro, bem como conhecer e compreender as relações com a natureza, com a cultura e com a produção científica. Sendo assim, é imprescindível que o educador garanta a pluralidade de situações didáticas que primam pelo desenvolvimento integral das crianças.

Os campos de experiências com base na BNCC

A Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2022) considera como eixos estruturantes as interações e a brincadeira na Educação Infantil, visando as aprendizagens e o desenvolvimento das crianças, assegurando-lhes os direitos de conviver, brincar, participar, explorar, expressar-se e conhecer-se. Na organização curricular são definidos os objetivos de aprendizagem e desenvolvimento, nos quais as crianças podem aprender e se desenvolver.

MATERIAL E MÉTODO

Este estudo utilizou a abordagem qualitativa de pesquisa, na perspectiva de Minayo (2000), considerando que essa abordagem responde a questões particulares, enfocando uma realidade que não pode ser quantificada, trabalhando com um universo de múltiplos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Para a autora, toda e qualquer investigação social deveria contemplar uma característica básica de seu objeto, que é o aspecto qualitativo. Em um primeiro momento, o levantamento bibliográfico foi realizado. A

pesquisa de campo ocorreu em uma escola privada, localizada na região metropolitana do Recife, bem como a definição dos sujeitos: duas gestoras que atuam na etapa da Educação Infantil.

Quadro 1 - Seleção do lócus da pesquisa

G1	Karla Albuquerque – 6 anos de experiência. Colégio Elo - Rua Jose Paraíso, 189 – Boa Viagem – Rede Particular - 45 anos de funcionamento atendendo da Educação Infantil ao Ensino Médio, nos turnos manhã e tarde. Formação: Pedagogia, Pós-graduação em Psicopedagogia, Neurologia e Neurociências. No turno da manhã atende 114 crianças da Educação Infantil. No turno da tarde atende 76 crianças.
G2	Ana Paula Medeiros – 20 anos de experiência, 7 na Educação Infantil. Escola Alfaminha – Av. Visconde de Albuquerque, 175 – Madalena – Recife/PE – Atua na modalidade da Educação Infantil. Infantil I – Creche – 1 ano e 7 meses a 1 ano e 11 meses. Infantil II – 1 a 2 anos e 11 meses. Infantil III – 3 anos até 3 anos e 11 meses. Infantil IV – (Pré-escola) 4 até 4 anos e 11 meses. Infantil V - (Pré-escola) 5 até 5 anos e 11 meses. Formação: Pedagogia, Especialização em Coordenação Pedagógica.

Fonte: as autoras

Como técnica de coleta dos dados utilizamos a entrevista semiestruturada. Em virtude do contexto pandêmico, as entrevistas foram realizadas no modelo on-line, utilizando o recurso do aplicativo do WhatsApp. Um roteiro com seis questões foi estruturado, permitindo o espaço para a construção de novas indagações. Como técnica de coleta dos dados, utilizamos a análise de conteúdo. Após a coleta, foi possível transcrever as respostas dos sujeitos para, então, iniciar a análise dos dados, encontrando as relações com a teoria estruturada e apresentada neste estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através do discurso das duas gestoras investigadas é possível perceber semelhanças e divergências a respeito da compreensão da função do gestor, relacionada à qualidade na Educação Infantil.

Quadro 2 - Identificação do gestor na escola infantil

G1	Relacionou a sua semelhança “com um maestro numa orquestra”, retrata o elo entre toda a comunidade escolar e as bases pedagógicas em suas ações. Para G1, “tudo na escola é uma questão pedagógica.”
G2	O gestor é um elemento fundamental para o funcionamento da escola: “não é só um líder, mas é uma pessoa que resolve os conflitos com sabedoria e prioriza a aprendizagem dos alunos.” O olhar do gestor na Educação Infantil é diferenciado, pois é onde devem ser trabalhadas as habilidades e competências, além do cuidar que não pode ser descartado.

Fonte: as autoras

Na concepção de Dourado (2006) quando se fala sobre gestão escolar é preciso compreender a lógica dos processos, reestruturar as políticas de gestão pautadas em princípios democráticos, promovendo a participação e autonomia efetiva, compreendida como capacidade de cada povo de autogovernar-se. Isso implica na descentralização do poder e na forma de conduzir as ações educativas para atender as demandas da comunidade escolar, auxiliando na tomada de decisões e escolhas responsáveis e coletivas.

Quadro 3 - O insucesso na instituição depende da ação do gestor?

G1 e G2	A responsabilidade da função a qual assumem na organização da atividade escolar, mas acreditam que o bom funcionamento não pode depender apenas de uma única pessoa, mas de toda a comunidade escolar. Para tanto, é preciso o trato com a equipe na ótica da gestão democrática.

Fonte: as autoras

Nessa perspectiva, Lück (2006) menciona que a educação na sociedade do conhecimento implica em um posicionamento das pessoas como sujeitos ativos, conscientes e responsáveis pela dinamização dos processos sociais e das instituições de que participam. Contudo, vale ressaltar que nenhuma ação isolada será por si só, será adequada para promover avanços consistentes e duradouros na educação. Em virtude disso, emerge a importância da gestão democrática para a determinação desse novo destino, compreendida como ação objetiva e concreta, que tem por base a mobilização das pessoas de forma articulada e coletiva, atuando efetivamente na escola com a finalidade da participação e do compromisso coletivo para a transformação da realidade.

Quadro 4 - Características do gestor para garantir a qualidade do ensino na EI

G1	Um gestor tem que ter, primeiro que tudo, empatia, saber se colocar no lugar dos outros; tanto das crianças, como dos pais, como dos professores. Você tem que se colocar um pouco na situação de cada um deles. Tem que ter muito conhecimento pedagógico para poder entender se aquele fazer pedagógico vai ser efetivo naquela unidade, com aquelas crianças. Se você tem que rever alguma questão para poder garantir que o ensino vai ser realmente de qualidade. Então, um gestor tem que estar constantemente revendo o seu fazer pedagógico.
G2	Para garantir qualidade na gestão de uma escola na Educação Infantil, existe algumas habilidades do gestor, buscando melhorar em muitas áreas como: ser organizado; planejar alguns documentos importantes que sejam para o funcionamento da instituição; ser democrático com a comunidade, sabendo sempre ouvir; motivar positivamente a equipe pedagógica; fornecer formação aos professores e aos demais funcionários; e administrar todas as áreas que exigem sua participação.

Fonte: as autoras

Sendo assim, é de extrema importância que os gestores desempenhem uma prática administrativa mais humanizada, valorizando e respeitando o outro com toda sua divergência e limitações, analisando, dialogando e acima de tudo ouvindo e aceitando as diversas opiniões para um trabalho mais crítico e evolutivo. O perfil de liderança de um

gestor não está agregado apenas aos seus traços pessoais, mas às atitudes tomadas, ações realizadas, e dificuldades enfrentadas e solucionadas.

Quadro 5 - A relação entre prática pedagógica e a ação do gestor

G1	"Há uma total relação entre a prática pedagógica e a ação do gestor. Na prática pedagógica temos que observar o que está sendo implantado ali naquela unidade de ensino, se ela é efetiva naquele momento e que ações nós podemos fazer para que aquela prática pedagógica seja realmente efetiva."
G2	"As práticas pedagógicas fazem parte do cotidiano escolar, diante disso, o gestor deverá contribuir para o avanço do ensino – a aprendizagem das crianças."

Fonte: as autoras

Libâneo (2015) destaca que a organização e a gestão da escola eficiente dizem respeito à estrutura de funcionamento quanto às práticas educativas a partir do provimento e da utilização de maneira responsável dos recursos materiais e financeiros para atender as necessidades da instituição e às formas de relacionamento entre as pessoas. A partir das concepções com relação aos contextos socioculturais e institucionais das práticas educativas, o ambiente escolar é visto, também, como lugar em que as pessoas aprendem coisas, compartilham ideias, opiniões, formas de resolver problemas, ampliando a visão de mundo.

Quadro 6 - Aspectos da qualidade na Educação Infantil

G1	Relaciona a qualidade à prática educativa dotada de um "dom". Para ela, "a qualidade está na combinação da relação entre família, escola e sociedade. Então, acredito que a chave da qualidade na educação infantil está o equilíbrio dessas três partes aliada à competência da equipe."
G2	Cita a BNCC como uma ferramenta de qualidade: "a BNCC está para contribuir essa qualidade no ensino – aprendizagem de forma global e para mim é muito importante para educação. Qualidade também é oferecer às crianças uma metodologia significativa, respeitando as limitações, as habilidades e o campo de experiência de cada uma das crianças, individualmente e em grupo."

Fonte: as autoras

Ambas respondem optar por um modelo de gestão com foco na gestão participativa e democrática, estabelecendo uma relação aproximada com todos os que fazem a comunidade escolar.

CONSIDERAÇÕES

A Educação Infantil, conforme os dispositivos normativos que norteiam as diretrizes da educação, é considera como a primeira etapa da Educação Básica, e é considerada o início e uma etapa fundamental do processo educacional. As concepções dessa modalidade de ensino se constituem a partir da vinculação do educar e do cuidar.

Dessa forma, a BNCC determina que as creches e pré-escolas devem propor o acolhimento das experiências vivenciadas pelas crianças nos contextos familiar e social e articulá-los em suas propostas pedagógicas. A gestão escolar pode contribuir para o desenvolvimento da autonomia das crianças e na qualidade das relações interpessoais no âmbito escolar. Com base nas reflexões para elaboração desse estudo acadêmico, o gestor deve adotar uma postura reflexiva embasada por princípios de gestão democrática com efetiva participação de todos os envolvidos no processo educativo, servindo de instrumento para orientar a prática docente.

Através da análise dos dados, percebemos uma postura da gestão contemporânea em educação quando ambas entrevistadas citam uma prática democrática e de envolvimento com a comunidade escolar. Bem se sabe da necessidade do gestor articular práticas educativas pautadas no diálogo, respeito e na cooperação, em que todos tenham liberdade de expressão que são efetivadas no cotidiano escolar. Desse modo, acredita-se que uma boa gestão educacional requer estabelecer uma parceria entre a escola e a comunidade para que, de fato, torne-se inclusiva e democrática.

No aspecto da qualidade em Educação Infantil, analisamos a fragilidade do discurso, quando atrela qualidade a um "dom". No discurso de G2, encontramos a legislação como base para a garantia da qualidade na Educação Infantil. É nesta etapa da educação básica que o campo dos direitos das crianças está diretamente ligado à qualidade e, por este motivo, deve estar articulada às práticas pedagógicas diárias.

Os gestores da Educação Infantil, além de conduzir a equipe pedagógica e toda a comunidade escolar, precisa atentar para a apropriação dos documentos oficiais que tratam dos direitos das crianças e gerenciar a sua aplicabilidade no espaço escolar.

REFERÊNCIAS

ALARCÃO, Isabel. (org). **Professores Reflexivos em uma Escola Reflexiva**. São Paulo: Cortez, 2003.

AROEIRA, Maria Luísa Campos. **Didática de pré-escola: vida criança: saber brincar e aprender** / Maria Luísa C. Aroeira, Maria Inês B. Soares, Rosa Emília de A. Mendes. - São Paulo: FDT, 1996.

AUSUBEL, D. P.; NOVAK, J. D., HANESIAN, H. **Psicologia Educativa: um ponto de vista cognoscitivo.** México: Trillas, 1983.

BARBOSA, Maria Carmen Silveira. **Por amor e por força: rotinas na educação infantil**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

BASSEDAS, Eulália; HUGUET, Teresa; SOLÉ, Isabel. **Aprender e Ensinar na Educação Infantil**. Tradução de Cristina Maria de Oliveira. Porto Alegre: Artmed, 1999.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação**.1° Edição. Brasiliense. 1995.

BRASIL, Ministério da Educação. Secretária de educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais para a educação Infantil**. Secretária de educação básica. - Brasília: MEC, SEB, 2010.

_____ **Referencial Curricular Nacional para a Educação Infantil**. Brasília: MEC/SEF, 1998.

_____**Base Nacional Comum Curricular (BNCC).** Educação é a Base. Brasília, MEC/CONSED/UNDIME, 2017. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/. >Acesso em: 12 abr. de 2022.

CHALITA, Gabriel. **Educação: a solução está no afeto**. São Paulo: Gente, 2001.

COUTO JÚNIOR, José Marcos Couto Júnior. **Gestor escolar: como manter-se saudável e realizado profissionalmente à frente de uma direção?** Publicado em: jun. de 2021. Disponível em: https://novaescola.org.br/conteudo/20468/gestor-escolar-como-manter-se-saudavel-e-realizado-profissionalmente-a-frente-de-uma-direcao. Acesso em: 10 mar. 2022.

DEMO, Pedro. **Professor do Futuro e Reconstrução do Conhecimento**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

DOURADO, Luiz Fernandes Dourado. **Gestão da educação escolar**. Brasília: Universidade de Brasília, Centro de Educação a Distância, 2006.

FERREIRA, Liliana Soares. **Gestão do pedagógico: de qual pedagógico se fala.** Universidade Federal de Santa Maria. 2008.

FREIRE, Paulo**. Pedagogia da autonomia: Saberes necessários a prática educativa**. 25° Edição. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

_____. **Educação e mudança.** 1° Edição. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

GUIMARÃES, Joelma. **Gestão educacional**. Porto Alegre: Sagah, 2017.

HOFFMANN, Jussara. **Avaliação mediadora: uma prática em construção da pré-escola à universidade**. 18. ed. Porto Alegre: Mediação, 2000.

JESUS, Degiane Amorim Dermiro de; GERMANO, Jéssica. A importância do planejamento e da rotina na educação infantil. II JORNADA DIDÁTICA E I SEMINÁRIO DE PESQUISA DO CEMED: caminhos para uma práxis transformadora. Set. 2013. Disponível em: http://www.uel.br/eventos/jornadadidatica/pages/arquivos/II%20Jornada%20de%20Didatica%20e%20I%. Acesso em: 15 mar. 2022.

LIBÂNEO, José Carlos. **Tendências pedagógicas na prática escolar. Democratização da Escola Pública – a pedagogia crítico-social dos conteúdos**. São Paulo: Loyola, 1992.

_____. **As Teorias Pedagógicas Modernas Revisitadas pelo Debate Contemporâneo na Educação**. Goiás. 1996.

_____. **Organização e Gestão da Escola: Teoria e Prática**. 5. Ed. Goiânia: Alternativa, 2004.

_____. **Práticas de organização e gestão da escola: objetivos e formas de funcionamento a serviço da aprendizagem de professores e alunos**. São Paulo: Heccus, 2015.

LOSCHPE. Gustavo. **O que o Brasil quer ser quando crescer**. 1 edição. Rio de Janeiro: 2014.

LÜCK, Heloisa. **Liderança em gestão escolar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

_____. **A evolução da gestão educacional a partir de mudança paradigmática**. 2009a. Disponível em: http://progestaoead.files.wordpress.com/2009/09/a-evolucao-dagestao-educacional-hluck.pdf. Acesso em: 12 mar. 2022.

MELLO, Suely Amaral. **As práticas educativas e as conquistas de desenvolvimento das crianças pequenas**. *In:* RODRIGUES, Elaine, *et al*. Infância e práticas educativas. Maringá: Eduem, 2009.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

OSTETTO, Luciana Esmeralda. Planejamento na educação infantil, mais que a atividade: a criança em foco. Disponível em: http://www.drb-assessoria.com.br/29PLANEJAMENTONAEDUCACAOINFANTIL.pdf. Acesso em: 18 mar. 2022.

SAVIANI, Demerval. **Escola e Democracia**. São Paulo: Cortez, 2000.

SILVA, ANA MARIA DA. **Gestão participativa na escola e os desafios a serem alcançados.** Disponível em: https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/esporte/gestao-participativa-na-escola-e-os-desafios-a-serem-alcancados/48709. Acesso em: 15 fev. 2022.

SUASSUNA, Lívia. **Pesquisa qualitativa em Educação e Linguagem: histórico e validação do paradigma indiciário.** Florianópolis: Perspectiva, 2008.

VIEIRA, Sofia Lerche. **Educação Básica: política e gestão escolar**. Fortaleza: Líber Livro, 2008.

ALFABETIZAÇÃO: CONCEPÇÕES DOS EDUCADORES DA TURMA DO 1° ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p03

Cynthia Lira[1]
Deyse Daniella Sergio Rodrigues[2]
Tamires Mayara Fernandes da Silva[3]
Tamires Vitória Cavalcanti da Silva[4]

RESUMO

O presente estudo trata do processo de alfabetização nas séries iniciais do Ensino Fundamental, sob a ótica dos docentes, partindo da questão norteadora: quais as concepções dos (as) professores (as) acerca da alfabetização nas turmas do 1º Ano do Ensino Fundamental? Este trabalho estrutura-se a partir de um levantamento bibliográfico, trazendo à tona um breve histórico da alfabetização e o seu conceito. Freire (1980), Soares (2016), Ferreiro (1999) e Teberosky (1999) fundamentam a base teórica da pesquisa. O objetivo geral é analisar as concepções dos (as) docente acerca da alfabetização na turma do 1º Ano do Ensino Fundamental. Para tanto, selecionamos três professoras que atuam nas séries iniciais, na etapa da alfabetização, em uma escola pública localizada na região metropolitana da cidade do Recife. Metodologicamente, a abordagem é qualitativa, aplicando na coleta de dados a entrevista semiestruturada e a análise do discurso.

Palavras-chaves: Alfabetização. Saberes Docentes. Políticas Públicas.

Data de submissão: 24/08/2022
Data de aprovação: 10/10/2022

ABSTRACT

The present study deals with the literacy process in the initial grades of Elementary School, from the perspective of teachers. Starting from the guiding question: What are the teachers' conceptions about literacy in the 1st Year of Elementary School classes? A bibliographic survey is structured, bringing up a brief history of literacy and its concept. Freire (1980), Soares (2016), Ferreiro (1999), Teberosky (1999), form the basis of the theoretical basis of the research. The general objective is to analyze the teachers' conceptions about literacy in the 1st Year of Elementary School class. For that, we selected three teachers who work in the initial grades, in the literacy stage, in a public school located in the metropolitan region of the city of Recife. Methodologically, the approach is qualitative, applying semi-structured interviews and discourse analysis in data collection.

Keywords: Literacy, Teacher Knowledge, Public Policy.

[1] Professora orientadora do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: cinthia@metropolitana.edu.br
[2] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: deysedaniella16@gmail.com
[3] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: tamiresfernandesmc@gmail.com
[4] Concluinte do curso de Pedagogia da facauldade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: tamiresv743@gmail.com

INTRODUÇÃO

Historicamente, a alfabetização de crianças transita em diversas metodologias e abordagens. O tradicionalismo, palco da repetição e não reflexão, estrutura um processo de alfabetização com ênfase na leitura mecânica. O método Paulo Freire, aplicado na Educação de Jovens e Adultos, nos anos 90, trouxe um novo olhar para a construção de uma leitura, embasada, principalmente, nos conhecimentos prévios que os alunos e alunas possuíam. Ou seja, aproveitar o que o sujeito já sabe, utilizando elementos do cotidiano e das vivências culturais do grupo, para assim, constituir o processo de leitura e escrita.

As contribuições de Freire fazem parte dos conceitos de alfabetização contemporâneos, resignificando as práticas também nas séries iniciais do Ensino Fundamental. Autoras como Ferreiro (1999) e Teberosky (1999) contribuem nas reflexões de um processo de alfabetização que se dá por etapas, respeitando, além da faixa etária, o modo como cada sujeito aprende. Ambas favorecem os estudos para a construção de um processo de leitura e escrita que caminha para além das repetições, tendo como alicerce o campo da reflexão, do pensar criticamente, da compreensão do que se lê e do que se escreve.

A legislação brasileira oferta as diretrizes para o processo de alfabetização nas séries iniciais e como documento mais recente neste debate temos a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Nela, encontramos um capítulo direcionado à turma do 1º Ano do Ensino Fundamental, como etapa transitória neste processo.

Visando responder à questão norteadora: quais as concepções dos (as) professores (as), acerca da alfabetização nas turmas 1º Ano do Ensino Fundamental, estruturamos a pesquisa configurada em uma abordagem qualitativa e como técnica de coleta foi utilizada a entrevista semiestruturada. O *lócus* do nosso estudo é uma escola pública localizada na região metropolitana da cidade do Recife e os sujeitos, três professoras das séries iniciais do Ensino Fundamental.

No que diz respeito aos saberes docentes acerca da alfabetização, Nóvoa (1997) cita que ‘’O professor se forma na escola’’, ou seja, entendemos o ambiente escolar como uma troca de saberes no qual o docente está atualizando as ações de novas práticas, ao permitir uma aprendizagem compartilhada. O conteúdo e os métodos de ensino mudam à medida que a demanda social da alfabetização se transforma e, assim, as competências que se esperam dos professores não cessam de ser redefinidas.” (CHARTIER, 1998, p. 4). Nesta

linha de pensamento, os saberes dos docentes são constituídos através de uma formação continuada.

ALFABETIZAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

É essencial conhecermos as políticas públicas voltadas para a educação Brasileira, considerando, principalmente, as que tratam de alfabetização e contemplam as séries iniciais do Ensino Fundamental.

As políticas públicas educacionais, quando implantadas corretamente, configuram-se em um instrumento mediador da democratização do ensino. Sabemos que quando olhamos historicamente para a educação brasileira, percebemos que o acesso das camadas menos favorecidas foi fruto de muitas lutas sociais e ações políticas para que todos tivessem esse direito. Educação é um direito constitucional, somada à saúde, lazer, segurança, moradia, alimentação, entre outros.

A década de 1980 foi marcada por importante transformação política e institucional. Sob a perspectiva da sociedade civil organizada, os debates acerca da garantia dos direitos sociais e individuais se consolidariam como marca da redemocratização do país. Esses debates contribuíram para a Constituição Federal de 1988.

Segundo Bes *et al.* (2019, p. 37), "as políticas públicas educacionais contemporâneas foram incrementadas a partir do período de redemocratização brasileira na década de 1980 e, principalmente, impulsionadas após a Constituição Federal de 1988".

Em 1990 houve a ampliação e definição de políticas públicas com novos estudos e novas teorias, sendo considerada por diversos autores como a década da alfabetização. Neste período, aconteceu a conferência mundial de educação para todos, em Jomtien, na Tailândia, que relembrou a educação como direito de todos e firmou o compromisso entre países, entre eles o Brasil, de erradicar o analfabetismo e universalizar o ensino fundamental. O Brasil foi classificado como um dos países com piores indicadores educacionais do mundo, ficando entre os nove que apresentavam um maior nível de analfabetismo.

Visando melhorar este cenário, o Brasil criou a Comissão Nacional de Alfabetização com a finalidade de elaborar diretrizes para a formulação de políticas de alfabetização em longo prazo.

Em 1996 foi sancionada e reformulada a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB nº 9.394), determinando o ensino gratuito de qualidade a partir dos quatro anos de idade

e favorecendo as políticas públicas como recurso de financiamento para poder executar programas de melhorias na educação. O Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) é o responsável pela execução das políticas públicas do Ministério da Educação (MEC) e distribuição dos recursos financeiros para os estados e municípios.

Segundo Bes (2018), com a promulgação da LDB nº 9394/96 foi criado o regime de colaboração entre os entes da federação (União, estados, Distrito Federal e Municípios), que devem trabalhar juntos de forma a assegurar a universalização do direito à educação para todos, erradicar o analfabetismo, e melhorar a qualidade da educação brasileira.

Ao longo da história da educação no país, até a contemporaneidade, foram as políticas públicas e as ações sociais que ampliaram o acesso ao ensino com programas pautados para uma educação de qualidade, pretendendo a erradicação do analfabetismo e a alfabetização na idade adequada. Destacamos o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FUNDEB) que investe recursos em toda a educação básica. Outro marco legal para favorecimento da alfabetização é o Plano Nacional da Educação (PNE/2014), objetivando erradicar o analfabetismo, melhorando a qualidade da educação básica. A esse respeito, Cossetin e Pilarski (2020) afirmam que:

> No Brasil, a constituição histórica e política da alfabetização aparece mais no que diz respeito à discussão sobre os métodos, os quais não estão descolados de concepções que engendram a construção de determinadas políticas de alfabetização, provenientes do contexto social mais amplo. Essas discussões giram em torno de disputas entre novas e antigas explicações para um mesmo problema, o de alfabetizar a população. (COSSETIN; PILARSKI, 2020, p. 130).

A educação básica passou a ser direito de todos conforme diz o artigo 205 da Constituição Federal de 1988:

> "A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho." (BRASIL, 1988).

Nestas primícias, a educação gratuita para o público alvo de 04 a 17 anos é instituída. Uma educação que abrange a todas as etnias, rompendo todas as dificuldades de desigualdade, como bem afirma o Artigo 3º deste mesmo documento, constituindo os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Segundo a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que é um documento federal de caráter normativo e articulado por conhecimentos, competências e habilidades, a

alfabetização é vista como a principal ação pedagógica, que deve acontecer entre o 1° ao 2° do Ensino Fundamental, proporcionando o desenvolvimento de habilidades relacionadas à aquisição da leitura e escrita. No 3° ano da mesma etapa, inicia-se o processo de ortografização.

Como aponta o Parecer CNE/CEB nº 11/2010, "os conteúdos dos diversos componentes curriculares, ao descortinarem às crianças o conhecimento do mundo por meio de novos olhares, lhes oferecem oportunidades de exercitar a leitura e a escrita de um modo mais significativo." (BRASIL, 2010). Aprender a ler precisa ter um significado e esta significação está nos ambientes sociais e culturais nos quais as crianças estão inseridas.

O processo de alfabetização, instituído pelo Pacto Nacional pela Educação na Idade Certa (PNAIC), que é um programa criado pelo Ministério da Educação (MEC), com o intuito de aumentar o índice de crianças alfabetizadas até o terceiro ano do Ensino Fundamental, busca a redução do analfabetismo no Brasil, na faixa etária de até os oito anos. As legislações, criadas e reformuladas através da participação democrática, são decorrentes de ações entre poder público e sociedade. Ainda há muito o que se fazer pela educação no Brasil, mas podemos verificar a presença de mudanças na linha histórica.

ALFABETIZAÇÃO: RESSIGNIFICANDO O CONTEXTO DA SALA DE AULA

No período moderno encontramos discussões no campo educacional que visam favorecer uma maior valorização acerca das abordagens em alfabetização, deixando para trás o método tradicional na compreensão de que ele não garante uma aprendizagem ativa, mas sim favorece a passividade do processo alfabético.

Maria Montessori (1965) afirma que ‘’Em vez de perguntarmos se devemos ou não devemos ensinar temos de nos preocupar em dar às crianças ocasiões de aprender’’. A aprendizagem citada pela autora faz referência à criança como protagonista do processo e não na posição de espectadora e reprodutora.

O alfabetizador ou alfabetizadora deve proporcionar ao educando um espaço alfabetizador, ou seja, é de suma importância que os alunos e alunas sejam estimulados desde a pré-escola no manuseio de vários acervos literários, tendo essa aproximação da leitura com a escrita, permitindo, assim, uma aprendizagem significativa.

Segundo Emília Ferreiro (1996), o processo de alfabetização nada tem de mecânico do ponto de vista da criança que aprende. A criança constrói seu sistema

interativo, pensa, raciocina e inventa, buscando compreender esse objeto social complexo que é a leitura e a escrita. De acordo com Freire (1983), alfabetizar é:

> construir um conhecimento. Alfabetizar-se é adquirir uma língua escrita através de um processo de construção do conhecimento com uma visão da realidade. A criança é o sujeito do processo educativo, não havendo dicotomia entre o aspecto cognitivo e afetivo, mas uma relação dinâmica, prazerosa, dirigida para o ato de conhecer o mundo. (FREIRE, 1983, p. 49).

Partindo dessas reflexões, é possível compreender que o docente deve garantir a construção desse conhecimento, despertando a curiosidade e a vontade de aprender, analisando as dificuldades individuais de cada sujeito, considerando que cada criança tem o seu tempo de aprender. Emília Ferreiro (1989) estrutura o processo de construção da escrita em quatro etapas (pré-silábico, silábico, silábico-alfabético e alfabético), denominando este processo de Psicogênese da Leitura e da Escrita.

ALFABETIZAÇÃO E SUA IDENTIDADE NO CONTEXTO HISTÓRICO

Inicialmente, pelo método da soletração, acreditava-se que para aprender a ler e escrever era preciso aprender as letras e seus nomes como se as letras fossem os sons da língua, combinando consoantes e vogais, formando sílabas para então chegar à palavra e, consequentemente, na construção da frase. Neste período, a alfabetização se dava de forma mecânica, através da memorização tradicional, ignorando a reflexão dos alunos e alunas sobre o material lido.

Sucessivamente, nas últimas décadas do século XlX e o início do século XX, surgiram os métodos sintético e analítico que se alternavam na prática pedagógica até os anos 1980. Como a arte da leitura é a análise da fala, levemos desde logo a conhecer os valores fônicos das letras, porque é com o valor que há de ler e não com o nome delas.'' (RIBEIRO, 1936, *apud* Mortatti, 2000:54).

Soares (2016, p. 18) cita que o olhar sobre a realidade psicológica da criança nasce da necessidade de tornar a aprendizagem significativa e, para isso, parte da compreensão da palavra escrita para dela chegar ao valor sonoro de sílabas e grafemas, dando origem aos métodos que recebem a denominação genérica de analíticos.

Entre eles, destacou-se o método da palavração, introduzido no Brasil também nos anos de 1880 pela cartilha maternal de João de Deus, de que Silva Jardim, eminente educador paulista, nas últimas décadas do século XX, foi o grande divulgador. Palavras de Silva

Jardim, em conferência de 1884, evidenciam esta segunda via de evolução no campo dos métodos de alfabetização:

> É fictícia a soletração, em que reúnem nomes absurdos exigindo em seguida valores; transitória a silabação, em que reúnem sílabas, isoladamente, para depois ler a palavra; definitiva a palavração, em que se lê desde logo a palavra […] como aprendemos a falar? Falando palavras; como aprendemos a ler? É claro que lendo essas mesmas palavras. (SILVA JARDIM, 1884, *apud* MORTATTI, 2000:48).

Para os autores supracitados, se for "colocar na balança" qual dos dois métodos de alfabetização vigentes da época iria se sobrepor o método analítico ganharia, pois ele parte das unidades maiores como o texto, frases e palavras até chegar às unidades menores, tornando a aprendizagem significativa, pois teria uma compreensão que partiria do texto, fazendo a sua decodificação até chegar às sílabas e fonemas.

Para Soares (2016, p. 19), a controvérsia se concretizou em um movimento pendular: ora a opção pelo princípio da síntese, segundo o qual a aprendizagem da língua escrita deve partir das unidades menores da língua dos fonemas, das sílabas em direção as unidades maiores à palavra, à frase, ao texto (método fônico, método silábico); ora a opção pelo princípio da análise, segundo o qual a aprendizagem deve partir das unidades maiores e portadoras de sentido, para posteriormente acessar as palavras e frases. Nesta perspectiva, o texto segue em direção às unidades menores.

Em 1980 houve uma mudança nos rumos da educação que difundiu-se por todo o país. Uma nova proposta pedagógica com o surgimento do paradigma cognitivista, na versão da epistemologia genética de Jean Piaget (1975), com a denominação de construtivismo que se consagrou entre os educadores brasileiros, rompendo com métodos de alfabetização vigentes, embasados no tradicionalismo.

O construtivismo não era mais um novo método, mas sim uma nova fundamentação teórica e conceitual do processo de alfabetização, objetivando a construção da linguagem escrita. Naquele período, educadores das correntes mais inovadoras lançaram sobre o construtivismo o troféu da "salvação" para os problemas de analfabetismo e combate ao fracasso, embora soubesse que o fracasso da alfabetização era sobretudo de razões sociais. O construtivismo surgiu rompendo o paradigma propostos pelo método tradicional e foi difundido no Brasil a partir das ideias de Emília Ferreiro e Ana Teberosky (1986) quando afirmam que

> Fundamentando-se em objetos e pressupostos radicalmente diferente, no quadro da matriz teórica do Cognitivismo Piagetiano, o novo paradigma afirma, ao contrário, a prevalência da aprendizagem sobre o ensino, deslocando o foco do professor para o

> aprendiz; esclarece que o processo de aprendizagem da língua escrita se dá por uma construção progressiva do princípio alfabético, do conceito de língua escrita como um sistema de representação dos sons da fala por sinais gráficos; propõe que se proporcione à criança oportunidades para que construa esse princípio e esse conceito por meio de interação com matérias reais de leitura e de escrita textos de diferentes gêneros e em diferentes portadores: textos "para ler", e não textos artificialmente elaborados "para aprender a ler", apagando-se, assim, a distinção, que métodos sintéticos e analíticos assumem, entre aprendizagem do sistema de escrita e práticas de leitura e de escrita. (FERREIRO & TEBEROSKY, 1986, *apud* SOARES 2016, p. 20).

Segundo Ferreiro (1984), a escrita deve ser estimulada a partir de textos atuais, livros, histórias, jornais, revistas, dentre outros. Para a autora, as cartilhas são ultrapassadas, artificiais e desinteressantes. A criança precisa ter acesso aos materiais reais de leitura e escrita, e não a textos sem sentido com o foco apenas no "aprender a ler e escrever" que desenvolva a passividade, em um movimento de não reflexão.

Quando a criança é estimulada ao conhecimento de diferentes gêneros textuais, a aprendizagem é bem mais significativa, pois ela passará a ter desejo pela leitura. Todavia, é importante ressaltar que a aprendizagem apenas é significativa para o aluno quando novas ideias se relacionam aos conhecimentos prévios que eles já possuem, ou seja, aquilo que eles já sabem, ampliando o seu conhecimento, atribuindo novas aprendizagens e significados, fazendo uma acomodação desses novos conhecimentos.

Ferreiro e Teberosky (1999) afirmam que uma criança de 4 a 5 anos que vive em um ambiente urbano, com contato permanente de informações gerais, não precisa chegar à escola e ter uma professora à sua frente para lhe ensinar. As aprendizagens construídas em outros ambientes por elas trazem a afirmativa de que a escola não é o único espaço de aprendizagem. Para Ferreiro e Teberosky (1999), método não "cria aprendizagem'', visto que as crianças aprendem através dos processos e não por métodos sistemáticos e mecânicos". Elas são sujeitos cognoscentes, ou seja, que proporcionam a sua própria aprendizagem através da própria atividade.

Nesta linha de pensamento, as crianças nascem e ao se desenvolverem seguem construindo o seu conhecimento e, por mais complexo que seja, é preciso ser construído individualmente, singular e não será diferente no sistema de escrita alfabético. Ferreiro (1984) expressa que o sujeito é o produtor do seu próprio conhecimento. Para a autora, a apropriação da escrita se baseia em conhecimentos prévios, assimilações e generalizações, dependendo do seu círculo social e contexto cultural.

Na contemporaneidade, os estudos em alfabetização recebem as contribuições de Magda Soares (2003), propondo uma pesquisa relacionada ao conceito de alfabetização com o de letramento. Para ela, a alfabetização é a aquisição do sistema convencional de escrita como o alfabético e ortográfico. O letramento vai além, fazendo uso competente das habilidades da leitura e escrita em práticas sociais. Por mais que sejam distintos, alfabetização e letramento são interdependentes, pois não faz sentido um texto bem elaborado que não possua finalidades para uso social.

ALFABETIZAÇÃO NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

Sabemos que o professor alfabetizador, especialmente os das séries iniciais do Ensino Fundamental, precisam ter acesso e compreender as implicações do ato de alfabetizar. É preciso um movimento de descontextualização para a contextualização tanto do que se lê, quanto do que é escrito. Ou seja, métodos de uma alfabetização formal, em que além de textos decorativos se trabalham o ensino das sílabas de uma forma mecânica não favorece a uma participação social ativa.

Segundo Paulo Freire (1996, p. 74), "não basta saber ler que Eva viu a uva. É preciso compreender qual a posição que Eva ocupa no contexto social, quem trabalha para produzir a uva e quem lucra com esse trabalho". Alfabetizar vai além da forma decorativa, mas parte da compreensão do contexto social da criança, entendendo e resignificando a leitura de modo reflexivo.

Ler é compreender o mundo. As crianças precisam ter possibilidades educativas através da leitura e do letramento, que tragam a compreensão que elas necessitam. O desejo pela leitura vem dos estímulos ofertados, respeitando as etapas de desenvolvimento, como sugere Piaget (1975).

SABERES DOCENTES E PRÁTICA PEDAGÓGICA

Os educadores devem sempre buscar novos métodos e conhecimentos sobre a alfabetização, pois ser professor requer sempre estar em buscar de mudanças e inovações pedagógicas, buscando uma nova forma de pôr em prática a alfabetização adequada para os discentes, viabilizado o processo alfabetizador de cada criança de forma positiva e significativa. Para tanto, Tardif (2011) afirma que “ O saber dos professores é plural, heterogêneo, porque envolve, no próprio exercício do trabalho, conhecimentos e um saber

fazer bastante diversos, provenientes de fontes variadas e, provavelmente, de natureza diferente. (TARDIF, 2011, p. 18).

Assim, compreendemos a importância dos saberes serem constituídos a partir do saber ser e do saber fazer aos educandos que estão inseridos na realidade cotidiana, tendo em vista que o saber é constituido de vários saberes.

MATERIAL E MÉTODO

O trabalho de pesquisa se voltou para um estudo direcionado à concepção dos saberes docente acerca da alfabetização e de que forma as políticas públicas de ensino têm se voltado para esta temática.

Neste sentido, a metodologia aplicada a este estudo foi debruçada na abordagem qualitativa de pesquisa. O instrumento de coleta dos dados foi uma entrevista semiestruturada. O *lócus* da pesquisa foi uma escola da Rede Municipal, localizada na região metropolitana da grande Recife. A escolha dos sujeitos da pesquisa teve como base a linha teórica de Huberman (1995) que trabalha com o tempo de profissionalização dos professores, dividindo em etapas, mostrando as diferenças de sentimentos e atuação dos docentes frente aos anos de profissão.

Elegemos então o universo de docentes da escola na modalidade da alfabetização dos anos inicias do Ensino Fudamental, totalizando três entrevistadas. As entrevistas foram estruturadas em um roteiro com oito questões, no formato on-line, buscando compreender as concepções dos docentes em relação ao tema proposto.

Quadro 1 - Mapa do perfil dos sujeitos investigados

PROFESSORAS	FORMAÇÃO	EXPERIÊNCIA
P1	Pedagogia	25 anos
P2	Pedagogia	10 anos
P3	Pedagogia	12 anos

Fonte: as autoras

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando as falas dos sujeitos, encontramos semelhanças e diferenças relacionadas aos questionamentos sobre os mesmos conceitos.

Quadro 2 - Conceituação sobre alfabetização

Identificação do professor	Excertos de Depoimentos
P1	Na minha concepção alfabetização é o aprendizado do sistema de escrita, alfabeto e uso do mesmo para a composição dos códigos de comunicação com apropriação.
P2	Alfabetizar para mim é fazer com que uma criança compreenda os símbolos da escrita, mas não somente isso, é preciso aprender a ler e escrever com eficiência.
P3	Para mim a alfabetização é muito mais do que apenas juntar letras, digamos assim, ou codificar e decodificar grafemas e fonemas. Alfabetizar é todo um processo que consiste em tornar o aluno um cidadão crítico e reflexivo.

Fonte: as autoras

Percebe-se que as professoras concordam que a alfabetização é a aquisição do processo de leitura e de escrita, mas que estrutura-se além de um código mecânico e repetitivo. A preocupação da construção de uma leitura crítica e compreensão de mundo está presente em ambos os discursos.

Neste sentido, como bem afirma Tardif (2007), ressalta-se a importância de os saberes serem constituídos a partir do saber ser e do saber fazer aos educandos que estão inseridos na realidade cotidiana.

Quadro 3 - desafios encontrados pelas professoras em suas práticas pedagógicas

QUAIS OS DESAFIOS DA SUA PRÁTICA PEDAGOGICA AO ALFABETIZAR ?	
Identificação do professor	**Excertos de Depoimentos (ED)**
P1	Sim, encontro vários desafios em qualquer processo, mas nada que venha a dificultar, usando estratégia e respeitando o tempo dos alunos.
P2	Sim, todos os dias novos desafios surgem, principalmente nesse período pandêmico que estamos passando. Ensino remoto é um desafio, ensino híbrido é um desafio. Volta às aulas pós-isolamento foi um desafio e ainda está sendo.
P3	Sim, o principal eu posso dizer que é a desvalorização do mundo da leitura. Eu acredito que as crianças precisam ser mais estimuladas pelos pais.

Fonte: as autoras

Sabemos que o grande desafio da alfabetização tem se voltado em diversos fatores que eclodiram com o passar do tempo. Para tanto, os professores inseridos no processo têm enfrentado e vem se reinventado a cada dia. Neste contexto, P3 aborda a importância do trabalho centrado para os desafios do cotidiano. Segundo ela: “Se os pais tivessem o hábito de ler histórias para seus filhos ou se até mesmo indagassem às crianças como foi o dia delas na

escola, o que elas aprenderam, seria bem melhor para elas, pois estariam sendo incentivadas pela família até para reconto das histórias vivenciadas na sala de aula".

Percebe-se, neste discurso, que a cultura literária do país fragiliza a ação docente, pois não é hábito do povo brasileiro. Para tanto, fica claro a necessidade do profissional de educação buscar instrumentos formativos para auxiliar a prática pedagógica na aplicabilidade de processos de alfabetização.

P1, P2 e P3 concordam que é preciso estímulos além da escola, como instrumento facilitador do processo alfabético. Um ambiente que estimula a leitura favorece o acesso das crianças fora do ambiente escolar.

P2 traz em seu discurso as dificuldades do ensino remoto, necessários no período do isolamento social, ocasionado pelo vírus da Covid-19, que fechou as escolas no ano letivo de 2022.

Quadro 4 - contribuições da BNCC para o processo de alfabetização

A BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR É UMA BASE PARA A SUA AÇÃO EM ALFABETIZAÇÃO?	
Identificação do professor	**Excertos de Depoimentos (ED)**
P1	Sim, utilizo a BNCC como base para mediar o processo de ensino e aprendizagem para com os meus alunos.
P2	É também um auxilio. A gente tem a política da rede, no caso, mas eu sempre uso a BNCC como um documento auxiliar.
P3	Sim, ela me ajuda a potencializar a garantia que meu trabalho será reconhecido através do aprendizado dos meus estudantes.

Fonte: as autoras

Os discursos das professoras investigadas apontam para que, de fato, a BNCC vem contribuindo com as práticas de alfabetização nos espaços escolares, sendo um documento normatizador deste processo.

Quadro 5 - práticas de alfabetização para a aquisição da leitura e da escrita

COMO TÊM SIDO TRABALHADAS NO CENÁRIO DE SALA DE AULA AS PRÁTICAS DE ALFABETIZAÇÃO DA AQUISIÇÃO DA LEITURA E ESCRITA?	
Identificação do professor	**Excertos de Depoimentos (ED)**
P1	Tenho visto muitos docentes utilizando as estratégias lúdicas e consciência fonológica para desenvolver seu trabalho diante da sua turma.
P2	Esse processo de pandemia tem atrapalhado muito. Como eu sou professora do 1°

	ano, a gente já espera que os alunos quando chegam nessa turma já tenham a noção tanto da escrita quanto da leitura.
P3	Tem sido muito desafiador, pois estamos saindo de uma pandemia que atrapalhou bastante até a saída dos estudantes de casa.

Fonte: as autoras

Baseado nas respostas acima, é nítido perceber que os docentes se reinventam para que o processo da alfabetização ocorra na sala de aula, mesmo com todos os desafios enfrentados devido à pandemia da Covid-19. Podemos perceber com clareza o trabalho pertinente à vivência do lúdico e da consciência fonológica em sala de aula.

Perante o exposto sabemos que é necessário ofertar ao aluno um ensino de qualidade, inserindo aprendizagens de forma lúdica e que estimulem o desejo pela aprendizagem da leitura.

Quadro 6 - o olhar dos docentes sobre a oferta de formação pela instituição

EXISTE FORMAÇÃO CONTINUADA COM A TEMÁTICA DE ALFABETIZAÇÃO (ANOS INICIAIS) NA INSTITUIÇÃO EM QUE VOCÊ ATUA?	
Identificação do professor	**Excertos de Depoimentos (ED)**
P1	Sim, inclusive eu já participei de algumas formações com essa temática.
P2	Então, a gente tem um calendário de formações. Esse ano eu ainda não tive, acredito que só no final do mês, mas a gente tem focado nisso.
P3	Existe, sim.

Fonte: as autoras

No tocante às formações continuadas, na temática de alfabetização, P1, P2 e P3 confirmam que participam de formações com a temática de alfabetização, vinculadas às redes nas quais atuam. Percebe-se que há uma continuidade e fortalecimento do conceito de alfabetização nas formações.

Perante o exposto, sabemos que a formação continuada é direito do docente, segundo o que afirma no art. 61 do Título VI, Art. 61, da LDB.

Quadro 7 - faixa etária específica para a alfabetização na infância

HÁ UMA FAIXA ETÁRIA IDEAL PARA O PROCESSO DE ALFABETIZAÇÃO?	
Identificação do professor	**Excertos de Depoimentos (ED)**
P1	Sim, claro. De acordo com a BNCC o ideal é iniciar o processo de alfabetização no 1° ano do Ensino Fundamental.
P2	Eu acredito que sim, por questão de autonomia, por questão de a criança desenvolver as suas habilidades.
P3	Sim, as crianças iniciam esse processo no 1° Ano aos 6 anos de idade e terminam no 2° ano.

Fonte: as autoras

Há uma concordância sobre a necessidade de se estabelecer uma faixa etária para a aquisição da leitura. No discurso das entrevistadas, as séries iniciais do Ensino Fundamental determinam este processo.

Quadro 8 - quando pode-se afirmar que uma criança está alfabetizada

QUANDO PODEMOS DIZER QUE UMA CRIANÇA ESTÁ ALFABETIZADA?	
Identificação do professor	**Excertos de Depoimentos (ED)**
P1	Na minha concepção é quando a criança consegue compreender a escrita; ler e compreender o que leu.
P2	Na minha ideia é quando compreende os grafemas, fonemas, identifica letras, forma palavras e frases. É quando ela consegue em primeira mão saber ler, identificar, reconhecer.
P3	Quando ela domina a aquisição da leitura e da escrita.

Fonte: as autoras

Esta pergunta foi feita aos docentes com o intuito de saber a concepção de cada uma delas. As compreensões são semelhantes, relatando que uma criança está alfabetizada quando compreende, reconhece e domina o código alfabético.

CONSIDERAÇÕES

Pensar sobre a concepção dos saberes docentes, conforme o processo de ensino-aprendizagem com ênfase na alfabetização, é bastante complexo e isso ocorre de forma contínua e singular. Percebe-se no decorrer do artigo que a alfabetização sofreu mudanças ao longo dos anos, saindo do tradicionalismo do processo de ensino-aprendizagem, ou seja, os métodos da alfabetização que com o passar dos anos foram vistos como antagônicos e defasados foi dando lugar às novas teorias de aprendizagem como o construtivismo, que trouxe grandes contribuições para as práticas pedagógicas.

Segundo a análise de dados, compreendemos através das respostas a concepção de cada docente a respeito da alfabetização. Cada Profissional alfabetizador entrevistado tem diferentes visões relacionadas à alfabetização nos anos iniciais do ensino fundamental.

No entanto, observamos que há dificuldades para que de fato a alfabetização ocorra. Com base nas pesquisas e nas entrevistas vimos que existem vários desafios e que alfabetizar não é uma tarefa fácil, exigindo um compromisso por parte do educador para ofertar ao aluno uma educação de qualidade, agregando a inserção do mesmo em um

ambiente alfabetizador, aproximando o contexto social do educando ao seu processo educacional, tendo como objetivo que a criança seja alfabetizada de uma forma significativa, lúdica e que possa construir novos conhecimentos a cada dia.

Para atingir uma educação de qualidade acreditamos numa aprendizagem significativa, em que os alunos possam aprender, sobretudo através do meio em que ele está inserido, em práticas de leitura de textos reais que façam parte do seu cotidiano.

Nessa perspectiva, acreditamos que para um professor ser um bom alfabetizador é preciso que para ele seja ofertada uma formação que proporcione conhecimentos teóricos inovadores.

REFERÊNCIAS

ALARÇÃO, I. **Professores Reflexivos em Uma Escola Reflexiva**. São Paulo: Editora Cortez, 2011.

BRASIL. **Parâmetros curriculares Nacionais** – PCNs. Brasília: MEC, 1997.

COSTA, Fabíola Elizabete. **Políticas Públicas de Alfabetização no Brasil:** análise do Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa (PNAIC) e da Política Nacional de Alfabetização (PNA). 2021. 86 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel - PR. Disponível em: https://tede.unioeste.br/handle/tede/5474. Acesso em: 20 mar. 2022.

DAMASCENO, M. ; Therrien, J. (orgs.). **As práticas Culturais dos Estudantes:** experiências vividas e socialização escolar. Campinas: Papirus, 1993.

DECRETO **Nº 9.765, DE 11 DE ABRIL DE 2019**. Gov.br, 2019. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/71137476/do1e-2019-04-11-decreto-n-9-765-de-11-de-abril-de-2019-71137431. Acesso em: 15 mar. 2022.

FENELON, J. N. **Saberes docentes em construção**: as perceções dos professores sobre o trabalho com a Pedagogia de Projetos. Belo Horizonte, 2004.

FERREIRO, E.; TEBEROSKY, A**. Psicogênese da língua escrita**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

FREIRE, P. **Ação cultural para liberdade e outros escritos.** 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia.** 20 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido.** 17 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GUIMARÃES, O. M. de S. **Saberes docentes mobilizados na dinâmica do trabalho docente:** um olhar a partir do ensino Fundamental (Dissertação de Mestrado). Recife (2004): Universidade Federal de Pernambuco.

IMBERNON, F**. Formação continuada de professores**. Porto Alegre: Artemed, 2010.

LDBE - Lei nº 9.394 de 20 de Dezembro de 1996.

MALHÃES, H. **A prática Pedagógica**: ação dialógica na construção de Dentidades. 2 ed. Rio de Janeiro: Wak, 2011.

MOREIRA, M. A. **O que é afinal aprendizagem significativa**? Revista cultural La Laguna Espanha, 2012. Disponível em: http://moreira.if.ufrgs.br/oqueeafinal.pdf. Acesso em: 22 fev. 2022.

MORTATTI, M. R. L. **Os sentidos da alfabetização**: São Paulo: UNESP/INEP, 2000.

NOVOA, A. **Formação de professores e profissão docente**. *In:* Novoa, A. Os professores e sua formação. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1992.

OLIVEIRA, M. M. **Como Fazer uma pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

ORLANDI, E. P **Análise do discurso**: princípios e procedimentos: São Paulo: Pontes, 2005.

PERRENOUD, P. **Escola e cidadania: o** papel da escola na formação para a Democracia. Porto Alegre: Artmed, 2005.

PERRENOUD, P. **Novas Competências para Ensinar**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SOARES, M. **Alfabetização**: a questão dos métodos. São Paulo, 2020.

SOARES, M. **Alfabetização e letramento**, São Paulo: Editora contexto, 2018.
PIAGET, J. **Psicologia e pedagogia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.

SOARES, M. **Alfaletrar:** Toda Criança pode aprender a ler e escrever. São Paulo: Editora contexto, 2020.

ALFABETIZAÇÃO NA PERSPECTIVA DO LETRAMENTO: INVESTIGANDO AS PRÁTICAS PEDAGÓGICAS PARA ALFABETIZAR NOS ANOS INICIAIS

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p04

Andrea Simone Freitas[1]
Daysiane Cristine Regis[2]
Janaina Duarte[3]
Lydja Carla Lima[4]
Valéria Alexandre Silva[5]
Fabiana Maria da Silva[6]

RESUMO

Este estudo teve por objetivo analisar de que maneira a alfabetização na perspectiva do letramento, nas séries iniciais do ensino fundamental, contribui com a concepção de educação durante a pandemia da Covid-19. Como procedimento metodológico foi utilizada uma pesquisa de cunho qualitativo e para a coleta de dados foi aplicado um formulário on-line direcionado às professoras alfabetizadoras. A partir da análise de dados identificou-se os principais desafios enfrentados durante a pandemia da Covid-19 e como as professoras se reinventaram diante das TICs.

Palavras-Chaves: Alfabetização. Letramento. Covid-19. Ensino Remoto.

Data de submissão: 29/06/2022
Data de aprovação: 31/08/2022

ABSTRACT

This study aimed to analyze how literacy from a literacy perspective, in the early grades of elementary school, contributes to the concept of education during the Covid-19 pandemic. As a methodological procedure, a qualitative research was used and for data collection we applied an online form aimed at literacy teachers. From the data analysis, the main challenges faced during the Covid-19 pandemic were identified and how teachers reinvented themselves in the face of ICTs.

Keywords: Literacy. Literacy. Covid-19. Remote Learning.

[1] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: simone14andrea@outluk.com
[2] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: daysinhacristin@gmail.com
[3] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: jana.vasco@gmail.com
[4] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: lyjdjacarla@gmail.com
[5] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: valeriaalexandre81@gmail.com
[6] Professora orientadora do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: fabiana.silva1@gmail.com

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi elaborada com o objetivo de analisar de que maneira a alfabetização, na perspectiva do letramento, nas séries iniciais do ensino fundamental, contribui com a concepção de educação durante a pandemia da Covid-19.

O tema proposto no presente estudo foi escolhido a partir do interesse sobre a prática pedagógica em relação à alfabetização na perspectiva do letramento nos anos iniciais do ensino fundamental.

A educação brasileira atual vem sendo orientada pelos propósitos de formação humana integral, comprometida com a democratização da escola e com a inclusão necessária para contemplar uma educação para todos. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) de 2017 é um dos pilares que fundamenta a construção de uma escola onde o aluno é considerado sujeito de sua própria história, isto é, seja capaz de ler o mundo através das diversas linguagens em diferentes contextos, valorizando a cultura.

Ao observar a relevância da leitura para o contexto escolar contemporâneo e direcionado à formação cidadã, capacitando o aluno a ser um agente transformador, compreendemos que a alfabetização na perspectiva do letramento é tema essencial para o desenvolvimento pleno desse indivíduo na nossa sociedade. Portanto, cabe frisar a importância dessa temática para a educação. Nesse sentido, faremos uso dos estudos de Soares (2004), buscando conceituar e confrontar esses termos e aproximá-los das práticas sociais, pois só assim é possível compreender melhor o processo de alfabetização na perspectiva do letramento.

O trabalho tem o seguinte objetivo geral: analisar de que maneira a alfabetização na perspectiva do letramento, nas series iniciais do ensino fundamental, contribui com a concepção de educação durante a pandemia da Covid-19. Os objetivos específicos são: 1. Apontar as diferentes dimensões que caracterizam a alfabetização na perspectiva do letramento na situação atual; 2. Destacar a compreensão docente em torno da prática alfabetizadora e dos processos indissociáveis da alfabetização e do letramento; 3. Relacionar obstáculos enfrentados na prática alfabetizadora na perspectiva do letramento durante a pandemia da Covid-19 com o referencial teórico apresentado.

A pesquisa buscou analisar como essa prática está sendo realizada nas escolas, compatível ou não com as exigências atuais de formação leitora crítica e reflexiva. Com essas considerações, o presente trabalho procura contribuir com as reflexões sobre a alfabetização na perspectiva do letramento e como ela se efetiva na prática da escola democratizada.

METODOLOGIA

A pesquisa em questão é de cunho qualitativo, pois esta abordagem envolve o estudo de literatura pertinente ao tema, observações, aplicações de questionário, entrevistas e análises de dados que devem ser apresentados de forma descritiva.

Para a coleta de dados foi aplicado um questionário contendo duas seções: a primeira seção com quatro perguntas, e a segunda contendo seis perguntas, todas em formato de formulário *on-line*, respondido através da plataforma *Google*.

Como sujeitos da pesquisa optamos por selecionar professores da educação básica, nas séries específicas (1º e 2º anos), pois conforme a BNCC (2017) são as séries indicadas para a alfabetização. Entretanto, diante das especificidades da alfabetização na perspectiva do letramento, adicionamos os professores do 3º ano.

Ao todo foram 30 (trinta) respondentes do formulário *on-line*. Esses sujeitos são oriundos da rede particular de ensino da Região Metropolitana de Recife.

DIFERENCIAÇÃO ENTRE ALFABETIZAÇÃO E LETRAMENTO

Ao longo deste capítulo serão apresentados alguns conceitos de alfabetização na perspectiva do letramento, e como esses fenômenos são confundidos apesar de possuírem significados diferentes e específicos. Aludindo que são práticas indissociáveis e simultâneas, destacaremos o entendimento docente em torno da prática alfabetizadora.

A discussão sobre as dificuldades de alfabetização e letramento é um processo que perdura há décadas. Dados apontados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacional Anísio Teixeira (INEP) apresentaram na Avaliação Nacional da Alfabetização e Letramento 2016 - (ANA) que somente a metade dos estudantes do 3° ano alcançaram eficiência em leitura e escrita, tendo sido esta uma questão bastante discutida pelos que se preocupam com a alfabetização na idade certa. Segundo Soares (2020):

> Os resultados da Avaliação Nacional de Alfabetização (ANA) em 2016 mostram que mais da metade (54,7%) das crianças no 3º ano do ensino fundamental foram avaliadas como estando em "nível insuficiente" quando já teriam pelo menos três anos de escolarização e deveriam já estar alfabetizadas, capazes de ler e interpretar pequenos textos, habilidades avaliadas pela ANA. (SOARES, 2020 p. 9).

Assim, pode-se inferir que para haver uma continuidade no processo de escolarização em todas as áreas e todos os níveis de ensino é necessária a aprendizagem da leitura e da escrita, pois sem a apropriação dessas habilidades é possível que o fracasso se estenda ao longo da escolarização. Entretanto, para que as pesquisas mostrem números mais satisfatórios acerca do desenvolvimento dos educandos, é preciso um esforço geral, trabalho conjunto

entre família e escola, comprometidos com a formação cidadã, mostrando ao aluno o melhor caminho para o conhecimento.

Para Soares (2004), até os anos de 1980, a alfabetização consistia na decifração de um código, onde os sons da fala eram diretamente relacionados às letras do sistema alfabético. A partir no início nos anos de 1980 houve uma mudança de paradigmas no que se refere à alfabetização, trazendo uma nova perspectiva para a educação, através de estudos e pesquisas sobre as relações entre a oralidade e a escrita.

Freire (1989) assente que o processo de alfabetização se caracteriza pelo ato de ler e escrever e para que isso ocorra é necessário o acompanhamento do aluno nesta ação. O professor alfabetizador é um agente relevante no processo de aprendizagem. Sua atenção às especifidades dos educandos pode garantir uma aprendizagem efetiva. Para saber ler e escrever é indispensável o acompanhamento e o diálogo, sendo necessário também que os educandos se esforcem para compreender a forma pela qual transformamos letras em palavras e textos. A alfabetização não possui receita pronta em relação ao método, pois a forma de aprendizagem de uma criança pode ser diferente da outra. O método aplicado em uma turma pode não ter o mesmo resultado em outra.

Conforme ressalta Soares (2004, p. 15), "letrar é mais que alfabetizar. É ensinar dentro de um contexto em que a leitura e a escrita tenham sentido e façam parte da vida do aluno". É a prática envolvendo a leitura e a escrita após o ato de conhecer os códigos linguísticos. Nesse sentido, é de grande importância que a criança perceba a importância do ato de aprender a ler e escrever. Mais importante ainda é a chance de despertar a curiosidade e o gosto por aprender, pois assim o processo de alfabetização deste aluno se tornará mais fácil, tendo em vista que

> O letramento representa o desenvolvimento explícito e sistemático de habilidades e estratégias de leitura e escrita. Em outras palavras, aprender o sistema alfabético de escrita e, simultaneamente, conhecer e aprender seus usos sociais: ler, interpretar e produzir textos. Não apenas alfabetizar, mas alfabetizar e letrar, **Alfaletrar.** (SOARES, 2020, p. 12, grifo nosso).

Entretanto, se faz necessário envolver os alunos com o meio letrado, pois o contato possibilita a descoberta e traz benefícios. Acrescentamos que os professores devem oferecer múltiplas oportunidades para ler e escrever.

Alfabetizar na perspectiva do letramento tem sentido mais amplo, pois é preciso dar atenção ao contexto no qual o aluno está inserido para envolvê-lo em uma aprendizagem significativa. E quando há o comprometimento com a aprendizagem das crianças, sempre

exaltando a sua confiança na capacidade de aprender, é possível comprovar que todas elas podem aprender a ler e escrever. (SOARES, 2020).

PRÁTICAS DOCENTES PARA ALFABETIZAR NA PERSPECTIVA DO LETRAMENTO

As práticas docentes são ações específicas do educador que devem estar voltadas para as realizações de suas atividades dentro e fora da sala de aula, utilizando diferentes métodos e estratégias que levem os alunos a se aproximarem de determinados conhecimentos e saberes resultantes de várias práticas, dentro do cotidiano dos educandos, fundadas na criatividade, no diálogo e na reflexão, para formar cidadãos críticos. Sobre isso Freire (1989) ressalta que:

> Alfabetização é mais que o simples domínio mecânico de técnicas para escrever e ler. Com efeito, ela é o domínio dessas técnicas em termos conscientes. É entender o que se lê e escreve o que se entende [...] Implica uma auto formação da qual se pode resultar uma postura atuante do homem sobre seu contexto. Para isso a alfabetização não pode se fazer de cima para baixo, nem de fora para dentro, como uma doação ou uma exposição, mas de dentro para fora pelo próprio analfabeto, apenas ajustado pelo educador. Isto faz com que o papel do educador seja fundamentalmente diálogos com o analfabeto sobre situações concretas, oferecendo-lhes os meios com que os quais possa se alfabetizar. (FREIRE, 1989, p. 72).

Para identificar as práticas docentes com a intenção de alfabetizar na perspectiva do letramento, se faz necessário observar que são atividades diferentes, contudo se apresentam coexistentes. O letramento é um conceito amplo e multifacetado que visa levar o estudante ao conhecimento crítico do uso da língua, enquanto a alfabetização se dá pelo domínio do sistema alfabético. Sendo assim, Soares (2020) afirma:

> Para alfabetizar e letrar de forma indissociável e simultânea, é necessário que se compreenda os processos de aprendizagem do sistema alfabético de escrita, que envolvem habilidades cognitivas e linguísticas necessárias à apropriação de um objeto de conhecimento específico, um sistema de representação abstrato e bastante complexo. Os processos de aprendizagem de leitura e da produção textual, que envolvem habilidades cognitivas e linguísticas necessárias à aquisição de objetos de conhecimentos específicos- as competências de leitura e interpretação e de produção de textos, em diferentes situações que envolvam a língua escrita e eventos de letramento. (SOARES, 2020, p. 36).

Diante do abordado por Soares (2020), podemos deduzir que os estudantes das séries iniciais foram os maiores prejudicados pelas medidas de distanciamento social, uma vez que o período da alfabetização é de suma importância no desenvolvimento das séries subsequentes. Nessa perspectiva, buscou-se reinventar as formas de ensino e aprendizagem. A ação pedagógica que era essencialmente presencial passou a ser a distância, impactando diretamente o processo de alfabetização e letramento.

Diante da situação atual brasileira, Denise Guilherme (2020, p. 1) explica que "o fechamento das escolas e a adoção emergencial do ensino a distância trouxe muitos desafios, fazendo com que muitas famílias se questionassem: "meu filho vai ser alfabetizado esse ano. E agora? Isso vai prejudicar o futuro dele?"

Nesse contexto, a alfabetização foi prejudicada ainda na fase inicial, pois a pandemia da Covid-19 está exigindo muito mais esforço dos professores, principalmente dos anos iniciais, uma vez que o processo de aprendizagem requer uma interação presencial do estudante com o alfabetizador devido às especificidades de compreensão da língua e devido à dificuldade de concentração em decorrência da maturidade dos estudantes.

Segundo Souza (2020), as novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) fazem parte do dia a dia dos alunos de escolas e universidades. Professores de diferentes áreas do conhecimento são incentivados a incluir atividades pedagógicas que incluam ativos tecnológicos. Embora haja um enorme potencial a ser explorado no contexto da educação, professores e alunos precisam se sentir seguros sobre seu potencial a essas tecnologias. Em termos de produtividade e criatividade, professores e alunos estão desempenhando cada vez mais papéis neste novo ambiente, portanto, suporte técnico e métodos de ensino precisam ser discutidos. Fica claro que a interação social presencial entre professores e alunos é essencial para um melhor desenvolvimento do aprendizado. Dentro desta perspectiva, Gomes *et al* (2021) relatam:

> No caso do distanciamento social, medida preventiva mais eficaz contra doenças, houve a necessidade de reavaliar o processo ensino-aprendizagem, pois o distanciamento social obrigou alunos de todo o mundo a adotarem as tecnologias de informação e comunicação (TIC) para dar continuidade à rotina de estudos. Consequentemente, as TIC e a *Internet* são cada vez mais utilizadas pelas instituições de ensino para compensar esta ausência nas salas de aula. No entanto, precisamos considerar se esse novo método de ensino e aprendizagem pode impactar o aprendizado dos alunos. Com o início da pandemia, as estratégias de ensino à distância são um meio importante de reduzir os efeitos do distanciamento social, no entanto, as evidências sugerem que muitas lacunas serão criadas sem a interação professor-aluno. (GOMES *et al*., 2021, p. 2-3).

Vale destacar que o distanciamento social trouxe possibilidades de uso das TIC, aproximou as pessoas das redes de compartilhamento de informação e possibilitou que aprendêssemos com novos contextos de interação.

COMO OS PROFESSORES SE REINVENTARAM PARA DAR CONTINUIDADE AO ENSINO ATRAVÉS DAS MÍDIAS: REALIDADES E DESAFIOS

Constata-se que a *internet* foi e ainda está desempenhando um papel fundamental para quase tudo. Devido à pandemia da Covid-19, as mídias levaram a população a se reinventar, trazendo as aulas para dentro dos seus lares. Com o isolamento social, o uso da *internet* passou a ser indispensável para que as pessoas possam manter contato com seus familiares, atividades de trabalho, participar de aulas, atividades culturais e artísticas. O acesso facilitou a rotina de milhares de pessoas, uma vez que precisam seguir alguns parâmetros de "normalidades" nesse momento de suspensão das atividades presenciais.

Segundo o Concelho Nacional de Educação (CNE):

> A Organização Mundial de Saúde (OMS) declara a disseminação comunitária da Covid-19 em todos os continentes, estados e municípios brasileiros e vem ditando decretos e outros instrumentos legais e monetários que suspendem as atividades escolares de forma presencial. A longa duração da suspensão das atividades escolares presencial poderá acarretar dificuldades para a reposição de forma presencial da integridade das aulas suspensas ao final do período sem atividades regulares; danos estruturais e sociais para estudantes e familiares de baixa renda, com stress familiar e aumento da violência doméstica para as famílias, de modo geral; e abandono e aumento de evasão escolar. (BRASIL, 2020).

Devido a situação de distanciamento das escolas a dificuldade da educação no ano vigente para a reorganização de conteúdo será um desafio tanto para o professor como para o aluno, pois os referidos pareceres levam em consideração que a principal finalidade do processo educativo é o atendimento dos direitos e dos objetivos de aprendizagem previstos para cada etapa educacional que estão expressos por meio das competências previstas na Base Nacional Comum Curricular - BNCC (2017). Competências essas que não foram alcançadas mediante o cenário atual da pandemia da Covid-19.

Pesquisa realizada pelo C6/Datafolha (2021), em entrevista com 1670 estudantes ou responsáveis, entre os dias 30 de novembro e 09 de dezembro de 2020, aponta que cerca de 4 milhões de estudantes brasileiros de 6 a 34 anos abandonaram os estudos em 2020, o que representa uma taxa enorme de evasão escolar. Na educação básica 10,8% dos estudantes do ensino médio informaram ter largado os estudos. No ensino fundamental a taxa foi de 4,6%. Essas taxas são maiores do que as oficiais registradas em 2019: 4,8% no ensino médio e 1,2 % no ensino fundamental. As taxas oficiais de 2020 serão conhecidas a partir das análises de microdados do Censo da Educação Básica 2020, divulgados no início de março, já que o cálculo é feito com base no acompanhamento da trajetória dos estudantes e avalia a transição do aluno entre dois anos consecutivos. Um dos problemas principais apontados para essa evasão foram as questões financeiras e a falta de acesso às aulas remotas.

Devido ao alto índice de evasão escolar em várias modalidades e faixas etárias o ensino para os próximos anos será ainda mais desafiador para os professores. Com as medidas de

distanciamento social, devido à pandemia da Covid-19, os professores estão se reinventando, deixando as salas de aula presenciais e transportando-as para as telas dos computadores. Após a paralisação das aulas professores e estudantes enfrentaram desafios diários para manter a rotina de estudo.

É necessário que as escolas, de um modo geral, utilizem vários recursos para facilitar o aprendizado do aluno, adequando-os de forma multidisciplinar, com o uso de vários códigos de linguagem, sejam através de sons, imagens, textos e da musicalização. E mesmo com a dificuldade em aprender a utilizar novas ferramentas, em um curto período de tempo, os professores têm se desafiado, pois falar para uma multidão pode ser até fácil para muitos, mas falar para uma câmera é totalmente diferente e desafiador.

A propósito, duas situações atingiram um grupo grande de pessoas distintamente: aqueles que puderam manter o ensino remoto pela *internet* ou por outros meios eletrônicos, e tendo acompanhamento (pais, professores e familiares) e aqueles que não tinham nenhum recurso (os menos favorecidos financeiramente).

Como se não bastasse os desafios enfrentados para alfabetizar e letrar, a pandemia só veio a acrescentar uma nova etapa de dificuldades através do ensino remoto, onde os professores tiveram que se reinventar para encontrar estratégias e métodos dos mais variados para ensinar através das salas virtuais, levando os alunos a ler e a escrever, para dar conta dos conteúdos e atingir ao máximo o nível de aprendizagem dos alunos.

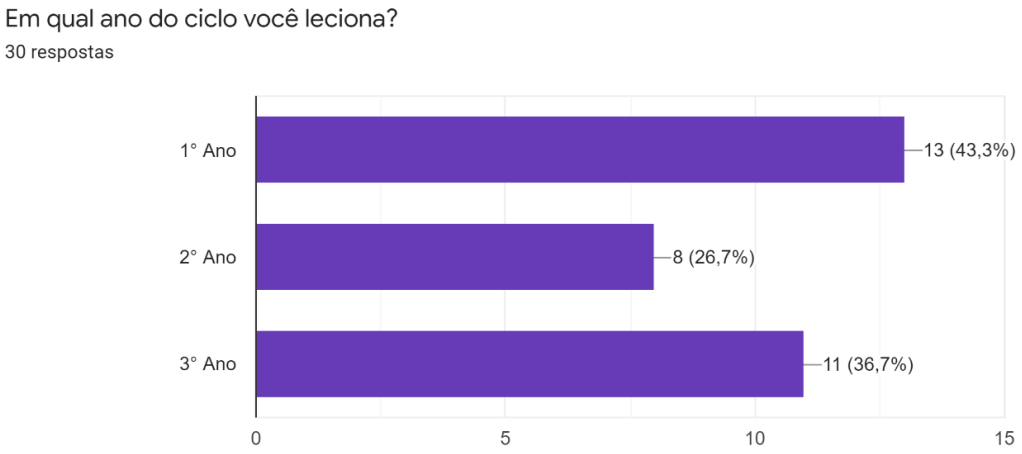
RESULTADOS

Os sujeitos desta pesquisa são oriundos da rede particular de ensino da Região Metropolitana do Recife e são professoras da educação básica, nas séries específicas para alfabetização (1º, 2º e 3º anos). A pesquisa teve a participação de 30 (trinta) professoras.

Averiguou-se que 29 delas possuem graduação, um total de 96,7%, e apenas 1 (uma) das respondentes não tem graduação. Também foi possível constatar que entre as respondentes 22 (vinte e duas) professoras possuem pós-graduação, não ficando claro qual o tipo de especialização possuem.

Quanto ao tempo de experiência na área de atuação observou-se que vai de 3 a 36 anos de experiência. Conforme o formulário *on-line* identificou-se ainda que dentre as 30 respondentes 13 (treze) lecionam no 1º ano, 8 (oito) lecionam no 2º ano e 11 (onze) lecionam no 3º ano.

Gráfico 1 – Ciclos lecionados



Fonte: as autoras

Gráfico 2 – O que é alfabetização e letramento?

Fonte: as autoras

Foi possível observar que na questão proposta às professoras sobre a concepção de alfabetização e letramento, 63,33% (19 respondentes) escolheram a alternativa que concorda com Magda Soares (2020).

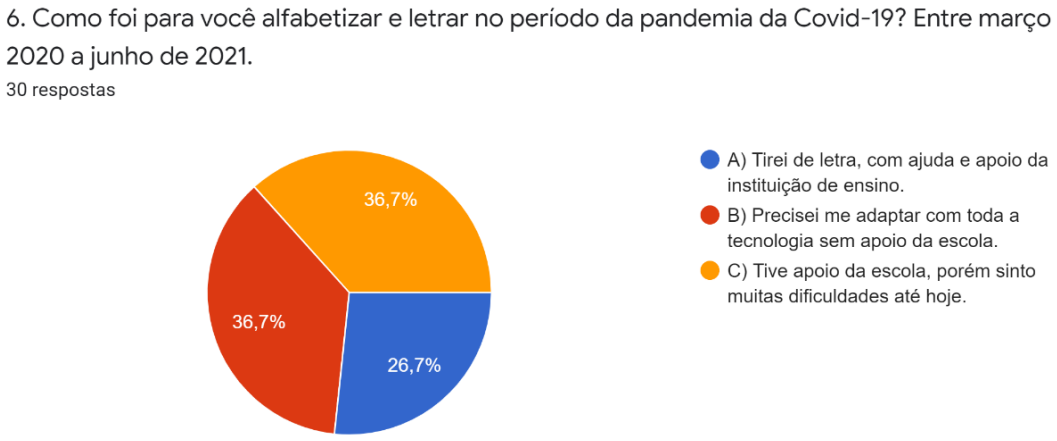
Foram realizadas duas questões abertas sobre práticas docentes que destacam a compreensão em torno da prática alfabetizadora e dos processos indissociáveis da alfabetização e do letramento, possibilitando encontrarmos as respostas mais variadas possíveis, dentre as quais gostaríamos de destacar algumas.

Identificamos na P. A. (Professora Alfabetizadora) 8, que dentro dos processos metodológicos, para obter um resultado satisfatório, ela utiliza “A junção dos fonemas, formando palavras novas. Associação das palavras através das duas figuras.”

Destacamos também os procedimentos da P. A. 24 quando relata que “Utilizo os mais variados gêneros textuais, tais como: parlendas, poesias, bilhetes, tirinhas, trava-línguas, música, entre outros. Respeitando o direito de aprendizagem, as diferenças de níveis da aprendizagem, empregando sempre atividades diferenciadas.”

A maioria das entrevistadas acredita que a alfabetização e o letramento estão interligados, pois a alfabetização se faz fundamental no processo de letramento, ocorrendo de forma diferente para cada educando.

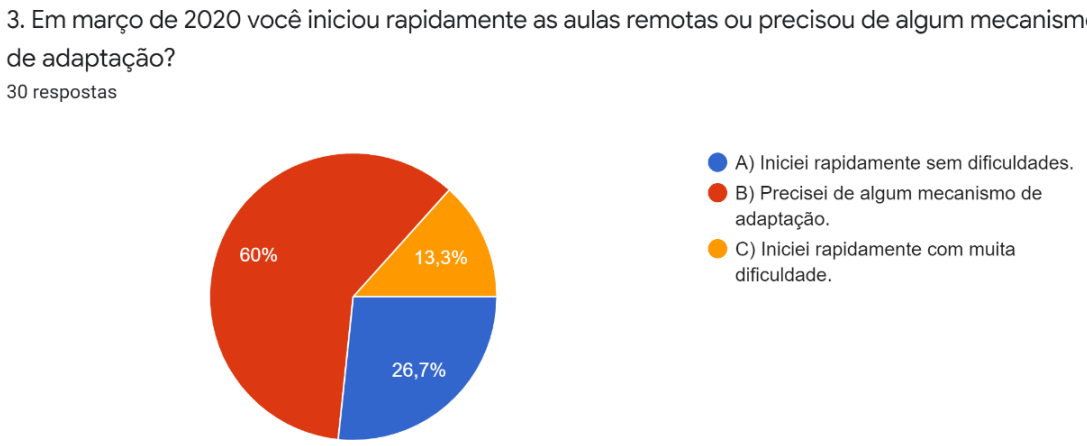
Gráfico 3 – Período da pandemia



Fonte: as autoras

Observamos que apenas 26,7% das entrevistadas, equivalente a 8 (oito) professoras alfabetizadoras, tiraram de letra (com a ajuda e apoio da escola) os desafios enfrentados nesse período.

Gráfico 4 – Aulas remotas



Fonte: as autoras

É importante salientar que mais de 70% das nossas respondentes encontraram algum tipo de dificuldade e precisaram de algum mecanismo de adaptação ao ensino remoto. Ainda sobre a adaptação ao ensino remoto destacamos na 5ª questão algumas das respostas.

Quadro 1 – Respostas de algumas Professoras Alfabetizadoras

Professora Alfabetizadora	**Como você observou nas suas aulas on-line o processo de alfabetização de seus alunos?**
P. A. 12	*"Foi complicado, pois muitos não participavam e tive que mudar totalmente o método de ensino, trabalhando mais o visual para atrair as crianças."*
P. A. 14	*"São novas descobertas cujo processo ainda está em amadurecimento. Aula remota é algo novo. O sistema híbrido de ensino-aprendizagem necessita de adaptações devido às dificuldades de acesso às tecnologias."*
P. A. 18	*"Não foi fácil. E agora que retornamos pude de fato constatar que o processo de alfabetização da maioria dos alunos deixou muito a desejar ou não ocorreu, se estabilizou. Apesar das tentativas e dos esforços da escola, família, professor, a excelência dos resultados das aprendizagens ocorreu de forma tímida.*

Fonte: as autoras

De uma hora para outra veio a pandemia e com ela o distanciamento social, obrigando a separação entre aluno e professor. Então vimos o quão são heróis os professores, pois se reinventaram para conseguir segurar seus alunos em frente à tela, tornando suas aulas ainda mais dinâmicas e conseguindo ter um *feedback* positivo de seus alunos. Ficou claro na pesquisa realizada que realmente a desigualdade social foi o maior fator de afastamento dos alunos da sala de aula.

De acordo com as respostas, identificou-se que as entrevistadas procuram novos métodos e formas de ensino e aprendizagem, diante do desafio de alfabetizar seus educandos

com a adoção emergencial do ensino remoto, exigindo maior esforço e criatividade dos professores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu conhecer as concepções teóricas acerca da alfabetização e do letramento e como ocorre esse processo indissociável. É evidente que não se tem um método pronto de alfabetização e letramento, nem técnica infalível, mas o professor alfabetizador deve agregar novos métodos que facilitem o processo de ensino e aprendizagem. Para se alfabetizar, a criança necessita entender o funcionamento do sistema alfabético, o que não é uma tarefa fácil, pois exige didática e metodologia que facilitem esse processo.

E o que falar dessa concepção de educação? Diante do fato de estarmos inseridos em um "novo normal" com um isolamento social severo, no período de pandemia da Covid-19, como falar de alfabetização e letramento sem investigar ou questionar esse novo momento que vivemos? Esta pesquisa foi de grande importância para ressaltar quais as dificuldades vivenciadas pelos professores alfabetizadores no processo do ensino remoto, o qual trouxe grandes desafios, pois nem professores, nem pais ou responsáveis, e muito menos os alunos estavam preparados para enfrentar. Entretanto, foi possível constatar que cada educador estava comprometido com seus educandos, se esforçando ao máximo, com muita criatividade, reinventando-se a cada plano de aula executado para que não só os alunos participassem das aulas, mas os pais, avós ou responsáveis, a família em si estivesse de mãos dadas com os docentes nesse desafio. Com o resultado da pesquisa realizada vimos que os objetivos, de forma geral, foram alcançados.

Conclui-se, então, que a presente pesquisa mostra que mesmo com todas as dificuldades existentes nesse período os professores e alunos conseguiram superar os desafios trazidos pelo impacto da pandemia, e que foi possível alfabetizar e letrar nas instituições particulares. Dessa forma, o presente trabalho destacou autores que tratam do tema alfabetização e letramento, onde aprendemos que esses processos são iniciados antes mesmo das crianças irem à escola, antes mesmo de constituir-se na sociedade, pois o espaço na qual a criança está inserida é a percepção de leitura de mundo, no qual o sujeito se encontra e já inicia lendo através de imagens, objetos entre outros.

Todavia, sigamos criando estratégias de recuperação de aprendizagens, disponibilizando meios tecnológicos e outros recursos de complementação de aprendizagem para que se possa repor aquilo que não foi alcançado no tempo devido.

REFERÊNCIAS

4 MILHÕES de estudantes abandonaram a escola durante a pandemia. 2021. Disponível em: https://medium.com/c6banknoticias/c6-bank-datafolha-4-milh%C3%B5es-de-estudantes-abandonaram-a-escola-durante-a-pandemia-c3eca99f09a8. Acesso em: 15 jul. 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular**: Educação é a Base. Brasília. MEC/CONSED/UNDIME, 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Parecer nº 9 de julho de 2020**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=147041-pcp009-20&category_slug=junho-2020-pdf&Itemid=30192#:~:text=Ap%C3%B3s%20os%20estudos%20realizados%2C%20foi,diretrizes%20para%20reorganiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20calend%C3%A1rio. Acesso em: 19 maio. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. **Parâmetros Curriculares Nacionais 2000**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/14_24.pdf. Acesso em: 11 jul. 2020.

BORTONI-RICARDO, S. M. **O professor pesquisador**: introdução à pesquisa qualitativa. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

FARO A. *et al*. Efeitos da alfabetização aplicada no ensino remoto durante a pandemia de covid-19: uma revisão literária. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, [*s.l.*], v. 13, n. 2, p. e 5981, fev. 2021. Disponível em: https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/5981/3965. Acesso em: 12 jul. 2021.

FRANCO, G. Coronavírus: professores falam dos desafios e vantagens de trabalhar em casa. 2021. Disponível em: https://educador.brasilescola.uol.com.br/noticias/coronavirus-professores-falam-dos-desafios-e-vantagens-de-trabalhar-em-casa/33270.html. Acesso em: 11 abr. 2021.

FREIRE, P. **A importância do ato de ler** em três artigos que se completam. São Paulo: Autores Associados, 1989.

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

GOMES, V. T. S. *et al*. Efeitos da alfabetização aplicada no ensino remoto durante a pandemia de covid-19: uma revisão literária. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, [*s.l.*], v. 13, n. 2, p. e 5981, fev. 2021. Disponível em: https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/5981/3965. Acesso em: 12 jul. 2021.

GUILHERME, D. **Alfabetização em tempos de pandemia**: como pais e escolas podem se ajudar? 2020. Disponível em https://escolasexponenciais.com.br/desafios-contemporaneos/alfabetizacao-em-tempos-de-pandemia-como-pais-e-escolas-podem-se-ajudar. Acesso em: 10 jul. 2021.

OLIVEIRA, M. M. de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RAMOS, L. S. *et al*. A saúde mental do aluno prejudicada pelos métodos didáticos aplicados no isolamento social: um exame bibliográfico. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, [*s.l.*], v. 1, n. 59, p. e 4237, 11 set. 2020. Disponível em https://acervomais.com.br/index.php/saude. Acesso em: 9 jul. 2021.

SOARES, M. B. **Alfabetização e Letramento:** caminhos e descaminhos. São Paulo: Artmed, 2004.

SOARES, M. B. **Alfaletrar:** toda criança pode aprender a ler e a escrever. São Paulo: Contexto, 2020.

SOUSA, M. J. A. Percepções de Qualidade dos Alunos de Aulas Remotas de Pós-graduação: o Estudo em uma IES do Estado do Pará. **EaD em Foco**, [s.l.], v. 10, n. 3, p. 1-13, 2020.

APÊNDICE A - Questionário disponibilizado no formulário on-line

Olá, estamos fazendo uma pesquisa de campo sobre como tem sido alfabetizar e letrar durante a pandemia da Covid-19. Sua colaboração será muito válida. Desde já agradecemos a sua participação.

SEÇÃO 1 DE 2

e-mail: _____

Graduação: ( ) Sim ( ) Não

Pós-graduação: ( ) Sim ( ) Não

Tempo de experiência como professor(a) _____anos

Qual o ano do ciclo você leciona? ( )1º ano ( ) 2º ano ( ) 3º ano

SEÇÃO 2 DE 2

1. Há quanto tempo você é alfabetizador(a)?

A) ( ) Há menos de um ano.

B) ( ) Há mais de dois anos.

C) ( ) Há mais de cinco anos.

2. Do seu ponto de vista, o que é alfabetização e letramento?

A) ( ) Alfabetização e letramento são métodos utilizados para ensinar a criança a ler e escrever, que não precisam acontecer ao mesmo tempo.
B) ( ) Alfabetizar significa levar a criança às práticas sociais de leitura e da escrita, enquanto o letramento significa orientar a criança para apropriação do sistema da escrita alfabético e ortográfico.
C) ( ) A alfabetização consiste na decifração de um código e o letramento faz com que a leitura e a escrita tenham sentido e façam parte da vida do aluno.

3. Em março de 2020 você iniciou rapidamente as aulas remotas ou precisou de algum mecanismo de adaptação?

A ( ) Iniciei rapidamente sem dificuldades.
B ( ) Precisei de algum mecanismo de adaptação.
C ( ) Iniciei rapidamente com muita dificuldade.

4. Quais processos metodológicos você utiliza na alfabetização de seus educandos para obter um resultado que você considere satisfatório?

_____
_____
_____

5. Como você observou nas suas aulas on-line o processo de alfabetização de seus alunos?

_____
_____
_____

6. Como foi para você alfabetizar e letrar no período da pandemia da Covid-19?

A. ( ) Tirei de letra, com ajuda e apoio da instituição de ensino.
B. ( ) Precisei me adaptar com toda a tecnologia sem apoio da escola.
C. ( ) Tive apoio da escola, porém sinto muitas dificuldades até hoje.

CÓDIGO PENAL BRASILEIRO:

DESAFIOS DE APLICABILIDADE NO CONTEXTO MORAL SOCIAL

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p05

Roberto Andrade[1]

Jonas Nunes da Silva[2]

RESUMO

Este trabalho aborda os desafios da aplicabilidade do Código Penal Brasileiro ante à conduta moral da sociedade em constante transformação ao longo do tempo. O Código Penal Brasileiro é considerado de suma magnitude, posto ser ainda hoje recorrente uma variedade de pensamentos discordantes, ao ponto de muitos que se enveredam pelo ramo jurídico não chegarem a um consenso quanto às interpretações do referido Código em relação ao tratamento da concepção do que é "moralidade".

Palavras-chave: Código Penal. Contexto moral e social. Desafios na aplicação do CP.

Data de submissão: 20/09/2022
Data de aprovação: 31/10/2022

ABSTRACT

This work addresses the challenges of applicability of the Brazilian Penal Code to the moral conduct of society in constant transformation over time. The Brazilian Penal Code is considered of the utmost magnitude, since a variety of discordant thoughts are still recurring today, to the point that many who embark on the legal field do not reach a consensus regarding the interpretations of the said Code in relation to the treatment of the conception of what it is "morality".

Keywords: Penal Code. Moral and social context. Challenges in the application of CP.

INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda os desafios da aplicabilidade do Código Penal Brasileiro ante à conduta moral da sociedade em constante transformação ao longo do tempo. O Código Penal Brasileiro é considerado de suma magnitude, posto ser ainda hoje recorrente uma variedade de pensamentos discordantes, ao ponto de muitos que se enveredam pelo mundo do ramo jurídico não chegarem a um consenso quanto às interpretações do referido Código em relação ao tratamento da concepção de moralidade.

[1] Professor orientador do curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: roberto@metropolitana.edu.br

[2] Concluinte do curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: nunesjonas@yahoo.com.br

No entendimento de que os conceitos se modificam com o tempo e, a depender das culturas, a sociedade reflete novas acepções de acordo com a dinâmica das ações. Diante da oscilação interpretativa que se vem dando à 'moralidade', uma questão se fez presente durante a fase de amadurecimento temático: numa sociedade plural como a brasileira, em que os modos de pensar e de agir se distinguem e se modificam na dinâmica das relações, até que ponto é possível perceber uma consonância entre a 'moralidade' e o Código Penal Brasileiro? Diante dessa relação intrínseca entre a tendência moral das leis, a hipótese que se tem é que há uma consonância entre a moral e o Código Penal, o qual se ajusta conforme as transformações sofridas pela sociedade, no tocante a sua conduta.

Com o fim de buscar atender (ou não) a essa inquietação, foi construido um estudo com o seguinte objetivo: analisar a concepção da 'moralidade' à luz do Código Penal Brasileiro e sua recepção na sociedade. Para tanto, foi realizado um estudo com autores de referência para a construção de uma reflexão quanto à mudança de sentido dos conceitos, conforme a evolução sócio-histórica das sociedades.

Um estudo que traga esclarecimento ou, pelo menos, conduza à análise crítico-interpretativa do conceito de 'moralidade' é de relevância não somente para a Academia, quanto para o social, haja vista ser a temática preponderante aos que intentam compreender a legislação quanto à interpretação da moral no Código Penal Brasileiro, de modo que alcance os bens protegidos pelo poder estatal.

Quanto aos aspectos metodológicos, trata-se de um trabalho de Revisão de Literatura, de abordagem qualitativa, em que o material de análise já recebera tratamento por outros autores, cabendo um novo olhar a partir da releitura desses pressupostos teóricos. O método utilizado é o hipotético-dedutivo, como em toda pesquisa científica que parte de uma problematização a qual culmina numa hipótese a ser testada, conforme as orientações de Lakatos e Mugrave (1979). Em relação ao procedimento técnico, a pesquisa pode se configurar documental por se debruçar sobre documentos jurídicos.

REFERENCIAL TEÓRICO

A história do Código Penal Brasileiro remonta à época das Ordenações Filipinas que posteriormente foi ratificado por D. João IV e D. Pedro. Conforme Bittencourt (2009):

> Formalmente, a lei penal que deveria ser aplicada no Brasil, naquela época, era a contida nos 143 títulos do Livro V das Ordenações Filipinas, promulgadas por Filipe II, em 1603. Orientava-se no sentido de uma ampla e generalizada criminalização, com severas punições. Além do predomínio da pena de morte, utilizava outras sanções cruéis, como açoite, amputação de membros, as galés, degredo etc. Não se adotava o princípio da legalidade, ficando ao arbítrio do julgador a escolha da

> sanção aplicável. Esta rigorosa legislação regeu a vida brasileira por mais de dois séculos. O Código Filipino foi ratificado em 1643 por D. João IV e, em1823, por D. Pedro. (BITTENCOURT, 2012).

No Brasil, permaneceram em vigor por muito tempo os chamados Códigos Afonsinos, Manuelinos e Filipinos, que apesar de revogados, duraram até após a independência do Brasil, desde o Império até a República, como é o caso do Código Manuelino, cujas sanções aplicadas aos infratores que transgrediam as normas estabelecidas iam de mutilações físicas até a pena de morte. (BITENCOURT, 2009, p. 46).

Em 1940, no Estado Novo, o Código Penal Brasileiro fora criado pelo Decreto Lei 2.848 de 1940, e redigido por Francisco Campos, ministro da justiça do então governo Getulio Dorneles Vargas, que à luz da Constituição Federal de 1988, chamada Constituição Cidadã, vai revelar os princípios por serem a base de todo ordenamento jurídico que irá tutelar um bem que o homem necessita para que se tenha seus direitos protegidos como por exemplo: a legalidade, a culpabilidade, a legibilidade, a proporcionalidade, a individualização, a humanização e o valor social da pessoa, de modo que se torna uma barreira ao poder punitivo do Estado.

O Código Penal Brasileiro atua em defesa do cidadão cuidando para que seja cumprido esse direito, pois são direitos fundamentais e humanos que compõem a norma jurídica e que também fazem parte do sistema estatal. O Código Penal, portanto, é uma ciência normativa, e assim vai estudar a norma jurídica acerca do crime, do criminoso e das sanções criminais. Essa norma jurídica que compõe o sistema estatal exerce justamente esse papel de ser o instrumento de definição de conduta exigido pelo Estado e esclarece ao agente como e quando agir para que possa conviver em sociedade.

Para o austríaco Hans Kelsen (2009), em sua *Teoria Pura do Direto*, em determinada circunstância, a conduta do sujeito deve se pautar na observância das determinações legais, caso contrário, outro sujeito, o Estado, deve aplicar ao infrator uma sanção.

Para Azambusha (2008), o Estado é a organização político-jurídica que tem por finalidade tutelar o bem público, com autonomia e território determinado. A sociedade, por sua vez, é a união moral de seres racionais e livres, organizados de maneira estável e eficaz para realizar um fim comum e conhecido de todos. (KELSEN, 2001, p. 10).

Há que se considerar, no entanto, a pertinência de uma relação harmônica entre o Código Penal e a Moral, pois esta cria leis à medida que requer do Código uma justiça. A depender da situação e da época, por conseguinte, os legisladores ajustam o Código Penal para criminalizar o que era, por exemplo, apenas contravenção.

Poder do *jus puniendi*

O poder de punir inerente ao ramo do Direito Penal positivado é de importância fundamental, em termos de controle social pelo Estado. Refere-se a elementos essenciais do direito objetivo, quais sejam: o povo, o território e o poder político, pois estabelece normas de condutas sociais a serem seguidas pela população, cuja finalidade é prover a realização do bem comum. (KELSEN, 2009). Corroborando esse autor, Fernando Capez (2012), considera que:

> O Estado, única entidade dotada de poder soberano, é o titular exclusivo do direito de punir (para alguns, poder-dever de punir). Mesmo no caso da ação penal exclusivamente privada, o Estado somente delega ao ofendido a legitimidade para dar início ao processo, isto é, confere-lhe *o jus persequendi in judicio*, conservando consigo a exclusividade do *jus puniendi*. (CAPEZ, 2012, p. 45).

O *jus puniendi* é uma expressão latina que é traduzida como o 'direito de punir' do Estado, mas na prática é um poder do Estado em relação aos seus cidadãos. Quando uma pessoa viola uma norma penal é o Estado que deve puni-la por isso. Segundo Rozeira (2018):

> O *jus puniendi* pode ser classificado de duas formas: o direito objetivo ou abstrato, que são as normas penais propriamente ditas, ou seja, as normas postas. Estas são chamadas de normas de conduta negativa, ou seja, a "contrario senso", o cidadão tem o dever de não cometê-las; caso haja a infração, o Estado passa a ter um direito subjetivo ou concreto de punir aquele indivíduo que cometeu o ilícito. (ROZEIRA, 2018).

O Estado se formou após a criação da propriedade privada, com contrato social entre Governo e governados. Sua função deveria garantir direito natural à população como, por exemplo, à vida, à liberdade, à propriedade, bem como à segurança para viver em sociedade. Para que tais direitos fossem garantidos com o fim precípuo de prover o bem comum, há que se considerar a punição dos infratores que oferecem risco a esses diretos. Esse *jus puniendi*, tal como cabe ao Estado prover o bem comum, também cabe-lhe punir infratores no âmbito social, trazendo como consequência de aplicação determinada sanção para a ressocialização, oficializada em 2008 pelo (STF), cuja recuperação social do sentenciado se dá por meio de capacitação profissional durante um exercício de uma atividade, independente se é ou não um desafio para muitos detentos que compõem a população carcerária.

Os legisladores do Código Penal Brasileiro, desde sua criação, limitavam-se ao conhecimento da época, como também aos tipos penais, pois além de a população ser menor, não havia o mesmo aparato da máquina político-social e econômica como nos dias hodiernos. Assim, tornou-se necessária a sua adequação, de modo coerente para não ferir leis infraconstitucionais, ou seja, determinadas pela Constituição Federal de 1988. Nesse aspecto, cabe ao Estado não somente punir, mas também proteger o direito à liberdade.

Com isso, tanto o Código Penal como a Moral impõem limites ao *jus puniendi* para que ele não seja arbitrário. Segundo Kelsen (2009), o meio que o Estado utiliza para julgar é o Código Penal, que faz parte de seu sistema. O legislador não pode criar um 'código imoral', pois o Código Penal é voltado para a moral de um povo e serve para disciplinar sua conduta. Ele tem um princípio de moral que é a consciência, que faz com que distinga o bem do mal.

A moral, por sua vez, é o complexo de deveres e de princípios de uma sociedade tais como: honestidade, respeito e bondade, que são aceitos pelo homem o qual se encontra situado em um agrupamento social. O termo Moral vem do latim *moralis* que é relativo aos costumes (modo de agir e de pensar característico de pessoa).

A moral irá construir com isso as bases que vão alicerçar a conduta humana que tende a ocorrer por meio de prática, a qual pode ser culposa, positiva ou negativa (ação ou omissão) determinando seu caráter, de modo que o cidadão terá condições de se comportar no corpo social, afinal, alcança o afeto do laço familiar, de modo que existe harmonia, porque a lei realmente é rigorosa (*dura lex sede lex*), isto é, a lei é dura, mas é a lei.

Diferentemente do que pensam Oliveira e Silva Filho (2014), que valorizam mais as regras do que as pessoas, a moral não se perdeu. Ela é a primeira manifestação de um povo.

Caminhos da norma

O Código Penal e a Moral nem sempre se comportam da mesma forma. Enquanto o primeiro impõe, obriga, ordena que se cumpra o que está escrito na lei, a Moral não recebe sanção. Entende-se, portanto, que o Código Penal é bilateral, pois à medida que dá direito, também impõem dever. A moral, por sua vez, é unilateral, pois tem como indicação um dever e não impõem uma obrigação, ou seja, caminha "independente".

Pode-se dizer, contudo, que Moral e Código Penal mantêm uma relação, pois, enquanto a Moral mostra qual a conduta adequada que se pode viver em sociedade (como julgar, aprovando ou reprovando de acordo com as regras morais), o Código Penal aponta a conduta que deve moldar o ser humano como homem, revelando sua capacidade de agir e o sentimento moral da sociedade para seu bem estar. Dessa forma, entende-se que tudo isso implicará um sentimento de culpa ou não, até porque Moral é a busca incessante em sua própria consciência, observando se há alguma ilicitude que o condene.

O direito se encaminha e faz com que alguém se encaminhe também pela vereda da justiça, de modo que está relacionado à moral por uma razão: o direito gera o princípio legislativo, pois sem lei não há direito para quem quer que seja. O Código Penal impõe seu

art. 1º e a CF/88 em seu art. 5º, XXXIX: “não há crime e nem pena, se não houver lei anterior que os defina" (Princípio da legalidade). Percebe-se, portanto, que de fato o Código Penal é objetivo, mostrando o crime e sua condenação.

As circunstâncias levam o homem a práticas que muitas vezes o beneficia ou o condena. Diante disso, ele repassa parte de sua liberdade ao Estado para que assim deixe de ser "lobo do homem" (Thomas Hobbes) e passe a controlar suas paixões, pois agora se submete à lei que outrora não tinha, e que irá defender seus direitos. Esse filósofo afirma ser o Estado o Leviatã, com poderes sobre os súditos, e o Estado vai utilizar o Código Penal como meio para aplicar sanção a fim de que tutele um bem jurídico (vida, liberdade sexual, por exemplo) que compõem o sistema estatal. (BRASIL, art. 5º CF/88).

A Norma Jurídica exerce justamente esse papel de ser um instrumento de definição da conduta exigida pelo Estado, e esclarece ao agente como e quando agir, para que possa conviver em harmonia em sociedade. O propósito do Código Penal é a prática de bem jurídico que é fundamental para uma livre e pacífica convivência dos cidadãos sob o respaldo dos direitos humanos.

A infração penal sobre essa livre convivência, cometida pela maioria dos infratores, leva o Estado a se responsabilizar pela defesa dos Direitos Fundamentais da minoria, pois esta é a alternativa democrática. (GRECO, 2010).

Historicamente, confundia-se direito, moral e religião, pois no direito natural o que prevalecia era a moralidade religiosa que levava muitos à santa inquisição, por isso que este estudo não trata sobre moralidade do ponto de vista religioso, excluindo, portanto, as interpretações religiosas. Os filósofos renascentistas, em conjunto com os jusnaturalistas e os iluministas, todavia, faziam com que esse atraso que desqualificava a figura humana desaparecesse, pois a igreja era o *jus puniendi.*

O que beneficia uma sociedade

Godoy (2014), em observância à Teoria dos Quatro Status de Jellinek, corrobora o renomado jurista, quando afirma que o Código Penal é o mínimo de moral, ou seja, o legislador não faz leis fora do âmbito da moral.

Portanto, o Código Penal é aquele que nutre o código moral de um povo. Nesse sentido, não há contradição entre um e o outro, pois o que existe é apenas uma independência entre eles. O legislador não poderia elaborar leis com tendências imorais, pois elas são proibidas pelo Código Penal, embora haja crimes culposos que tenham ações imorais, como

reza o artigo 18, II do Código, em que o agente deu causa ao resultado por imprudência, negligência ou imperícia. (BITTENCOURT, 2008).

Pode-se dizer, então, que da mesma forma que a moral não se une com o Código Penal, em termos de positivação, também não pode estar separada dele.

Eles são independentes, porém, justapostos, pois estão vinculados um ao outro. A moral constrói a base da conduta e o Código vai revelar a conduta exigida pelo Estado, de onde se infere sua consonância. Isso ocorre para que toda comunidade seja beneficiada. É que as regras da moral, como ser honesto por exemplo, regulam a maneira do agir humano de acordo com sua cultura ou sociedade, cujo princípio é a consciência de cada um que faz distinguir o bem do mal, forjando assim não só o caráter, como também trazendo harmonia no meio social. É o exemplo do artigo 227 do Código Penal *in verbis*:

> Art. 227 – Induzir alguém a satisfazer a lascívia de outrem:
> Pena – reclusão, de um a três anos.
> § 1º - Se a vítima é maior de catorze e menor de dezoito anos, ou se o agente é seu ascendente, descendente, marido, irmão, tutor ou curador ou pessoa a que esteja confiada para fins de educação, de tratamento ou de guarda:

Eis o crime, pois a finalidade social da norma é proteger o bem jurídico liberdade sexual. Não é porque o Código Penal seja insano, apesar de ser frio, mas é que o pensar do legislador estava limitado ao conhecimento e à situação da época. Provavelmente houve algum caso que repercutiu no tempo, por isso a necessidade da reforma do Código Penal.

O desconhecer da Lei não torna o infrator excluso, mas passivo de responsabilidade, entretanto, pelo artigo 20 do Código Penal, se praticou o fato em erro pode excluí-lo da culpabilidade. Nesse caso, não tem dolo, mas o *jus puniendi* terá culpa, pois a moral e o Código Penal irão atuar como meio para disciplinar a conduta, visando uma sociedade mais justa.

O Código Penal peca quando não informa a sociedade sobre as condutas e crimes segundo a ordem jurídica. Afinal, para que serve então o direito penal se não for para se adequar o ato à norma penal? O sujeito só é punido quando não faz aquilo que poderia evitar (tipificado na lei) devido a seu caráter deformado e sua vontade.

> É melhor prevenir os crimes do que ter de puni-los, e todo legislador sábio deve procurar antes impedir o mal do que repará-lo, pois uma boa legislação não é senão a arte de proporcionar aos homens o maior bem-estar possível e preservá-los de todos os sofrimentos que se lhes possam causar, segundo o cálculo dos bens e dos males desta vida. (BECCARIA, 2015, p. 104).

O que se observa é a necessidade de alteração do Código Penal por se verificar novas modalidades de crimes e, assim, delitos de menor potencial ofensivo como contravenção

penal tornou-se agora crime contra a dignidade sexual, como é o caso do crime de importunação sexual, que antes era previsto no art. 61 da LCP e agora no art. 215-A do Código Penal, a fim de beneficiar toda uma sociedade contra atos dessa natureza.

METODOLOGIA

Para a concretização deste trabalho, realizou-se uma pesquisa descritiva e exploratória de abordagem qualitativa, para a qual não houve necessidade de quantificação dos dados, conforme orienta Flick (2009) para a pesquisa qualitativa.

Na parte exploratória da pesquisa, em que se busca a familiarização com os dados, realizou-se uma pesquisa empírica de amostra aleatória, utilizando como instrumento de coleta de dados uma entrevista com três operadores do direito: dois advogados criminalistas e uma advogada cível, que para a preservação de suas identidades, optamos por nominá-los como E1, E2 e E3.

O entrevistado E1 é professor de Direito Penal, a segunda entrevistada (E2) advogada criminalista com experiência há 10 anos, e E3 é advogada civilista. O foco da entrevista consistiu em saber suas opiniões sobre a relação entre a moral e o Código Penal.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção foram tratados e analisados os dados coletados na pesquisa de campo, tendo como parâmetro a construção do referencial teórico em que se discute primeiramente a pertinência da moral para justificar as determinações do Código Penal.

Razão moral

O Estado controla a violência para que haja bem-estar social coibindo-a. Moral e bons costumes estão intimamente ligados ao Código Penal, tanto é que se criam leis voltadas exclusivamente para os mesmos.

Moral e costumes podem se confundir sendo fontes secundárias de direito, portanto, são aplicadas após consulta à legislação vigente, à pratica dos atos contrários à moral e aos bons costumes, *in verbis*[3]:

> Art. 1735, inc. IV do Código Civil - Lei 10406/02
> IV - os condenados por crime de furto, roubo, estelionato, falsidade, contra a família ou os costumes, tenham ou não cumprido pena;

[3] Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10612656/inciso-iv-do-artigo-1735-da-lei-n-10406-de-10-de-janeiro-de-2002

Luiz Greco (2010) afirma que com o apoio da moral, pode-se descobrir razões a partir da qual será possível justificar qualquer proibição penal. O tipo Penal só é legítimo se houver a tutela de bens jurídicos, e não para evitar imoralidades.

A função da ciência penal é controlar a crítica à Legislação como orienta o legislador e o julgador. Diante dessa observação, pode-se refletir o valor da asa para um pássaro. Certamente não seria a direita ou a esquerda, pois ambas de igual modo são importantes e necessárias, apesar de serem independentes, assim também o são o código Penal e a Moral.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS A PARTIR DA PESQUISA DE CAMPO

O resultado das entrevistas apontaram para a existência da consonância entre a moral e o Código Penal. Conforme o entrevistado E1, há total consonância entre o Código Penal e a Moral. Tanto o CP defende a Moral quanto a moral defende o CP, inclusive nos crimes contra a honra. Corroborando suas palavras a advogada criminalista (E2) se posicionou quando indagamos se havia alguma consonância entre a moral e o Código Penal nos crimes contra a honra:

> Moral é um conceito completamente mutável porque o que é moral hoje já não foi no passado, já não vai ser no futuro. É mutável de acordo com o tempo, com as circunstâncias, com a sociedade. Por exemplo, até 2005 adultério era crime, mas hoje não é mais. As regras de conduta ali descritas no código penal, eu entendo que tem relação com nossa moral e "os costumes" têm relação com nossa sociedade. O que pensamos ser o certo e o errado e dentre várias ações, elegemos algumas para o patamar de crime. Você vê que o direito penal em outros países tem diferenças culturais. Por exemplo, tem locais que mutilam a genitália feminina. Isso aqui seria crime. Eu não digo nem nos crimes contra honra (calúnia, difamação e injúria, mas nos crimes como um todo. (E2, advogada criminalista).

Para a criminalista (E2), há relação direta entre o descrito no CP e a moral da sociedade. As palavras da advogada cível (E3) considera uma diversidade de indução de comportamento comum em uma sociedade organizada e entende que o direito busca compreender os anseios dessa sociedade. Em seguida, ela também se posiciona pela afirmação de consonância entre a moral e o Código Penal.

> Existem várias formas de coagir a conduta do indivíduo: tem a igreja, tem os núcleos sociais, a família... tem a moral, o direito, e dentro do direito, mais específico, o Código Penal. As sociedades se organizam através desses sistemas de condutas, e o sistema de conduta da moral também se inclui no Direito. O direito é um reflexo da sociedade. Quando se fala em moral e direito percebe-se que muitas leis são criadas por causa do anseio social. Tendo em vista o anseio social de colocar a moral legalizada, de uma certa forma. Sim, tem uma relação de moral e direito e também de moral e código penal, como por exemplo, antigamente tinha o crime de adultério, era um crime você cometer adultério. Essa conduta era tipificada no Código Penal, então, se você tivesse outra companheira fora do casamento era um crime. Hoje em dia não. A sociedade mudou porque a sociedade é dinâmica. Antes era considerado um crime, hoje não é mais um crime, pois esse tipo penal não existe mais no código. Então, esse é um exemplo de como a moral está ligada com o direito e também, por

> conseguinte, com o Código Penal e com os tipos penais. Como o direito é um reflexo da sociedade, e o direito também vai ter várias influências como moral, igreja, família, tudo isso influencia na criação das leis. (E3, advogada cível).

Ao questionar se a moral defende o Código Penal nos crimes contra a honra, a advogada cível responde:

> Os crimes contra honra, como já diz o próprio nome, são contra a honra e essas condutas que são tipificadas no Código Penal. É mais um exemplo que a moral está intrínseca com o direito, com as leis e com o Código Penal, sobretudo. Quando chega o momento do direito tutelar o bem jurídico, que é a honra, fica claro que a moral é totalmente ligada com o código penal porque a honra, que é um bem jurídico subjetivo, que é você ferir a imagem de alguém (calúnia, injúria, difamação) é tão grande que ela se estendeu a pessoa jurídica. No direito o *status quo ante* já não existe mais, por exemplo, uma pessoa está sendo indiciada num processo e um jornal noticia isso, mesmo que você só esteja sendo réu num processo que não significa que você seja culpado, pois isso é decidido no final da sentença, no trânsito em julgado, mas você está sendo réu no processo. No jornal sai: "acusado de cometer isso, isso e isso..." e já sai incriminando, ou seja, aquela imagem que você tinha antes não volta mais, mesmo que você seja, no final, absolvido, mas sujou a sua imagem. (E2, advogada cível).

E continua discorrendo sobre a Tutela estatal:

> É tão forte a imagem da pessoa, a moral e os crimes contra a honra que o direito tutela. O direito penal tem um princípio chamado princípio da fragmentariedade que fala que o direito penal só tutela as coisas que não podem ser tuteladas pelo direito civil, o direito administrativo. Quando as outras esferas do direito não conseguem resolver, quem resolve é o direito penal, ou seja, o direito penal tutela bens que são realmente muito importantes. Para chegar a ser crime é porque aquele bem jurídico é realmente muito importante. Para você ser apenado e o Estado lhe imputar uma pena é porque é um bem muito relevante para a sociedade, e quem faz isso é a sociedade porque é quem cria as leis, inclusive, mudam elas. (E2, advogada cível).

Diante dos argumentos apresentados pelos entrevistados, e conforme o referencial teórico com que se dialogou, os resultados apontam para uma relação intrínseca entre a moral e o Código Penal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este breve estudo tratou da aplicabilidade do Código Penal no contexto moral da sociedade, com o objetivo de analisar a concepção moral à luz do CP. Com base na discussão dos resultados da pesquisa de campo, pôde-se inferir que a Moral de uma sociedade, mais precisamente a moral da sociedade brasileira, relaciona-se de forma intrínseca com as normas jurídicas do Código Penal, pois a moral pode ser interpretada pelo olhar social como uma forma de se viver com e pela justiça.

É necessário ressaltar que a busca pela plena satisfação, no que diz respeito ao cumprimento de medidas punitivas justas para os infratores e criminosos, aqueles que atentam sobre os bens de um indivíduo, sobretudo os bens indisponíveis, é um enorme desafio jurídico

e social, pois faz-se necessário observar que não se trata apenas do que está ou não está no Código, mas de todo um sistema jurídico que vai além da letra da lei.

Outro ponto que podemos destacar neste trabalho é que o CP foi criado nos anos de 1940, sendo um Código bastante antigo e que, apesar do tempo, consegue de alguma forma se adaptar à realidade social atual. Novos crimes, novas formas de se realizar atentados contra bens são criados todos os dias e não há como nenhum Código ou Lei estar plenamente apto à criatividade criminosa.

Com isso, percebemos que a sede por justiça vinda do clamor social deve ser melhor direcionada. Infere-se que os maiores erros no sistema penal brasileiro não estão no Código, mas sim na ineficiência do Estado, que muitas vezes é omisso e arbitrário na condução de seus atos.

Por fim, ficou esclarecido que a moral escrita ou implícita do Código Penal Brasileiro tem servido de fiscal dos bens da nossa sociedade, tutelando e dirimindo os erros e excessos do Estado a fim de levar o bem comum, a paz e a harmonia ao povo. Este estudo prestou-se ao interesse de pesquisadores iniciantes da área penal e a todos os que pretendem compreender a moral inserida no Código Penal Brasileiro.

REFERÊNCIAS

AZAMBUJA, Darcy. **Teoria Geral do Estado**. 4ed. São Paulo:Globo,2008. Disponível em: https://www.passeidireto.com/arquivo/58211516/darcy-azambuja-teoria-geral-do-estado. Acesso em: 1 jul. 2019.

BECCARIA, Cesareos. **Dos Delitos e das Penas**. 2 ed. São Paulo: Edipro, 2015.

BITENCOURT, César Roberto. **Tratado de Direito Penal**. Parte Geral 1. 14 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. (2012) Disponível em: http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17637/material/Direito%20Penal%20I%20-%20Cesar%20Roberto%20Bitencourt.pdf. Acesso em: 13 out. 2021.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988.**

CAPEZ, Fernando. **Curso de Processo Penal.** 19 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

FLICK, Uwe. **A pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: 2009.

FREITAS, Amílcar Cardoso Vilaça de.; COSTA, Elizardo Scarpati. O direito moderno sob a ótica dos clássicos da sociologia: análises e questionamentos. Resenha temática. *In*: **Caderno CRH**, v. 26, n. 69, 2013. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792013000300014. Acesso em: 10 jul. 2019.

GODOY, Arnaldo Sampaio de Moraes. Gustav Radbruch e seu pensamento em "Cinco Minutos de Filosofia do Direito. *In*: **Consultor Jurídico**. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2014-jun-22/gustav-radbruch-pensamento-cinco-minutos-filosofia-direito. Acesso em: 2 jul. 2019.

GRECO, Luís. Tem futuro a teoria do bem jurídico? *In:* **Revista Brasileira de Ciências Criminais**, n. 82. São Paulo: RT, 2010a.

_____. **Curso de direito penal –** Parte geral. 12. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2010b, 1 v.

HOBBES, Thomas. **Leviatã**. Ou matéria, forma e poder de um estado, eclesiástico e civil. São Paulo: Editora Martin Clare, 2012.

KELSEN, Hans. **Teoria pura do direito**. 8 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

LAKATUS, Imre; MUSGRAVE, Alan (Org). **A crítica e o desenvolvimento do conhecimento.** IV volume. Colóquio Internacional sobre Filosofia da Ciência, 1965. São Paulo: Cultrix, 1979.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica** São Paulo: Abril, 2010.

OLIVEIRA, Leandro Correa de; SILVA FILHO Edson Vieira da. **O Direito Penal não pode ser o guardião da moral,** 2014. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2013-jan-07/direito-penal-nao-nem-guardiao-moral-perdida. Acesso em: 2 jul. 2022.

RIBEIRO, Leandro Conceição. **Direito e moral:** as principais distinções. *In: JUS.com.br*. Disponível em: https://jus.com.br/artigos/58748/direito-e-moral-as-principais-distincoes. Acesso em: 1 jul. 2022.

ROZEIRA, Matheus. Jus puniendi:os limites do direito de punir. *In*: **Revista Jus Navigandi.** Dispoível em: https://jus.com.br/artigos/64994/jus-puniendi-os-limites-do-direito-de-punir. Acesso em: 5 jul. 2022.

APÊNDICE A – Questionário utilizado na pesquisa de campo

1) O Código Penal defende a Moral?
2) A moral defende o Código Penal nos crimes contra a honra?
3) Sobre a relação entre a moral e o CP, na sua opinião há uma consonância entre eles?
4) Como deveria se comportar o Estado em relação ao comportamento da Moral diante do CP.
5) Se o Estado pratica alguma arbitrariedade ao usar o Código Penal contra o ilícito, na sua opinião a moral interfere na ação do Estado arbitrário?

COMUNICAÇÃO INTERNA: FATORES QUE INFLUENCIAM NO CLIMA ORGANIZACIONAL

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p06

Arandi Maciel Campelo[1]
Irla Carolina da Silva[2]
Eronildo Ferreira do Carmo[3]

RESUMO

Este artigo tem como objetivo demonstrar a importância de se estabelecer uma cultura eficiente de comunicação interna, identificando os fatores que podem influenciar de forma positiva ou negativa no clima organizacional da empresa. Este trabalho foi construído através de pesquisa bibliográfica e de campo. Os principais teóricos que o balizaram foram Tomasi & Medeiros (2010) e Pimenta (2006). Foram entrevistados colaboradores de nove setores administrativos de uma empresa de autopeças, localizada no Cabo de Santo Agostinho, durante o primeiro semestre de 2022. Da totalidade de 40 funcionários, 11 participaram da pesquisa de campo. Como principal ferramenta para a coleta de dados foi utilizada um questionário semiaberto. A análise revelou que a comunicação interna é um elemento primordial para que se possa alcançar resultados positivos em todas as áreas de uma organização, destacando também a relevância de se promover ações de endomarketing para os colaboradores internos.

Palavras-chave: Comunicação interna. Clima organizacional. Endomarketing. Motivação.

Data de submissão: 17/06/2022
Data de aprovação: 29/08/2022

ABSTRACT

This article aims to demonstrate the importance of establishing an efficient culture of internal communication, identifying the factors that can positively or negatively influence the organizational climate of the company. This work was built through literature and field research. The main theorists who defined it were Tomasi & Medeiros (2010) and Pimenta (2006). Employees from nine administrative sectors of an auto parts company, located in Cabo de Santo Agostinho, were interviewed during the first half of 2022. Among the 40 employees, 11 participated in the field research. As the main tool for data collection, a semi-open questionnaire was used. The analysis revealed that internal communication is a key element in order to achieve positive results in all areas of an organization, also highlighting the importance of promoting internal marketing actions for internal employees.

[1]Orientador: Doutor em Educação/Brasil; Administrador/Brasil; Mestre em Planificación y Gestion Organizacional - Madrid/España; Mestre em Dirección y Organización de Hospitales y Servicios de Salud - Valencia/España; Consultor em Sistemas Organizacionais, desde 1984; Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: arandimcampelo@gmail.com
[2]Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: irla.carolina14@gmail.com
[3] Coorientador / professor da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: proferon100@gmail.com

Keywords: Internal communication. Organizational climate. Endomarketing. Motivation.

INTRODUÇÃO

A comunicação é uma ferramenta essencial no desenvolvimento do ser humano e no progresso de qualquer sociedade. Não há como dissociar a comunicação da evolução do ser humano e da sociedade em que ele vive. A comunicação está sempre presente no nosso cotidiano. Ela é primordial na interação entre os indivíduos, na família, na igreja, na escola e no trabalho.

Nenhuma empresa pode se dar ao luxo de não valorizar a comunicação entre seus colaboradores internos ou externos. Uma comunicação ineficiente ou ineficaz pode fazer com que qualquer empresa tome o caminho do fracasso. A comunicação eficaz melhora o clima organizacional, tornando os colaboradores mais participativos, os produtos e serviços mais eficazes, e os clientes mais satisfeitos e fiéis.

Este artigo tem por tema a comunicação interna e sua influência no clima organizacional. A pesquisa que subsidiou a construção deste trabalho foi realizada na empresa Marelli, instituição de grande porte, localizada na cidade do Cabo de Santo Agostinho, região metropolitana da Grande Recife.

O tema abordado neste trabalho visa demonstrar a importância da comunicação interna como um fator fundamental para a organização, e que, com a aplicabilidade de uma comunicação eficaz, é possível alcançar bons resultados, diminuir conflitos internos, e até interferir de forma positiva no clima organizacional da empresa.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A comunicação organizacional é de suma importância para que se tenha uma boa relação entre os colaboradores. Quando essa comunicação ocorre internamente proporciona a todos os níveis da organização "a definição e concretização de metas e objetivos, além de possibilitar a integração e equilíbrio entre seus componentes". (PIMENTA, 2006, p. 58).

Para que, de fato, a comunicação se estabeleça entre os indivíduos ou nos ambientes organizacionais é necessário haver a presença dos seguintes elementos:

a) Emissor: o responsável por emitir a mensagem.
b) Receptor: o responsável por receber e decodificar a mensagem.
c) Mensagem: toda informação veiculada entre o emissor e o receptor.
d) Canal: o meio pelo qual a mensagem é transmitida.
e) Código: a língua na qual a mensagem foi transmitida.

f) Ruído: qualquer interferência capaz de atrapalhar a comunicação entre o emissor e o receptor.

No ambiente corporativo que vivemos nos dias de hoje o ato de saber comunicar-se é indispensável. A comunicação ocorre em todas as esferas empresariais, porém, é necessário que o emissor tenha a intenção de se comunicar e saiba exatamente qual a mensagem que ele deseja transmitir. Cabe ao receptor o papel de compreender a mensagem para que a comunicação tenha efeito. O emissor deve ser claro, objetivo e simples em sua mensagem para que o receptor não encontre dificuldades em compreendê-la. Sobre esse respeito Gil (2007) afirma que

> Mesmo uma ideia clara corre o risco de ser mal interpretada em decorrência de outros fatores. Por isso, o emissor deverá primeiramente garantir que a ideia seja clara para si. E também deverá estar ciente de que a falta de clareza de uma ideia poderá estar ligada a sua própria rejeição. É muito mais fácil comunicar uma ideia em que se acredita. (GIL, 2007, p.74).

Como citam também Tomasi e Medeiros (2010), diante do insucesso de uma comunicação, a primeira providência é examinar a fonte, a mensagem, o canal e o receptor. É necessário verificar cada componente da comunicação para checar o nível de ruído existente.

A melhor forma de manter informados todos os indivíduos de uma organização é elaborar um plano de comunicação e executá-lo corretamente. Para aplicar esta atividade é preciso uma análise nas carências dos processos de comunicação de todos os envolvidos, a fim de criar um plano que informe, integre e conecte todos os colaboradores. “Sendo assim, conhecer o funcionamento e as técnicas de comunicação, observar, pensar e aprender sobre elas é, sem dúvida, necessário”. (PIMENTA, 2006, p. 29).

Para desenvolver uma comunicação eficiente e completa é necessária uma boa ligação entre todos os componentes que fazem parte do processo comunicativo. Na visão de Tomasi e Medeiros (2010) o ato de comunicar-se bem e de forma assertiva é um elemento essencial para que se tenha um ambiente agradável e participativo.

Assim, “comunicação interna que se apoia apenas em regras a serem cumpridas pelos empregados está fadada a produzir um ambiente frio, sem participação de todos.” (TOMASI; MEDEIROS, 2010, p. 59).

Neste sentido, MATOS (2014) destaca que

> A comunicação é o fio condutor de todas as atividades e relacionamentos humanos. Literalmente nada acontece sem que haja prévia comunicação. Comunicar bem não é só transmitir ou só receber bem uma informação. Comunicação é troca de entendimento e sentimento, e ninguém entende outra pessoa sem considerar além das palavras, as emoções e a situação em que fazemos a tentativa de tornar comuns conhecimentos, ideias, instruções ou qualquer outra mensagem, seja ela, verbal, escrita ou corporal. (MATOS, 2014, p. 2).

Existem inúmeros benefícios que a comunicação interna proporciona para as organizações, entre eles, transparência, confiança, oportunidade de crescimento profissional, credibilidade, motivação, informação rápida e precisa, troca de conhecimento, melhoria de resultados e um clima organizacional positivo.

Conforme cita Torquato (1986):

> A comunicação interna acontece quando se procura criar um clima social interno favorável, seja explicando aos funcionários as grandes decisões da empresa, seja mostrando aspectos desconhecidos do trabalho, ambiente e da própria comunidade. (TORQUATO, 1986, p. 113).

A comunicação que é exercida dentro da organização também está ligada ao clima organizacional. Ela atua com o propósito de ligação interna dentro da empresa, transmitindo as informações entre os setores, contribuindo para a melhora ou piora dos resultados do negócio. Um bom relacionamento interno pode evitar possíveis conflitos entre os funcionários, ocasionados pela falta de uma comunicação correta e eficiente.

Na visão de Pimenta (2006), a comunicação é analisada como um fenômeno que apresenta uma abordagem sociológica e antropológica em que são formados grupos de líderes, etnias e a cultura que compõem o clima interno, então, quanto maior forem o universo e as variáveis que são consideradas na análise da comunicação dentro da empresa, maiores as possibilidades de compreendê-las e realizar intervenções positivas.

CLIMA ORGANIZACIONAL

Cada vez mais as organizações têm se deparado com conflitos relacionados à falta de motivação, produtividade, falta de relacionamento com outros setores, fazendo com que esses elementos afetem diretamente o clima organizacional da empresa. Para sanar esses conflitos as organizações têm dado uma atenção maior para obter um clima organizacional positivo.

Conforme cita Luz (2012), “diz-se que o clima é bom quando há alegria, confiança, entusiasmo, engajamento, participação, dedicação, satisfação, motivação, e comprometimento da maior parte dos funcionários”. (LUZ, 2012, p. 31).

Para Lanzer (2017), o clima organizacional é definido como uma medida coletiva de como os integrantes de um grupo se sentem, percebem e descrevem as características desse sentimento grupal em um determinado momento.

O clima organizacional também tem um papel decisivo nos aspectos relacionados à qualidade e desenvolvimento de produtos ou serviços dentro da organização, pois uma equipe motivada, que conta com um eficiente processo comunicativo, faz com que os níveis de produtividade sejam maiores, garantindo um resultado positivo para a organização,

aumentando o seu engajamento. “Investir na gestão do clima é uma estratégia que contribui para a melhoria da qualidade dos serviços”. (LUZ, 2012, p. 29).

Pimenta (2006) também cita que

> O clima organizacional também influencia na qualidade dos produtos e serviços, no rendimento e na produtividade de uma empresa. Ele pode ser percebido na maneira como as pessoas trabalham: se há cooperação ou não, no gesto de entregar um objeto; [...] se têm interesse ou apatia diante dos assuntos que dizem respeito à empresa etc. (PIMENTA, 2006, p. 85).

Um dos desafios que os gestores enfrentam para desenvolver um clima organizacional agradável são as relações interpessoais, ou seja, como as equipes se relacionam e estabelecem seus convívios. Uma vez que não há uma relação saudável entre todos da organização é possível sentir os impactos negativos desse comportamento, fazendo com que essas consequências sensibilizem os resultados da empresa.

Neste sentido, Merluzzi (2020) destaca:

> [...] quando vários elementos negativos das relações humanas corroem o clima organizacional e isoladamente podem não ter efeito sobre a organização como um todo, mas, quando combinados, levam a empresa ao prejuízo, não alcance de metas e até a perda de participação de mercado e viabilidade econômica em médio e longo prazos. (MERLUZZI, 2020, p. 20).

A comunicação interna é um fator essencial que contribui para a construção de um clima organizacional bom ou ruim. Dessa forma, as empresas devem promover uma prática de comunicação eficaz, visando atingir todos os níveis da organização. “Seu objetivo é contribuir para a consecução de um clima positivo, favorável ao cumprimento das metas da organização, ao crescimento e realização do lucro”. (TOMASI; MEDEIROS, 2010, p. 75).

Merluzzi (2020) afirma ainda que

> É a comunicação que faz as pessoas abraçarem a mesma causa corporativa e seguirem na mesma direção, com o mesmo objetivo, onde todos se engajam em elevar o nível do clima organizacional e replicar o propósito da organização, porque acreditam e apoiam, e não por ser apenas uma diretriz. A boa comunicação interna afeta o nível de confiança das pessoas. (MERLUZZI, 2020, p. 26).

Na visão de Luz (2012), as organizações precisam ter um olhar sensível para observar e identificar todos os componentes que de certa forma podem interferir no clima organizacional da empresa, pois o clima não está ligado somente ao fator motivacional, mas sim em outros aspectos internos e externos.

Deste modo, “as empresas precisam conhecer o que pensam e como se sentem seus empregados, em relação às diferentes variáveis que afetam o clima, tais como o relacionamento entre diferentes setores da empresa, a supervisão, a comunicação, a disciplina, os benefícios, entre outras”. (LUZ, 2012, p. 2).

É necessário que exista uma parceria entre todos os indivíduos da organização desde os líderes até os liderados. O comprometimento de todos fará com que possam desenvolver um clima organizacional positivo. Conforme Pimenta (2006, p. 85), "isso acontece porque o clima tem efeito direto sobre a satisfação e a motivação para o trabalho". Quando não existe essa participação coletiva a organização irá lidar com dificuldades para a construção de um clima favorável para todos.

Conforme cita Merluzzi (2020):

> [...] melhorar o clima organizacional é uma obrigação de todos e a empresa não pode sofrer por isso. Pouco adianta estabelecer metas ousadas, disponibilizar recursos, investir fortunas em operações comerciais, desenvolvimento de novos produtos, bônus de incentivo, expandir a estrutura, implementar planos de mídia estratosféricos, entre outras iniciativas, se toda Potência Corporativa não for maximizada pelo bom e saudável ambiente e clima organizacional. (MERLUZZI, 2020, p. 28).

A FORÇA DO ENDOMARKETING NO CLIMA ORGANIZACIONAL

O papel do colaborador dentro das organizações tem sido cada vez mais importante para o alcance de bons resultados da empresa. Diante de algumas variáveis como classe social, tecnologia, fatores econômicos e outros, se faz necessário que a organização possua estratégias, visando manter satisfeitos tanto os clientes externos quando os clientes internos, pois "hoje, mais do que nunca, sabe-se que o fator humano é fundamental para o sucesso ou fracasso de qualquer processo". (PIMENTA, 2006, p. 120).

É com esse pensamento que as organizações têm adotado gradativamente mais ações de endomarketing, visando promover práticas motivacionais para os seus funcionários internos. "Desenvolver ações motivadoras é o motivo da existência do endomarketing". (MATTOSO, 2018, p. 47). Esses fatores contribuem diretamente para o alcance de resultados, altos níveis de produtividade e satisfação.

Pimenta (2006) afirma que o "endomarketing envolve ações de marketing para o público interno ressaltando, ao mesmo tempo, a importância do funcionário no processo produtivo e o respeito como ser humano, com potencialidades e dificuldades". (PIMENTA, 2006, p. 124).

É importante ressaltar que qualquer modelo de gestão que for implantado nas organizações pode alcançar resultados positivos. É necessário possuir estratégias que tornem essas atividades contínuas, incentivando a colaboração e a participação de todos.

Segundo citação de Mattoso (2018):

> O conceito de Endomarketing caminha junto com a Comunicação Interna no objetivo de aperfeiçoamento da gestão de comunicação do público interno com o fator motivacional. [...] A interação entre ambas as ferramentas é o conjunto perfeito

> que compõe a Comunicação Integrada na empresa. Atuar em simultâneo traz melhores resultados do que aplicar programas individuais e esporádicos. Lembre-se: programas devem ser contínuos para a construção de resultados. (MATTOSO, 2018, p. 44-45).

Na visão de Brum (2010) o conceito de endomarketing está ligado a todo e qualquer esforço que a empresa realiza visando manter um relacionamento saudável, contando com um ambiente participativo e produtivo praticado por todos, tornando essas relações mais consolidadas e prolongadas. “A verdade é que o conceito de endomarketing cresceu muito e, hoje, pode-se chamar assim todo e qualquer esforço da empresa no sentido de estabelecer, com os seus empregados, um relacionamento produtivo, saudável e duradouro.” (BRUM, 2010, p. 01).

Além do papel motivador, o endomarketing está diretamente ligado ao clima organizacional, por isso é necessário que os gestores possuam um olhar delicado no sentido de promover um clima agradável, viabilizando canais que contribuam para a melhora do ambiente corporativo. “Pela comunicação, a administração pode tornar comuns a missão, os valores, os objetivos e as metas da empresa”. (TOMASI; MEDEIROS, 2010, p. 93). Essas ações proporcionam boas relações humanas e desenvolvem a integração dos colaboradores.

Neste sentido, Brum (2010), afirma que

> O objetivo do endomarketing é, portanto, criar uma consciência empresarial (visão, missão, princípios, procedimentos etc.), dentro de um clima organizacional positivo. O propósito é transformar o colaborador em facilitador para consolidar a imagem da empresa e o seu valor para o mercado. (BRUM, 2010, p. 01).

Existem vários fatores que atuam em conjunto para uma cultura de endomarketing estruturada e eficiente dentro de uma organização, como a comunicação interna, que age diretamente com essas ações, propondo um ambiente onde o foco principal é o colaborador e as consequências dessas práticas levam a um desempenho de qualidade dos funcionários, fazendo com que não se sintam apenas um indivíduo responsável por alcançar metas, mas sim um elemento essencial para a organização. Assim, conforme salienta Pimenta (2006):

> A comunicação deve produzir integração e um verdadeiro espírito de trabalho em equipe. Qualquer objetivo só será alcançado quando torna-se possível, aos trabalhadores, expressarem seus valores, desejos e conflitos socializando-os e confrontando-os com os dos outros. É importante ressaltar que para complementar esse processo é necessário ocorrer uma integração harmônica das demandas da empresa (produção) e da sociedade (bons produtos e serviços), que devem ser atendidas. (PIMENTA, 2006, p. 119).

Para a construção de uma cultura eficiente de endomarketing dentro da organização é indispensável a participação de líderes e liderados, pois não é dever exclusivo da empresa manter um clima positivo, sendo necessária a colaboração de todos que estão envolvidos com

a organização para continuarem exercendo essas práticas. Todos esses fatores colaboram para o sucesso da organização tanto no âmbito interno como também na visão de mercado.

Conforme a citação de Brum (2017):

> Não é só a empresa que deve se preocupar em ter uma postura de integridade diante do seu público interno. A credibilidade e a reputação de uma empresa também são um reflexo direto da atuação dos seus empregados. [...] Mas o endomarketing, enquanto processo educativo, existe exatamente para isso: abordar um assunto de forma sistemática até que o empregado o internalize. (BRUM, 2017, p. 01).

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste artigo é formado pela comunicação interna e o clima organizacional. O objetivo é apresentar a comunicação interna como uma ferramenta estratégica e essencial na construção do clima organizacional, trazendo aspectos associados ao endomarketing, onde será analisada a relevância dos colaboradores dentro de uma organização. A proposta consiste em:

a) Identificar aspectos que contribuem ou dificultam a comunicação interna dentro da organização;
b) Analisar como a comunicação pode interferir no clima organizacional da empresa;
c) Sugerir estratégias que facilitam a comunicação interna, tornando-a clara e objetiva ao público interno.

A pesquisa de campo foi realizada na empresa Marelli[4], localizada no Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco.

O universo da pesquisa foi composto por 40 funcionários do setor administrativo da empresa. A amostra contou com a participação de 20 colaboradores (cinquenta por cento), dos quais apenas 11 deles responderam, efetivamente, à pesquisa de campo.

O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

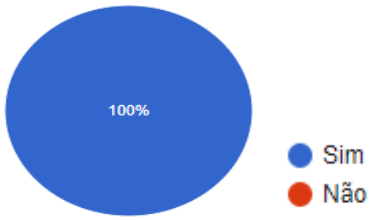
a) Quanto à forma: bibliográfica e de campo;
b) Quanto à finalidade: aplicada;
c) Quanto ao método de análise: propositiva;
d) Quanto à abordagem: qualitativa.

Na pesquisa de campo foi utilizado um questionário semiaberto, conforme consta no apêndice A deste trabalho.

[4]A Marelli é uma das maiores empresas de autopeças do mundo. No Brasil, a empresa conta com mais de 5000 funcionários, é líder no mercado em amortecedores, sistema de injeção eletrônica e escapamentos, atuando também nos segmentos de faróis e lanternas, quadro de instrumentos, sistemas de suspensão, dentre outros produtos. Possui no país sete unidades produtivas localizadas em Minas Gerais (Contagem e Lavras), São Paulo (Amparo, Hortolândia e Mauá) e Pernambuco (Goiana e Cabo de Santo Agostinho).

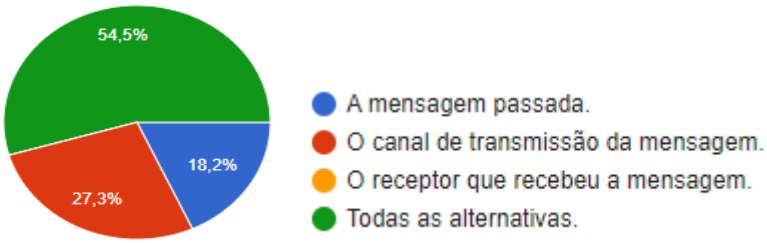
DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

1. **Para você a comunicação interna é uma ferramenta essencial para a participação de todos?**



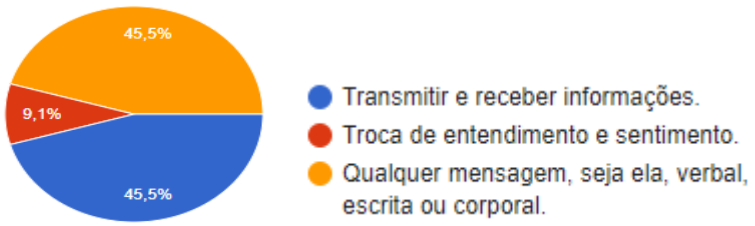
Esta questão evidencia o que foi citado por Pimenta (2006), ao afirmar que a comunicação interna é essencial para a participação de todos, destacando-se a opção "sim" com 100% das respostas.

2. **Quando ocorre algum erro na comunicação interna, na sua visão qual o elemento primordial que deve ser analisado para evitar futuras falhas?**



A maioria dos entrevistados apontou, com 54,5% do resultado, que todas as alternativas apresentadas são elementos primordiais para serem analisados em uma situação de falha na comunicação, indo de encontro ao que foi afirmado por Tomasi e Medeiros (2010), ao considerarem que esses mesmos elementos apresentados sejam verificados diante de uma falha na comunicação interna.

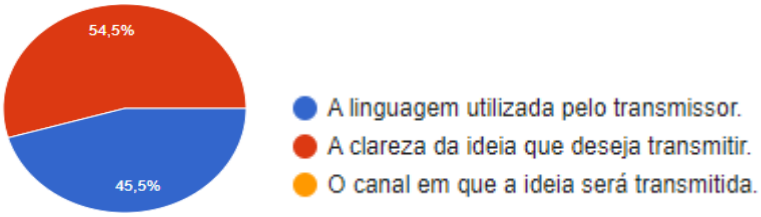
3. **Como você define a comunicação interna?**



Neste item foi observado, com 45,5% das respostas, que a comunicação interna define-se como qualquer tipo de mensagem, seja ela verbal, escrita ou corporal. Destaca-se o que foi citado por Matos (2014), ao afirmar que esses componentes são

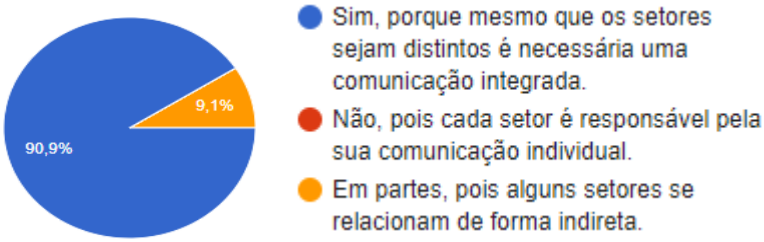
compreendidos como elementos da comunicação interna. Por outro lado, não se pode desprezar que o mesmo percentual de respondentes (45,5%) afirmaram que transmitir e receber informações configura-se como a melhor definição para comunicação interna, o que também foi citado por Matos (2014), quando considerou que a comunicação vai além de transmitir ou receber informações.

4. **Na sua visão, o que pode garantir a total compreensão na transmissão de uma ideia**?



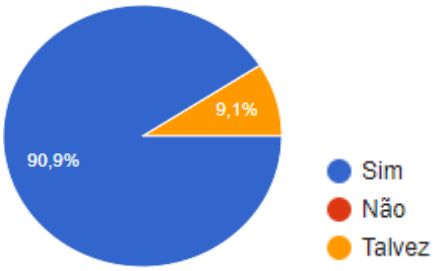
Como citado por Gil (2007), a clareza é um fator primordial para a compreensão ao transmitir uma ideia. Neste item, 54,5% dos participantes revelaram que para garantir a total compreensão de uma ideia deve-se ter clareza ao transmiti-la.

5. **Para você a falta de comunicação pode afetar de alguma forma a relação do seu setor com os demais setores da empresa?**



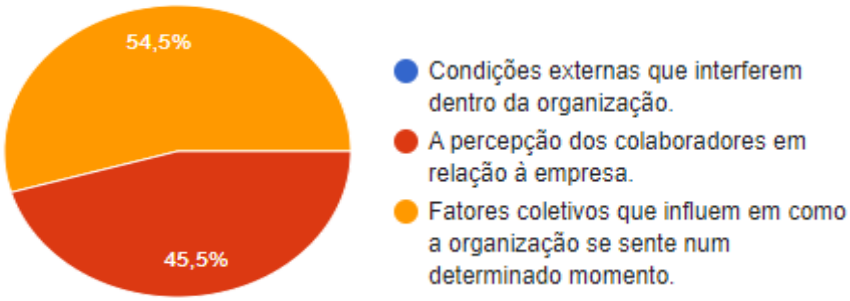
Nesta questão 90,9% dos participantes afirmam que a falta de comunicação entre os setores pode afetar de alguma forma a relação entre ambos, conforme cita Luz (2012), ao destacar a importância de uma comunicação integrada dentro de uma organização.

6. **Na sua visão, o clima organizacional pode interferir na produtividade da empresa?**



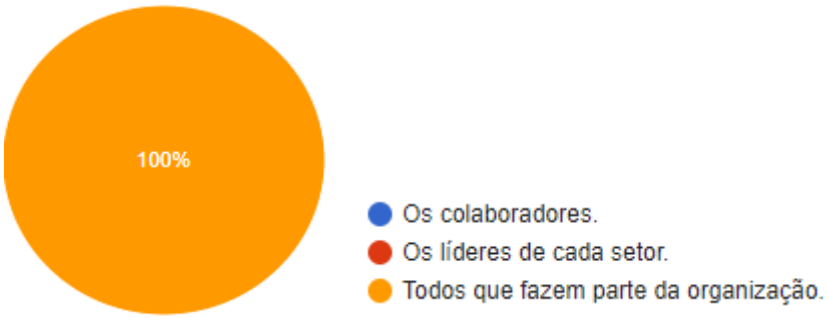
Neste item, percebe-se um destaque de 90,9% referente às interferências que o clima organizacional pode ocasionar na produtividade da empresa, o que está de acordo com o que foi considerado por Pimenta (2006), que evidência a influência que o clima organizacional tem em relação à produtividade dentro de uma organização.

7. **O que você entende por "Clima Organizacional"?**



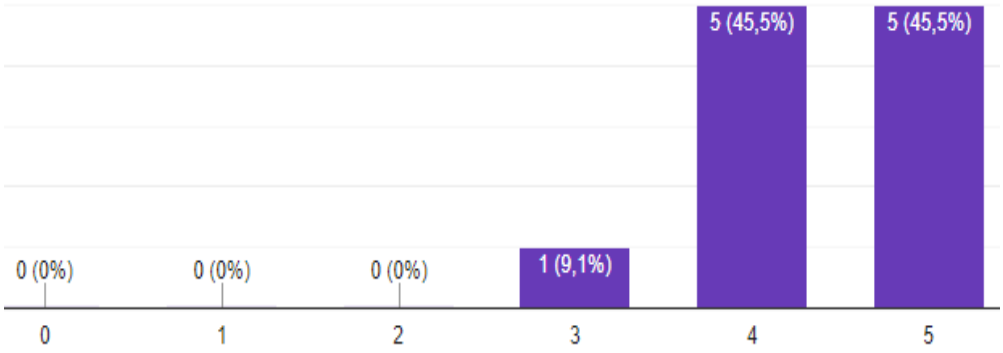
Com 54,5%, a maioria dos participantes revelou que o clima organizacional é um fator de componentes coletivos, que influem em como a organização se sente num determinado momento. Nessa mesma linha de pensamento, Lanzer (2017) destaca a forma como os integrantes de um grupo ou setor se sentem, percebem e descrevem o clima organizacional num determinado momento.

8. **Na sua visão quem é responsável por manter um clima organizacional agradável?**



Esta questão evidencia, com 100% do resultado, que todos os indivíduos da organização são responsáveis por manter um clima organizacional agradável, indo de encontro com o que foi citado por Merluzzi (2020), ao reforçar a importância da participação de todos para manter um bom clima organizacional.

9. Marque abaixo, numa escala de 0 a 5, qual o seu nível de satisfação com as ações motivacionais internas promovidas pela empresa



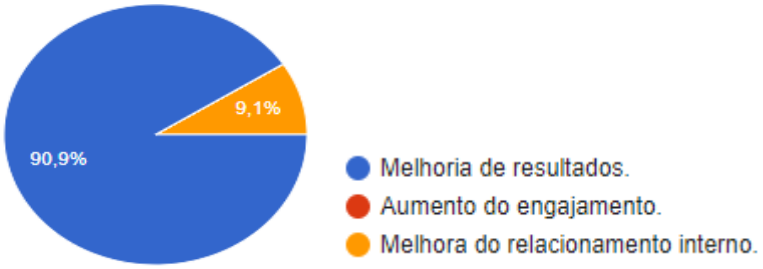
Numa escala crescente de 0 a 5 os participantes revelaram o seu nível de satisfação com as ações motivacionais da empresa, destacando-se os níveis 4 e 5 com 45,5%, respectivamente, que caracterizam níveis excelentes de satisfação com a empresa, totalizando 91,0%. Esse resultado, expressivamente positivo, está de acordo com o que foi evidenciado por Mattoso (2018), ao enfatizar que o principal motivo da existência da comunicação interna – endomarketing - é desenvolver ações motivacionais dentro de uma organização.

10. Para você qual o papel do colaborador para a empresa?

Neste item foi observado, com 45,5% dos resultados, que os participantes definem o papel do colaborador como um facilitador para consolidar a imagem da empresa no mercado. Esta afirmativa coincide com a fala de Brum (2010), ao destacar o papel do

colaborador nas organizações, diretamente relacionado com a imagem da mesma para o mercado.

11. Para você qual o benefício que a relação entre a comunicação interna e os fatores motivacionais, pode gerar para a instituição?



A maioria dos participantes revelou, com 90,9% do resultado, que a relação entre a comunicação interna e os fatores motivacionais pode gerar a melhoria de resultados para a organização, conforme cita Mattoso (2018), ao destacar a importância das ações motivacionais – Endomarketing – associadas à comunicação interna para contribuir com resultados positivos para a empresa.

12. Em sua opinião, quais os impactos gerados pela prática de uma boa comunicação?

Com 54,5% das respostas, o espírito de trabalho em equipe foi o aspecto mais citado referente aos impactos gerados pela prática de uma boa comunicação, conforme cita Pimenta (2006), ao evidenciar em sua fala que a comunicação deve produzir integração e um verdadeiro espírito de trabalho em equipe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa de campo, aplicada em uma empresa de autopeças, localizada no Cabo de Santo Agostinho, em 2022, pode-se demonstrar a importância da comunicação interna como um fator fundamental para a organização, e que, com a aplicabilidade de uma comunicação eficaz é possível alcançar bons resultados, diminuir conflitos internos, e até

interferir de forma positiva ou negativa no clima organizacional da empresa. Contudo, foi possível perceber que a realidade de campo é muito compatível com a voz dos autores citados no referencial teórico.

Desta forma, foi possível verificar que a ferramenta da comunicação é essencial para que a organização possa uniformizar processos, demonstrar clareza nas informações e também padronizar a forma de como a organização se coloca tanto no âmbito corporativo quanto no social, atingindo todos os objetivos apresentados neste artigo.

Em relação às propostas de melhoria é recomendável que a empresa crie uma rede de comunicação sólida e eficiente dentro da organização, fazendo com que todos os colaboradores possam estar incluídos e engajados, criando uma visão de que a comunicação interna é um fator fundamental para garantir resultados positivos para a organização como um todo.

REFERÊNCIAS

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing de A a Z**. 3.ed. – São Paulo: Integrare, 2010. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Endomarketing_de_A_a_Z/yuk7DwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=Endomarketing+de+A+a+Z&printsec=frontcover. Acesso em: 10 jul. 2022.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing Estratégico**. São Paulo: Integrare, 2017. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Endomarketing_estrat%C3%A9gico/tBw6DwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=Endomarketing+Estrat%C3%A9gico&printsec=frontcover Acesso em: 10 jul. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas:** enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2007.

LANZER, Fernando. **Clima e Cultura Organizacional:** Entender, Manter e Mudar. 2. ed. Holanda, 2017.

LUIZ, Ricardo. **Gestão do clima organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.

MATOS, Gustavo Gomes. **Comunicação empresarial sem complicação:** como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo. 3.ed. rev. e ampl./ São Paulo: Manole, 2014.

MATTOSO, Arnaud. **Planejamento em Comunicação Interna e Endomarketing:** Integrando teoria e prática. Recife: Vedas Edições, 2018.

MERLUZZI, Orlando. **Potência Corporativa:** Transformando o clima organizacional e a adrenalina em resultados para a organização. 2. ed. São Paulo: Pensamento Corporativo, 2020.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. 5. ed. São Paulo: Alínea, 2006.

TOMASI, Carolina. **Comunicação empresarial** / Carolina Tomasi, João Bosco Medeiros. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial / comunicação institucional**. 6.ed. São Paulo: Summus, 1986.

APÊNDICE A – Questionário aplicado na pesquisa de campo

Este questionário tem por finalidade apresentar a comunicação interna como uma ferramenta estratégica essencial na construção do clima organizacional, trazendo aspectos associados ao endomarketing, onde será analisada a relevância dos colaboradores dentro de uma organização.

1. Para você a comunicação interna é uma ferramenta essencial para a participação de todos?
   a) Sim.
   b) Não.
2. Quando ocorre algum erro na comunicação interna, na sua visão, qual o elemento primordial que deve ser analisado para evitar futuras falhas?
   a) A mensagem passada.
   b) O canal de transmissão da mensagem.
   c) O receptor que recebeu a mensagem.
   d) Todas as alternativas.
3. Como você define a comunicação interna?
   a) Transmitir e receber informações.
   b) Troca de entendimento e sentimento.
   c) Qualquer mensagem, seja ela verbal, escrita ou corporal.
4. Na sua visão, o que pode garantir a total compreensão na transmissão de uma ideia?
   a) A linguagem utilizada pelo transmissor.
   b) A clareza da ideia que deseja transmitir.
   c) O canal em que a ideia será transmitida.
5. Para você a falta de comunicação pode afetar de alguma forma a relação do seu setor com os demais setores da empresa?
   a) Sim, porque mesmo que os setores sejam distintos é necessária uma comunicação integrada.
   b) Não, pois cada setor é responsável pela sua comunicação individual.
   c) Em partes, pois alguns setores se relacionam de forma indireta.
6. Na sua visão, o clima organizacional pode interferir na produtividade da empresa?
   a) Sim.
   b) Não.
   c) Talvez.
7. O que você entende por “Clima Organizacional”?
   a) Condições externas que interferem dentro da organização.

b) A percepção dos colaboradores em relação à empresa.
c) Fatores coletivos que influem em como a organização se sente num determinado momento.

8. Na sua visão quem é responsável por manter um clima organizacional agradável?
   a) Os colaboradores.
   b) Os líderes de cada setor.
   c) Todos que fazem parte da organização.
9. Marque abaixo, numa escala de 0 a 5, qual o seu nível de satisfação com as ações motivacionais internas promovidas pela empresa.
   ( )0 ( )1 ( )2 ( )3 ( )4 ( )5
10. Para você qual o papel do colaborador para a empresa?
    a) Facilitador para consolidar a imagem da empresa no mercado.
    b) Demonstrar o valor da empresa externamente.
    c) Responsável por alcançar resultados.
    d) Outros:_____.
11. Para você qual o benefício que a relação entre a comunicação interna e os fatores motivacionais pode gerar para a organização?
    a) Melhoria de resultados.
    b) Aumento do engajamento.
    c) Melhora do relacionamento interno.
12. Em sua opinião, quais os impactos gerados pela prática de uma boa comunicação?
    a) Espírito de trabalho em equipe.
    b) Socialização de desejos e conflitos.
    c) Alcance de objetivos.

CONTRATOS DE CONSUMO DO IDOSO: DIREITOS E PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p07

Luz Marina Santos do Carmo[1]
Rosineide de Alcantara Barbosa Leite[2]
Eduardo Crucho Cunha[3]

RESUMO

O tema escolhido é de suma importância para demonstrar que há a necessidade de rever os instrumentos e mecanismos disponíveis na sistemática da proteção e defesa do consumidor idoso, principalmente por conta das significativas transformações sociais, de forma que os modelos tradicionais de atos de consumo tornam-se ultrapassados rapidamente. A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada no Conselho Municipal de Defesa da Pessoa Idosa de Jaboatão.

Palavras-chave: Idosos. Consumidor. Contrato de consumo. Direitos. Proteção.

Data de submissão: 23/09/2022
Data de aprovação: 31/10/2022

ABSTRACT

The theme chosen is of paramount importance to demonstrate that there is a need to review the instruments and mechanisms available in the systematic protection and defense of the elderly consumer, mainly due to the significant social transformations, in a way that the traditional models of consumption acts become if passed quickly. The research that supported the construction of the article was carried out at the Municipal Council for the Defense of the Elderly in Jaboatão.

Keywords: Elderly. Consumer. Consumer contract. Rights. Protection.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa resultou na elaboração de um artigo científico que aborda o tema dos contratos de consumo dos idosos, focados nos direitos e proteção do consumidor. A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada no Conselho Municipal de Defesa da Pessoa Idosa de Jaboatão, localizada na cidade de Jaboatão dos Guararapes, estado de Pernambuco.

[1] Concluinte do curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: luzmcarmo@gmail.com
[2] Concluinte do curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: rosineidealcantara@hotmail.com
[3] Professor orientador do Curso de Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: eduardocruchoprof@gmail.com

O tema escolhido é de suma importância para demonstrar que há a necessidade de rever os instrumentos e mecanismos disponíveis na sistemática da proteção e defesa do consumidor idoso, principalmente por conta das significativas transformações sociais, de forma que os modelos tradicionais de atos de consumo tornam-se ultrapassados rapidamente.

VISÃO SOCIAL E TELEOLÓGICA DO CONTRATO A PROTEGER: O IDOSO COMO SUJEITO DE DIREITOS

A defesa do consumidor deve ser vista sobre o enfoque constitucional, na medida em que o consumidor vulnerável nas relações contratuais de consumo como denota o inciso I do artigo 4º do diploma consumerista. É uma garantia fundamental expressa na Constituição Federal de 1988 e deve ser consubstanciado também aos consumidores idosos.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) como norma de ordem pública e interesse social e de maneira especial ao consumidor idoso, visa à obtenção de lealdade, transparência, boa-fé, a equidade e o respeito nas relações contratuais. (MARQUES, 2016).

É uma nova concepção de contrato no Estado Social, em que a vontade perde a condição de elemento nuclear, surgindo como elemento básico para a relação, o interesse social, destacando o papel da lei como limitadora e como verdadeira legitimadora da autonomia da vontade, ante a potencialização de lesões advindas de um crescimento do comércio, onde a velocidade das mudanças impõe barreira quase intransponível àqueles dotados de uma natural fragilidade física, psicológica ou até mental. (MARQUES, 2012).

Como proteção à liberdade contratual entre as partes, a Constituição Federal de 1988 em seus artigos 5º, XXXII, que dispõe: "O Estado promoverá a defesa do consumidor na forma da lei" (BRASIL, 1988, p.14) e art. 170, inciso V, limitador da iniciativa privada e no Ato das Disposições Transitórias, art. 48, traz como princípio de ordem econômica, instrumentos e perspectivas essenciais para a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, garantindo, assim, o desenvolvimento nacional, buscando erradicar a pobreza e a marginalização, reduzindo as desigualdades sociais, promovendo o bem de todos, sem discriminação. Contudo, a autonomia da vontade nas práticas contratuais em que o predomínio econômico de um dos contratantes, o mais forte, em detrimento do mais fraco da relação, precisa ser tutelado quando se trata de contratos na relação de consumo, em especial a pessoa idosa. (SCHMITT, 2014).

A autonomia da vontade e a *pacta sunt servanda*, institutos presentes no Direito Civil Clássico, foram mitigados pelo CDC por ser uma lei especial, em razão da necessidade do reequilíbrio da relação de consumo que é muito desigual. Por ser desigual a relação de

consumo, o consumidor é considerado vulnerável e por vezes hipossuficiente, conforme art. 6º, VIII do CDC. Contudo, os elementos constitutivos dessa relação, sendo eles subjetivos, objetivos e teleológicos, traz-se a definição de consumidor e fornecedor (sujeitos da relação), produtos e serviços (objetos da relação) e o destinatário final como elemento teleológico.

No âmbito da sociedade, em se tratando da dignidade da pessoa humana e em destaque o idoso, a Constituição Federal de 1988 menciona no art. 230: "A família, a sociedade e o estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida". (BRASIL, 2017, p. 133).

A sociedade, diante de uma produção de consumo em massa, gritava por reforma. A vulnerabilidade contratual do consumidor como fenômeno jurídico, econômico e social levou o legislador à elaboração de vários diplomas que fazem parte de um microssistema e o Estatuto do Idoso (Lei 10.741/2003), que como marco oficial na regulamentação, no Brasil, vem proteger este sujeito de direito especial com visão mais social e teleológica diante de um contrato, assegurando proteção integral aos idosos, destinados a regular os direitos às pessoas com idade igual ou superior a sessenta anos de idade, conforme art. 1º da lei federal.

A padronização de contratos de adesão desencadeou uma crise na teoria contratual clássica. Conforme preconiza Marques (2002, p. 151): "apesar de assegurados, no campo teórico do direito, a liberdade e a autonomia dos contratantes, no campo prático dos fatos, o desequilíbrio daí resultante já era flagrante."

A título de enriquecimento na discursão central deste artigo, colacionamos a Ementa do Tribunal de Justiça de São Paulo TJ-SP – Apelação Cível: AC 1000531-74.2020.8.26.0097 SP, 20ª Câmara de Direito Privado, publicado no dia 13/09/ 2021, Rel. Alexandre David Malfatti.

> CONTRATO DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO. CONSUMIDORA IDOSA E ANALFABETA. SITUAÇÃO DE HIPERVULNERABILIDADE. INSTRUMENTOS ASSINADOS A ROGO E SEM PROVA DE INFORMAÇÃO. VIOLAÇÃO DO CDC. NULIDADE DOS CONTRATOS RECONHECIDA.
>
> **Ação declaratória de nulidade dos contratos de empréstimos consignados. Rejeita-se alegação de inovação recursal, porquanto o tema (validade do contrato) foi indicado na petição inicial e enfrentado em primeiro grau**. Aplicação de jurisprudência fixada na

> Corte Especila do STJ sobre o assunto (EAREsp 600663/RS, EAREsp 622897/RS, EAREsp 664888/RS, EAREsp 676608/RS, e EAREsp 1413542/RS precedentes prévios necessários. SENTENÇA REFORMADA. RECURSO DA AUTORA PROVIDO.

A pessoa humana é o eixo ou centro das preocupações do direito atual onde busca uma proteção mais completa, plena ou integral, conforme consta no Estatuto do Idoso.

> Art. 2º. O idoso goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhe, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, para preservação de sua saúde física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade. (BRASIL, 2013, p. 8).

A norma que define a proteção integral aos idosos, por considerar pessoas que vivem uma situação peculiar e em processo de envelhecimento e por isso é credora de uma atenção especial, além de todos os direitos previstos no art. 5º da Carta Magna, garantindo-lhes todas as oportunidades e facilidades, preservando sua saúde física e mental.

A vulnerabilidade considerada como presunção legal absoluta no Código de Defesa do Consumidor com enfoque na fragilidade do consumidor idoso manifesta-se em três momentos principais: antes, durante e após a contratação. “O ponto de partida do CDC é a afirmação do princípio da vulnerabilidade do consumidor, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo.” (MARQUES, 2016, p. 306).

Para Marques (2016), ao se referir à razão de ser da lei, enunciou:

> A *ratio legis* do Código de Defesa do Consumidor é justamente valorizar este momento de formação do contrato de consumo, que passamos a analisar. A tendência atual é de examinar a “qualidade” da vontade manifestada pelo contratante mais fraco, mais do que a sua simples manifestação: somente a vontade racional, a vontade realmente livre (autônoma) e informada, legítima, isto é, tem o poder de ditar a formação e, por consequência, os efeitos dos contratos entre consumidor e fornecedor. (MARQUES, 2016, p. 812).

Conclui-se que o que prevalece é a vontade manifestada pelo contratante por ser considerado o mais fraco da relação entre consumidor e fornecedor.

PUBLICIDADE COMO MECANISMO DE CONVENCIMENTO E MANIPULAÇÃO PSÍQUICA DO CONSUMIDOR IDOSO: O ESTADO COMO INTERVENTOR NESSA RELAÇÃO

O CDC, no seu art. 6º, considerado um artigo nuclear dentre outros, apresenta um rol não taxativo de direitos básicos do consumidor, dentre eles, destaca-se, justamente, o que determina a proteção contra práticas abusivas. Nesse sentido, dispõe o referido dispositivo:

> Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:
> [...] IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços. (BRASIL, 1990, p. 16).

Em verdade, ao se pugnar por uma tutela efetiva de proteção do consumidor, a pretensão volta-se ao equilíbrio das relações negociais, o qual poderá ser maculado de eventual abuso do detentor dos meios de produção, responsável pela inclusão de bens e serviços no mercado.

Contudo, embora a legislação não deixe dúvidas quanto ao cerne de proteção, constatados em contratos celebrados com pessoas idosas, as quais por motivo de idade avançada podem apresentar um elevado patamar de vulnerabilidade negocial, exigindo uma maior proteção estatal. (SCHMITT, 2014).

Quando se trata do consumidor idoso, o legislador infraconstitucional da Lei 8.078/1990 dispõe no inciso IV do caput do seu artigo 39 tratar-se de prática abusiva, vedada pelo fornecedor de produtos ou serviços: "prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhes seus produtos ou serviços." (BRASIL, 1990, p. 21).

O consumidor idoso, por ter uma tutela diferenciada, destacando uma comprometida interpretação da lei e das cláusulas contratuais, é considerado duplamente vulnerável, necessitando de uma tutela diferenciada e reforçada.

Barreto (2017) aponta que a vulnerabilidade do consumidor é presumida e agravada quando se trata de relação com os idosos, considerando-os hipervulneráveis e que o STJ já vem reconhecendo a existência dessa categoria socialmente frágil e a necessidade de uma especial proteção, onde entre os sujeitos vulneráveis inclui-se um subgrupo de sujeitos denominados hipervulneráveis, definida como: "situação fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa física consumidora, em razão de características pessoais aparentes ou conhecidas pelo fornecedor." (MIGALHAS, 2017).

Em nome da liberdade contratual não se admite o contrato como simples acordo de vontade. Com ele temos os princípios da função social do contrato, da boa-fé objetiva e da proteção ao juridicamente mais fraco.

Na visão de Andrade (2014) muitas empresas impõem seus produtos de forma abusiva ao consumidor idoso, sendo essa conduta enquadrada na prática abusiva vedada pelo art. 39, III: "enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer

qualquer serviço" e o inciso V: "exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva". (BRASIL, 1990, p. 21).

O CDC realmente mudou a realidade do sistema de controle da abusividade no mercado de consumo. Marques (2002) destaca que:

> O CDC mais uma vez inova o ordenamento jurídico brasileiro e estabelece nos arts. 39, 40 e 41 uma série de práticas comerciais que o legislador considera abusiva e, portanto, vedadas. O impacto desta novidade só não será maior em virtude do veto presidencial ao art.45, o qual previa uma severa sanção (perdas e danos punitivos) para o descumprimento das normas do capítulo. (MARQUES, 2002, p. 684).

Não negar-se que mesmo com toda a legislação a proteger o mais fraco da relação de consumo, pode-se destacar um caso ocorrido no Brasil (G1, 2007) em que vendedores de determinada empresa ofertavam aos idosos que eram aposentados ou pensionistas, almofadas térmicas milagrosas que prometiam a cura de diversas doenças como infarto, AVC, além de agir no sistema nervoso central, combatendo a insônia, irritabilidade, nervosismo e depressão, fazendo com que os idosos comprometessem, por vezes, a sua subsistência, pois a venda era mediante consignação junto ao benefício previdenciário que recebia do INSS. A publicidade é feroz, fragmenta-se em execuções múltiplas e estilos diversificados, tornado o consumidor idoso uma vítima fácil, sofrendo vários riscos.

A Lei 14.181/2021 do superendividamento dos consumidores vem incluir novos trechos no CDC (Lei 8.078/1990), que trazem mais segurança jurídica aos endividados que precisam negociar seus débitos.

A nova lei é mais uma conquista em termos de inclusão social aos idosos. O amparo jurídico trazido através das leis visa proporcionar a essa crescente população melhorias em todos os aspectos da sua vida. As diretrizes previstas pelo Estatuto do Idoso e demais dispositivos legais na elaboração de medidas de proteção, favorecimento e melhorias.

Para Oliveira (2021), o conceito de superendividamento, pode ser definido da seguinte forma:

> A impossibilidade de o consumidor pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, sem comprometer seu mínimo existencial (renda mínima para as necessidades básicas para sobrevivência). Ou seja, é uma dívida que o consumidor não consegue pagar sem afetar o que é essencial para viver. (UOL, 2021, p. 01).

A citação acima robustece o argumento sobre as questões dos contratos de consumo em relação ao idoso, que muitas vezes os levam ao endividamento, conforme preceituado pelo autor em epígrafe.

ANÁLISE JURÍDICA DO CONTRATO DE CONSUMO À ÓTICA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO CONSUMIDOR IDOSO

O ordenamento jurídico brasileiro está estruturado em uma base principiológica, conforme previsão constitucional e que a proteção do consumidor ocupa posição de direito fundamental.

Assim, a proteção ao consumidor é norma constitucional e, mais do que isto, é cláusula pétrea, não podendo ser abolida sequer por emenda à constituição. (NISHIYAMA; DENSA, 2010).

O art. 1º da Constituição Federal de 1988, define a dignidade da pessoa humana como direito fundamental, exigindo do operador do direito a valorização e proteção da dignidade da pessoa humana, cabendo destacar o referido dispositivo constitucional:

> Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: [...] III – a dignidade da pessoa humana; (BRASIL, 1988. p. 11).

Como instrumento de garantia do princípio da igualdade nas relações de consumo, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) é um meio concretizador da vontade do constituinte utilizado como mecanismo primordial ao resguardo da dignidade da pessoa humana.

Gregori (2010) ressalta os princípios fundamentais do CDC:

> O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor; a boa-fé objetiva e a equidade; a transparência; a educação e informação; a proibição de cláusulas e práticas abusivas e a responsabilidade civil objetiva e solidária do fornecedor. (GREGORI, 2010, p. 247).

A vulnerabilidade é uma das premissas básicas da lei consumerista. Com essa constatação, verifica-se que, através do CDC, consagra-se o princípio da igualdade, previsto no caput e no inciso I do artigo 5º da Constituição Federal Brasileira, no título dos Direitos e Garantias Fundamentais: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: I – homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição.” (BRASIL, 1988, p. 13).

A prioridade assegurada pelo Estatuto do Idoso compreende, dentre outras ações, a preferência na formulação e na execução de políticas sociais públicas específicas (art. 3º § 1, II). No entanto, o envelhecimento rápido da população e a implementação de políticas públicas concretas há um descompasso. Existem vários textos legais pós-Constituição Federal de 1988 com atenção à pessoa idosa sofrendo modificações. Pode-se destacar que o mesmo art. 3º, em seu § 2º, assegura: “dentre os idosos, prioridade especial aos maiores de 80

(oitenta) anos, atendendo-se suas necessidades sempre preferencialmente em relação aos demais idosos.” (BRASIL, 2003, p. 9).

O artigo 5º da Convenção Interamericana sobre a Proteção dos Direitos Humanos dos Idosos, cujo título trata da igualdade e não discriminação por razões de idade, assim estabelece:

> Fica proibida pela presente Convenção a discriminação por idade na velhice. Os Estados Partes desenvolverão enfoques específicos em suas políticas, planos e legislações sobre envelhecimento e velhice, com relação aos idosos em condição de vulnerabilidade e os que são vítimas de discriminação múltipla, incluindo as mulheres, as pessoas com deficiência, as pessoas de diversas orientações sexuais e identidades de gênero, as pessoas migrantes, as pessoas em situação de pobreza ou marginalização social, os afrodescendentes e as pessoas pertencentes a povos indígenas, as pessoas sem teto, as pessoas privadas de liberdade, as pessoas pertencentes a povos tradicionais, as pessoas pertencentes a grupos étnicos, raciais, nacionais, linguísticos, religiosos e rurais, entre outros. (OEA, 2015, p. 17).

Sob essa perspectiva, o Código de Defesa do Consumidor nasce para a busca do equilíbrio da relação contratual, ou seja, a busca da igualdade, exigindo-se a garantia dos direitos fundamentais, para a preservação da dignidade da pessoa humana e que a proteção do mais fraco está estritamente ligada ao respeito da dignidade da pessoa humana.

O microssistema nada mais faz do que estabelecer uma forma de proteção especial a uma classe de pessoas que se encontrava, na sociedade, em posição de desvantagem, quando diante de relações contratuais de consumo, e tenta resgatar a igualdade material nas relações consumeristas. Nessa ótica, aceita-se regras que privilegiam certa classe de cidadãos, os idosos. (MARQUES, 2016).

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste documento consiste em contratos de consumo do idoso e os direitos e a proteção deste consumidor. O objetivo maior é identificar os contratos de consumo do idoso e analisar as condutas de proteção do direito do consumidor.

A proposta consiste em:

a) Identificar até que ponto à liberdade contratual entre as partes deve ter limites à contratação com o consumidor idoso;

b) Identificar a necessidade de inclusão social aos idosos e o amparo jurídico trazido através de leis que visam proporcionar melhorias em todos os aspectos da sua vida;

c) Contribuir com estudos, pesquisas e incentivos ao reequilíbrio da relação de consumo para àqueles que são considerados vulneráveis e, por vezes, hipossuficientes.

A pesquisa de campo foi realizada no Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Pessoa Idosa do Jaboatão[4], localizada em Jaboatão dos Guararapes.

O universo da pesquisa foi composto por idosos que são assistidos pelo Conselho Municipal, tendo como amostra 30% (trinta por cento) do total dos idosos assistidos nessa unidade. Universo: 50 idosos. Amostra: 15 idosos.

O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliográfica e de Campo;

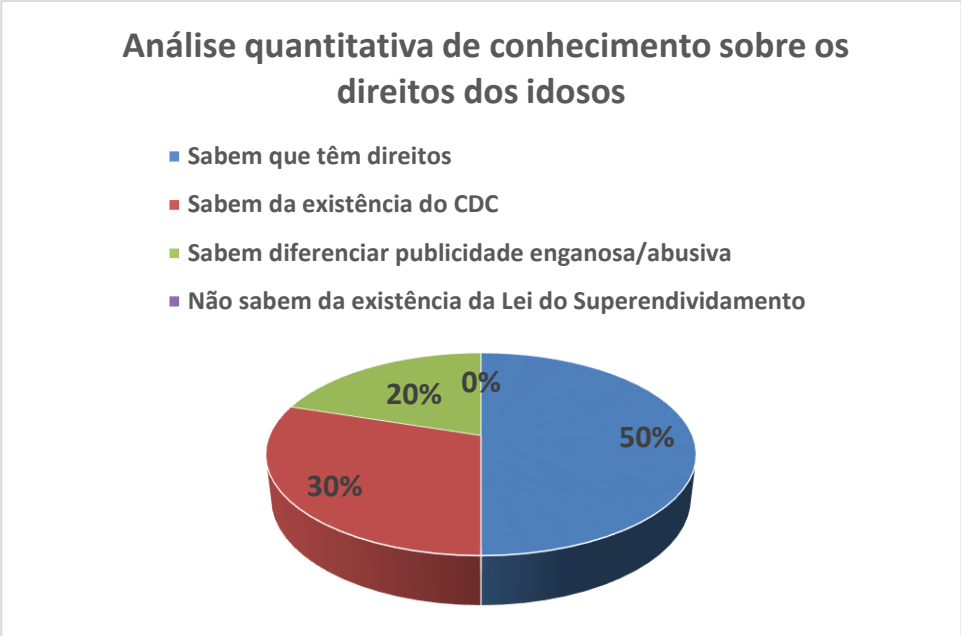
b) Quanto à finalidade: Aplicada;

c) Quanto ao método de análise: Propositiva;

d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

Na pesquisa de campo foi utilizado como instrumento um questionário fechado, constante no apêndice deste artigo.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO



[4] O Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Pessoa Idosa do Jaboatão (COMDDIJ), localizado na Av. Barreto de Menezes, 1648 – Prazeres – Jaboatão dos Guararapes - Complexo Administrativo Estr. da Batalha, 1200 – Jardim Jordao – Jaboatão dos Guararapes. Foi instituído no Município de Jaboatão do Guararapes através da Lei 828 de 20 de agosto de 2012. É vinculado à Secretaria Municipal de Assistência Social e Cidadania e Secretaria Executiva de Direitos Humanos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema escolhido é de suma importância para demonstrar que há a necessidade de rever os instrumentos e mecanismos disponíveis na sistemática da proteção e defesa do consumidor idoso, principalmente por conta das significativas transformações sociais, de forma que os modelos tradicionais de atos de consumo tornam-se ultrapassados rapidamente.

Na nossa sociedade a figura do consumidor idoso passa a preencher um espaço cada vez maior pelo aumento da população idosa que influencia de forma significativa os atos de consumo, passando a exigir uma reflexão e acompanhamento constante das novas relações jurídicas de consumo.

Diversas situações de abuso e violação aos direitos dos consumidores, ao longo da história, obrigou o Estado a tomar decisões no propósito de construir e salvaguardar os direitos desses sujeitos, principalmente os idosos, objeto de estudo.

O sistema jurídico passou a tutelar o sujeito de direito, o consumidor, a partir da Constituição Federal de 1988, concedendo posição de destaque à defesa do consumidor, elevando a condição de direito fundamental e consequentemente com a Lei 8.078/1990, de 11 de setembro de 1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, entrando em vigor em 11 de março de 1991.

Considerada uma inovação no ordenamento jurídico brasileiro e uma verdadeira mudança na ação protetora do direito, coube ao Estado, portanto, intervir nas relações de consumo, reduzindo o espaço para a autonomia da vontade, impondo normas imperativas de maneira a restabelecer o equilíbrio e a igualdade de forças nas relações entre consumidores e fornecedores.

De uma visão liberal e individualista do direito civil, passamos a uma visão social, que valoriza a função do direito garantindo o equilíbrio, como protetor da confiança e das legítimas expectativas nas relações de consumo.

Esta intervenção estatal, ordenada pela Constituição Federal de 1988, em seus arts. 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V está bem clara no art. 1º do Código de Defesa do Consumidor, onde também estão positivadas as novas regras para a proteção do consumidor, as quais têm como fim justamente harmonizar e dar transparência às relações de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor efetivamente rejuvenesceu o direito civil pátrio, modificou sensivelmente o direito contratual e introduziu novos patamares éticos no mercado brasileiro.

A jurisprudência tem contribuído em muito para a interpretação ponderada e ao mesmo tempo efetiva das normas do CDC.

A entrada em vigor do Código Civil de 2002 não empalideceu o CDC, ao contrário, forçou a jurisprudência a aprofundar sua análise sobre quem seria este sujeito protegido, o consumidor.

A pessoa idosa ganhou no sistema jurídico brasileiro previsão constitucional, uma gama de ações protetivas, implementadas pela Política Nacional do Idoso como também com o Estatuto do Idoso.

Por conta das significativas transformações sociais, tem sido um desafio constante, exigindo uma reflexão e acompanhamento das novas relações jurídicas e o consumidor idoso não deixa de preencher esse espaço na relação de consumo.

Assim, o consumidor idoso, por ser alvo de práticas abusivas no mercado de consumo, quer no campo contratual ou segmentos específicos, necessita de amparo do poder judiciário e outros órgãos administrativos competentes, comprometidos na fiscalização e no cumprimento de punições contra fornecedores que tanto abusam dos consumidores idosos. Essas ações se justificam por se deparar com um sujeito portador de uma vulnerabilidade extrema.

Por fim, foi realizada uma pesquisa de campo para obtenção de dados informativos de um grupo de idosos, selecionados como representantes dessa população. Foi utilizado um questionário com doze perguntas, com o objetivo de identificar o conhecimento dos seus diretos sob a ótica estatal e se consideram que esses direitos são respeitados. A amostra composta por quinze idosos entrevistados, de um total de cinquenta, correspondendo a 30% do total. O método utilizado foi de abordagem quantitativa, através de entrevista, realizada no decorrer da preparação do referido artigo.

Diante do resultado apresentado 50% dos entrevistados sabiam que apenas tinham direitos; 30% sabiam da existência do Código de Defesa do Consumidor; 0% sabia da existência da Lei do Superendividamento; e 20% sabiam diferenciar a publicidade enganosa da abusiva. Conclusão: A metade dos idosos entrevistados conhecia que seus direitos nem sempre são respeitados.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Fabiano. **Vulnerabilidade da pessoa nas relações de consumo**: Idoso no Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: https://fabianopt.jusbrasil.com.br/artigos/159414758/. Acesso em: 12 set. 2021.

BARRETO, Adriana. **Consumidor Idoso é hipervulnerável e deve ser protegido pelo CDC, aponta especialista.** Disponível em: https://www.migalhas.com.br/amp/quentes/270855/consumidor-idoso-e-hipervulnerável-e-deve-ser-protegido-pelo-cdc-aponta-especialista. Acesso em: 27 set. 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil 03/constituicao.htm Acesso em: 06 set. 2021.

BRASIL. Lei n. 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília: Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em 06 set. 2021.

BRASIL. Lei n. 10.741 de 1º de outubro de 2003. Dispõe sobre o **Estatuto do idoso** e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10741.htm. Acesso em: 06 set. 2021.

CONVENÇÃO **Interamericana sobre a proteção dos direitos humanos dos idosos.** Disponível em: https://www.oas.org/en/sare/documents/CIPM_POR.pdf. Acesso em: 12 set. 2021.

GREGORI, Maria Stella. **O novo paradigma para um capitalismo de consumo**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n.75, p. 247-258, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de defesa do Consumidor**: O novo regime das relações Contratuais- 8. Ed. Ver., atual. e ampl. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MELO, Mayara de Oliveira; SILVEIRA, Lucileuda. **Direito do consumidor idoso superendividado**: reconhecimento de uma hipervulnerabilidade. Disponível em: https://jus.com.br/artigos/71534/direito-do-consumidor-idoso-superendividado-reconhecimento-de-uma-hepervulnerabilidade. Acesso em: 11 set. 2021.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoro; DENSA, Roberto. **A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes.** Revista de direito do Consumidor. São Paulo, n 76, p 13-45, 2010.

OLIVEIRA, Isaac. **O que muda com nova lei para evitar 'superendividamento' dos consumidores**: Empresas são proibidas de assediar consumidores para vender produto, serviço ou crédito, principalmente a idosos e analfabetos. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/06/. Acesso em: 12 set. 2021.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **A proteção do idoso no mercado de consumo.** Disponível em: http://cristianoschmitt.com.br/web/publications/index.php?id=21. Acesso em: 13 set. 2021.

TAVARES, Mariza. **Por dentro do Estatuo do Idoso**: como agir contra abusos financeiros. Disponível em: http://g1.globo.com/blog/longevidade-modo-de-usar/post/por-dentro-do-estatuto-do-idoso-como-agir-contra-abusos-financeiros.html. Acesso em: 13 set. 2021.

APÊNDICE A – Questionário aplicado na pesquisa campo

O objetivo maior desta pesquisa é identificar os contratos de consumo do idoso e analisar as condutas de proteção do direito do consumidor.

1. **Para você, no Estado Social da atualidade, o que caracteriza um contrato?**

   a) A perda da condição de elemento nuclear básico para o surgimento da relação, do interesse social, descartando a lei como limitadora, legitimando a autonomia da vontade.
   b) Mantem as limitações da lei, em detrimento da autonomia e vontade das partes.
   c) A liberdade contratual prevalecendo a autonomia da vontade sem intervenção estatal.

2. **Diante das alternativas, qual sua opinião sobre o alcance da Lei 8.078/1990, Código de Defesa do consumidor?**

   a) Conseguiu alcançar sua finalidade.
   b) Não conseguiu alcançar seus objetivos.
   c) Ainda está em processo de amadurecimento.

3. **Tratando-se da dignidade da pessoa humana em detrimento a pessoa idosa, a constituição Federal à luz do art. 230 aduz que é dever da família, da sociedade e o do estado o amparo às pessoas idosas diante da comunidade, defendendo sua dignidade e garantindo-lhe à vida. Em razão disso, como você se sente, conforme preconiza a nossa Carta Magna?**

   a) Protegida por todos.
   b) Apenas a família protege.
   c) Não sente proteção do estado.

4. **A liberdade contratual é mitigada pelo estado que promove a defesa do consumidor na forma da lei. Como você considera essa afirmação?**

   a) Como princípio de ordem econômica.
   b) Como uma busca da erradicação da pobreza e da marginalização.
   c) Como uma redução da desigualdade social.

5. **A proteção contra a publicidade enganosa ou abusiva está elencada no art. 6º, IV, como um dos direitos básicos do consumidor. Você sabe diferenciar a propaganda enganosa da abusiva na hora da compra?**

   a) Sim, a enganosa é aquela que não corresponde com o prometido e a abusiva é aquela que alguém se prevalece da fraqueza ou ignorância do consumidor.
   b) Não sei diferenciar.
   c) Sim, apenas uma delas.

6. **O consumidor idoso por ter uma tutela diferenciada diante das cláusulas contratuais, necessita de uma proteção diferenciada e reforçada. Como você se sente?**

a) Vulnerável.
b) Hipervulnerável.
c) Não se considera vulnerável.

7. **Um caso de grande repercussão ocorrido no Brasil, em que vendedores de determinadas almofadas térmicas milagrosas prometiam a cura de diversas doenças como infartos, AVC e outras mais, combatendo a insônia, irritabilidade se aproveitando da vulnerabilidade do consumidor idoso mediante descontos em consignação junto aos beneficiários do INSS. Você já foi vitima de alguma situação dessa?**

a) Sim, a mesma.
b) Sim, em situação semelhante.
c) Não.

8. **A lei 14.181/2021 do superendividamento dos consumidores vem trazer mais segurança jurídica aos endividados que precisam negociar seus débitos trazendo também inclusão social aos idosos. Você já tinha conhecimento dessa nova Lei do superendividamento?**

a) Sim.
b) Não.
c) Já ouviu falar.

9. **A proteção ao consumidor como norma constitucional é considerara cláusula pétrea. Diante do direito fundamental reportado na Constituição dê sua opinião quanto à valorização como consumidor?**

a) Princípio, a partir da premissa de tratar iguais como iguais e desiguais como desiguais.
b) Prioridade assegurada pelo estatuto do idoso.
c) Garantia fundamental.

10. **Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, conforme o art. 5º, I, CF/88. O que você acha que deve ser feito para sempre garantir essa tutela de igualdade?**

a) Execução de políticas públicas.
b) Erradicar as desigualdades sociais.
c) Priorizar a educação na luta contra a desigualdade.

11. **O Código de Defesa do Consumidor nasceu para buscar o equilíbrio da relação contratual, buscando a igualdade e exigindo a garantia dos direitos fundamentais. Esse direto é respeitado?**

a) Totalmente respeitado.

b) Às vezes é respeitado.
c) Nunca é respeitado.

12. O que você acha sobre a preferência na formulação e execução de políticas sociais públicas asseguradas pelo Estatuto do idoso à luz do art. 3º §1, II?

a) Está condicionada ao envelhecimento da população.
b) Está condicionada ao crescimento do comércio.
c) Está condicionada as velocidades das mudanças tecnológicas.

DIREITOS REAIS: EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DE PROPRIEDADE E A INCIDÊNCIA DA MATÉRIA REGISTRAL SOBRE OS IMÓVEIS

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p08

Iris Rafaela Leite da Silva[1]
Eduardo Pessoa Crucho Cunha[2]

RESUMO

Os direitos reais consistem em um conjunto de princípios e normas que disciplinam a relação jurídica referente às coisas suscetíveis de apropriação pelo homem, possuindo capítulo exclusivo no Código Civil, tendo em vista a sua grande importância e aplicabilidade no ordenamento jurídico brasileiro. A matéria registral é a parte do direito que confere fé pública aos registros de imóveis, sendo ela pautada por alguns princípios norteadores, assumindo cada um deles a função de contribuir para a formação da fé pública dada ao que é registrado em cartório. A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada no 1º Registro de Imóveis do Recife, localizado no Estado de Pernambuco.

Palavras-chave: Direitos Reais. Direito de Propriedade. Matéria Registral. Imóveis.

Data de submissão: 29/09/2022
Data de aprovação: 08/11/2022

ABSTRACT

Real rights consist of a set of principles and norms that govern the legal relationship regarding things susceptible to appropriation by man, having an exclusive chapter in the Civil Code, in view of its great importance and applicability in the Brazilian legal system. The registration matter is the part of the law that grants public faith to property registrations, and it is guided by some guiding principles, each of which assumes the function of contributing to the formation of public faith given to what is registered in a notary. The research that supported the construction of the article was carried out in the 1st Real Estate Registry of Recife, located in the State of Pernambuco.

Keywords: Real Rights. Property right. Registration Matter. Properties.

INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda o tema sobre os direitos reais. O tema escolhido é de suma importância para contribuir com o aprofundamento dos conhecimentos sobre os direitos reais, a partir da sua evolução histórica. A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada no 1º Registro de Imóveis do Recife, localizado no Estado de Pernambuco.

[1] Concluinte do Curso de Bacharelado em Direito da Faculdade Metropolitana da grande Recife.
E-mail: irisleite5199@gmail.com
[2] Professor orientador do Curso de Bacharelado em Direito da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: eduardocruchoprof@gmail.com

DIREITOS REAIS

Os direitos reais, ou o tão conhecido “direito das coisas”, consistem em um conjunto de princípios e normas que disciplinam a relação jurídica referente às coisas suscetíveis de apropriação pelo homem, segundo uma finalidade social. (STOLZE; PAMPLONA, 2018).

Possuem capítulo exclusivo no Código Civil, tendo em vista a sua grande importância e aplicabilidade no ordenamento jurídico brasileiro, sendo eles a propriedade, a superfície, as servidões, o usufruto, o uso, a habitação, o direito do promitente comprador do imóvel, o penhor, a hipoteca, a anticrese, a concessão de uso especial para fins de moradia, a concessão de direito real de uso, e a laje. (BRASIL, 2002).

Dentre os vários tipos elencados no parágrafo acima, primeiramente aborda-se o direito à propriedade, que consiste na aplicação prática de um direito constitucional: a moradia, consolidando-se com o devido registro no cartório de imóveis de circunscrição competente. Ressalta-se que a propriedade não deve ser confundida com o uso, tendo em vista que esse constitui um tipo de posse, sendo esta por si só, independente de contrato e de direito real, um fato jurídico relevante. (COSTA, 1999).

Já o direito à superfície pode ser visto como uma concessão, onerosa ou não, que o proprietário de um terreno confere a outrem, para que seja utilizado e nele seja construído, por tempo determinado ou indeterminado. Diferindo-se das servidões, eis que essas caracterizam-se pela participação de dois imóveis (dominante e serviente), impondo ao segundo uma finalidade de uso sobre o primeiro, a fim de torna-lo útil e valioso. Pode-se dizer que o uso se assemelha mais ao direito real de usufruto, que também é uma relação jurídica que necessariamente precisa de dois agentes para se realizar (usufrutuário e usufruto), mas confere a este a capacidade de utilizar do bem e suas rendas, ainda que não seja proprietário; o usufruto é esta capacidade. Legalmente, são conferidas as disposições relativas ao usufruto do direito de habitação, e por isso é necessário esclarecer que a particularidade que cabe à habitação é que ela confere uma simples prerrogativa de ocupação do imóvel pelo detentor, enquanto o usufruto concede a posse, uso e outras prerrogativas.

O direito real do promitente comprador do imóvel é adquirido através do registro do instrumento particular ou escritura pública de promessa de compra e venda, no cartório de imóveis, conferindo ao promitente comprador o direito de adquirir o imóvel futuramente, seja por transferência do bem pelo seu detentor ou por adjudicação judicial. (BRASIL, 2002).

É importante definir a diferença entre o direito real da concessão de uso especial para fins de moradia, e a concessão de direito real de uso. O primeiro trata-se de relação jurídica formada entre o Estado e o particular, quando esse cede o bem a fim de promover sua

utilização e cumprir sua função social de moradia. O segundo dá-se através de contrato que transfere o uso, de forma onerosa ou não, para que um particular possa utilizar o imóvel cedido, para objetivo específico e determinado pelo Estado, ou seja, também se utiliza da relação do Estado com o particular, mas com objetivo definido a fomentar o interesse público.

O penhor, a hipoteca e a anticrese são obrigações acessórias, mas enquanto o penhor é um instituto de garantia que recai sobre bens móveis, a hipoteca e a anticrese recaem sobre bens imóveis, mas a hipoteca visa dar o próprio imóvel ou terceiro em garantia e deve ser registrada em cartório para que tenha eficácia. Já a anticrese busca retirar do bem dado em garantia os seus frutos, até que seja cumprida a obrigação devida. (BRASIL, 2002).

E, por último, a laje, que é o direito real que possibilita a coexistência de imóveis autônomos de titulares distintos sobre a mesma área, permitindo que cada proprietário ceda a superfície de seu uso para que outro possa edificar sobre a mesma, podendo ser horizontal ou vertical.

Para Stolze e Pamplona (2018), é possível classificar os direitos reais entre os direitos sobre coisa própria (*jus in re propria*) que compreende o direito de propriedade, ou sobre coisa alheia (*jus in re aliena*) que se subdivide entre os de gozo ou fruição, os de garantia e o direito à coisa, que é o caso da promessa de compra e venda. No tocante aos direitos reais sobre coisa alheia de gozo ou fruição, compreende-se os de superfície, servidão, uso, habitação, concessão de uso especial para moradia, concessão de direito real de uso e laje; já os de garantia são o penhor, a anticrese e a hipoteca.

Evolução histórica do direito de propriedade

O direito de propriedade, como já fora acima explicitado, é a parte dos direitos reais que trata sobre o direito de moradia em seu sentido mais estrito, dependendo do registro imobiliário para que tenha eficácia, tendo em vista que lhe foi percebida essa atribuição legal. Entretanto, o tema ‘’propriedade’’ está sujeito a diversos riscos culturais, por ser plurívoco, evocando uma miríade de doutrinas, ideologias, concepções e tradições históricas diferentes. Um risco cultural é adotar uma visão histórica ligada à tradição da modernidade, limitada a uma concepção individualista da relação entre os homens e os bens. Um outro risco, decorrente do primeiro é a “absolutização” da ideia de propriedade nos moldes em que foi pensada na modernidade. Nesse viés, a propriedade acaba por ser entendida como uma construção praticamente imutável e estática, o que implica em eliminar a historicidade própria do conceito. (MATIAS & ROCHA, 2006).

No tocante a sua historicidade, a configuração da propriedade passa por profundas modificações ao longo de sua evolução histórica, representada pelo entendimento desse instituto nas regras jurídicas do Direito Romano, do Direito Medieval, do Direito Moderno, marcado pelas transformações decorrentes da Revolução Francesa e do Direito Contemporâneo, caracterizado por um novo sistema constitucional voltado para a realização da Justiça Social. (SOARES, 2006).

A propriedade no Império Romano era considerada *erga omnes*, mas sofria diversas influências do interesse público. Pode-se entende-la como sendo um direito exclusivo, eis que apenas poderia haver um proprietário, tendo evoluído para um sentido mais ‘’social’’ pelas influências políticas, sociais e culturais da época. Diferindo-se da propriedade feudal, essa poderia ser a primeira conhecida por haver ‘’função social’’, tendo em vista que era pautada na disponibilização da mesma para que se pudesse usar, fruir e dispor, desde que se fosse atingida a sua finalidade com essa cessão, assemelhando-se ao que se conhece hoje como ‘’posse’’ ou direito real da concessão de uso especial para fins de moradia e, ainda, a concessão de direito real de uso.

Para Soares (2006), o direito de propriedade moderno tem seu marco histórico na Revolução Francesa, que traz modificações no contexto social, político e jurídico, marcado pela concepção individualista, produto da exaltação das liberdades individuais e da mínima intervenção do Estado na organização social.

Já o direito contemporâneo é marcado pela Revolução Industrial, onde passou-se a ver a intervenção sindical e o começo do que se conhece por ‘’mínimo existencial’’, repensando a propriedade para que atingisse os direitos coletivos e individuais, prezando pela regulação da intervenção estatal, definindo tributos ao invés de atribuições à propriedade, como fazia-se na época feudal.

Não obstante, em um contexto nacional, antes do marco moderno e do contemporâneo, houve o direito de propriedade colonial, que surge a partir da colonização das terras brasileiras, desde a criação das capitanias hereditárias, que foi a primeira divisão territorial implantada pelos portugueses, até a criação dos cartórios de notas e registro de imóveis.

Um marco importante no direito de propriedade colonial foi a promulgação da Lei de Terras, sendo a primeira legislação conhecida no Brasil que determinava o uso e distinção de propriedades, criando a ‘’Repartição Geral das Terras Públicas’’, órgão público encarregado de dirigir a medição, divisão e descrição das terras devolutas, além da sua conservação, fiscalização da venda e distribuição, promovendo a colonização nacional e estrangeira. (BRASIL, 1850).

No tocante à criação das serventias de notas e de registro de imóveis, decorreu da necessidade da nomeação de notários pelo rei, tendo em vista serem os responsáveis por acompanhar as fundações de vilas e povoados, bem como registrarem as guerras, invasões e aquisições de escravos e seu comércio no Brasil. Por isso foi criado o primeiro cartório de notas do Brasil, inaugurado em 1 de março de 1565, no Rio de Janeiro, juntamente com a criação da cidade, pelo capitão Estácio de Sá, tendo sido nomeado em 20 de setembro de 1565 o seu primeiro tabelião, Pero da Costa.

A propriedade colonial definia as pessoas submetidas à condição de escravidão como bens, sendo descritas formalmente em cartório de notas, a fim de assegurar e conferir fé pública aos documentos de aquisição, e registradas em cartórios de imóveis para fazer saber as transferências dessas ‘’propriedades’’, ou seja, um escravo era comercializado e o seu comprador elaborava seu documento de aquisição em cartório de notas, contendo todas as suas características, dimensões, particularidades e registrava no cartório de imóveis para dar fé ao documento de transferência (não havia que se falar em registro civil, eis que não eram consideradas pessoas e sim bens), e esse registro persiste até os dias atuais, através de certidões e arquivos constantes nos cartórios. (Anexo 1).

Nota-se, desta forma, que a noção de propriedade foi bastante diversificada ao longo das eras, pois, para ter-se a concepção do que é o direito real de propriedade incidente sobre bem móvel (que é o caso da anticrese) como todos os demais incidentes sobre bens imóveis, foi necessário o percurso temporal valorado por costumes e normas. Esse percurso temporal deixa clara a noção do direito real de propriedade como mutável, e a análise dele observa muito mais a sua historicidade do que a sua moralidade, tendo em vista também que a apropriação de bens é uma forma de realização pessoal. (MATIAS; ROCHA, 2006).

Incidência da matéria registral sobre os imóveis

A matéria registral é a parte do direito que confere fé pública aos registros de imóveis, sendo ela pautada por alguns princípios norteadores, assumindo cada um deles a função de contribuir para a formação da fé pública dada ao que é registrado em cartório, considerando também, a fé de ofício conferida aos titulares das serventias.

Para Salles (2007), o sistema registral é um subgrupo do sistema administrativo, estruturando-se com base em seus princípios, que devem ser extraídos e colhidos do próprio ordenamento, do próprio sistema registral. Os principais compêndios que versam sobre o Direito Registral, ainda escassos, assinalam a existência de sete princípios estruturais ou internos típicos, que se acham consagrados e revelados pela própria Lei de Registros Públicos,

quais sejam os da unitariedade, legalidade, instância, legitimação registral, prioridade, continuidade e especialidade.

O princípio da unitariedade assume papel de grande relevância, pois confere grande autonomia aos cartórios e seus órgãos regulamentadores, no sentido de lhes conferir o direito de acompanharem por apenas um número de matrícula toda a ‘’vida’’ de um imóvel, toda a sua ‘’história’’. É o princípio que afirma que cada imóvel registrado somente pode ter um único número e ficha de matrícula, até que seja dividido ou desmembrado. (PERNAMBUCO, 2019).

Já o princípio da legalidade no âmbito registral versa sobre a obrigatoriedade da existência de norma regulamentadora para que o título seja considerado hábil para registro à fim de que seja praticado o ato. Não se deve confundir tal princípio com o da legitimação registral, eis que esse refere-se à duração da validade do registro (ainda que nocivo) até o seu expresso cancelamento; e nesse sentido também segue o princípio da instância, que garante manutenção do registro, que somente alterado de qualquer maneira para qualquer fim, sob pedido fundamentado de quem tenha interesse jurídico para fazê-lo.

O princípio da prioridade é ligado à priorização no tocante à natureza do título, analisando também os demais concorrentes, à fim de garantir que o direito não seja perecido. Essa garantia do não perecimento do direito também é encontrada no princípio da continuidade, ou ‘’princípio da perfeita concatenação’’, tendo em vista que ele assegura que seja perfeitamente comprovado o elo de ligação entre o titular do domínio com o adquirente, permite também, que haja uma cadeia contínua entre os atos praticados.

Em relação ao princípio da especialidade, ressalta-se que é aquele que versa sobre a obrigatoriedade da perfeita descrição individualizada dos componentes integrantes da matéria objeto de registro, tanto no que se refere aos indivíduos envolvidos, independentemente de quantos forem (especialidade subjetiva), tanto ao imóvel (especialidade objetiva).

A incidência da matéria registral sobre os imóveis, com base nos princípios acima demonstrados, confere eficácia, segurança e autenticidade aos atos jurídicos relacionados a eles. (BRASIL, 1973).

Tanto a eficácia, como a segurança e autenticidade, são objetivos, pilares, para que o registro seja realizado e validado na existência de um imóvel e, para que existam, é necessária a aplicação da lei como instrumento norteador do ato registral, sendo uma das leis mais importantes a Lei de Registros Públicos, juntamente com os Códigos de Normas, criados e regulamentados pelos poderes judiciários dos estados, e as instruções do Conselho Nacional de Justiça. (BRASIL, 1973).

A eficácia versa sobre os efeitos *erga omnes* que são provenientes do ato de registro, bem como à validade no tempo que esse ato possui. Um registro se torna eficaz quando consegue atingir seus objetivos. Um exemplo é quando se almeja obter garantias imobiliárias e o registro do instrumento particular no cartório de imóveis competente confere ao particular envolvido o direito de obter as garantias desejadas.

Os atos praticados em cartórios são presumidos de autenticidade e isso é uma ferramenta fundamental para que o imóvel seja considerado regular, tendo em vista que se há registro imobiliário, devidamente certificado, é irrebatível a situação da propriedade, no que tange ao seu proprietário e também quando falamos de propriedade imóvel. Isso se dá porque há normas regulamentadoras internas de condutas para os cartórios, a fim de que assegurem a lisura do processo de registro.

Referente à segurança registral, afirma-se que ela decorre da ‘’segurança jurídica’’, sendo resultante da imutabilidade e da garantia ou arguição de que será preservado o conteúdo do ato de registro pelo tempo. Essa segurança independe do material físico relacionado ao ato praticado, pois, uma vez feito, esse perpetua-se até que seja retificado e/ou continuado. O imóvel passa a ter uma ‘’história’’ que será ‘’contada’’ através de atos jurídicos perfeitos e soluções legais. (SALLES, 2007).

Desta forma, a incidência da matéria registral sobre os imóveis garante a possibilidade da regularidade e o cumprimento das determinações legais, com a aplicação dos princípios e a firmação da autenticidade, eficácia e segurança sobre as ‘’histórias’’ daqueles. Também confere aos particulares envolvidos a juridicidade que se precisa para exigir, cumprir e fazer cumprir obrigações. É importante, é válido e legal, carecendo de visibilidade, pois os atos praticados possuem fé pública concedida pelo Estado.

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste artigo é formado pelos direitos reais, direito de propriedade e incidência da matéria registral sobre os imóveis.

O objetivo é ressaltar a versatilidade dos direitos reais em um contexto histórico, abordando o direito de propriedade, trazendo à tona a concepção do direito de propriedade colonial e a incidência da matéria registral sobre os considerados imóveis. A proposta consiste em:

a) Descrever e diferenciar os direitos reais;
b) Abordar a evolução histórica do direito de propriedade, demonstrando de forma fática a existência do direito de propriedade colonial; e

c) Reforçar o conhecimento e aplicação da matéria registral sobre os imóveis.

A pesquisa de campo foi realizada no 1º Registro de Imóveis do Recife[3], localizado no Estado de Pernambuco.

O universo da pesquisa foi composto por funcionários do referido cartório, tendo como amostra 10% (dez por cento) do total de funcionários do local. Universo: 90 colaboradores; amostra: 9 colaboradores.

O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliografia e de Campo;

b) Quanto a finalidade: Aplicada;

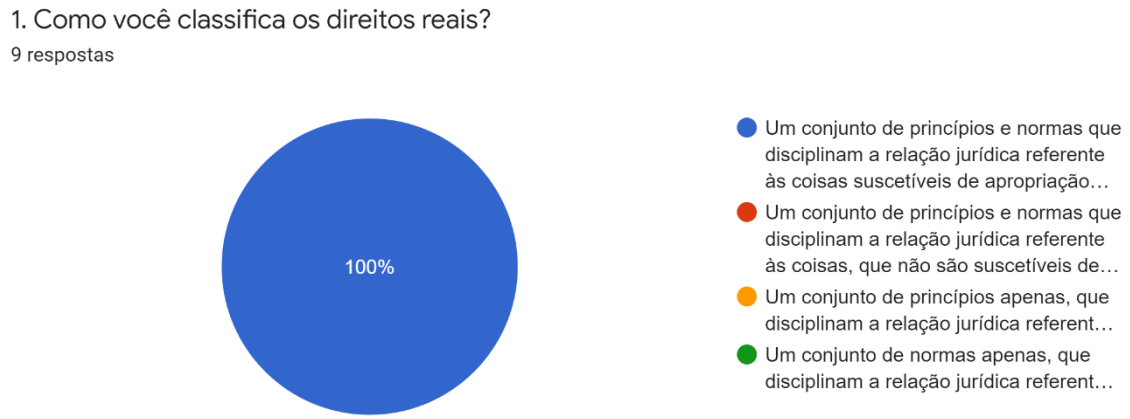
c) Quanto ao método de análise: Propositivo;

d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

Na pesquisa de campo foi utilizado como instrumento um questionário fechado, constante no apêndice deste artigo.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

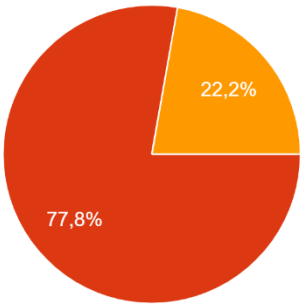
Neste item foram analisados os dados coletados em campo com base no referencial teórico e legislação pertinente, trazidos no item 2 desse projeto.



[3] O 1º Registro de Imóveis do Recife foi inaugurado em 15 de dezembro de 1865, sendo um dos cartórios de imóveis mais antigos do Brasil, concentrando em seus arquivos alguns documentos de transferência de titularidade épicos e de suma relevância para o direito registral imobiliário.

2. É possível identificar os direitos reais dentro da lei?

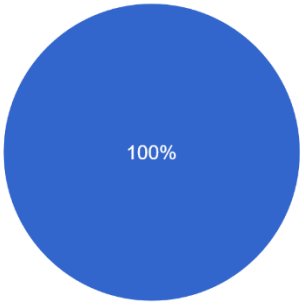
9 respostas



- Não, pois, estão dispostos em um rol meramente ilustrativo do Código Civil.
- Sim, pois, estão dispostos em um rol taxativo do Código Civil.
- Sim, pois, estão dispostos em um rol exemplificativo do Código Civil
- Não, pois, estão desconcentrados no Código Civil.

3. Para você, existe diferença entre a propriedade e uso?

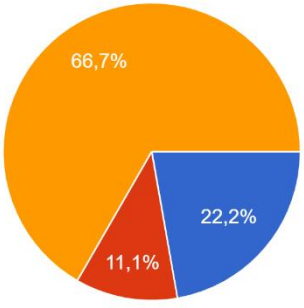
9 respostas



- Sim, pois, o uso constitui um tipo de posse, sendo esta por si só, independente de contrato e de direito real, um fato jurídico relevante.
- Não, pois, o uso é um tipo de obrigação acessória à propriedade
- Sim, pois, a posse é um tipo de uso, sendo esse por si só, independente de contrato e de direito real, um fato juríd…
- Não, pois, a posse não é um tipo de uso

4. Na sua opinião, o direito à moradia pode ser considerado um direito real?

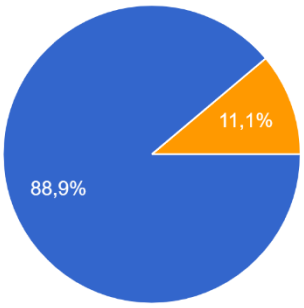
9 respostas



- Sim, pois, está consagrado no direito à propriedade
- Não, pois, não está vinculado ao direito à propriedade
- Sim, pois, é um direito constitucional.
- Não, pois, não está definido por lei.

5. Apenas os imóveis podiam ser registrados nos cartórios na época colonial?

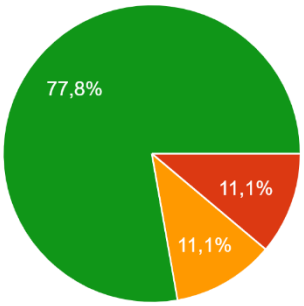
9 respostas



- Não, pois, a visão de propriedade era mais abrangente.
- Não, pois, não havia registro de imóveis no período colonial.
- Sim, pois, eram considerados imóveis apenas as terras de propriedade da coroa.
- Sim, pois, eram considerados imóveis todos os bens de grande porte.

6. Qual exemplo abaixo você não entende como uma época importante para a história do direito de propriedade?

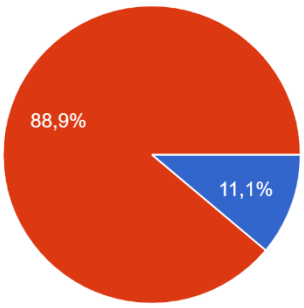
9 respostas



- Direito Romano.
- Direito Medieval.
- Direito contemporâneo.
- Direito canônico.

7. Na sua opinião, houve alguma mudança desde o período colonial até o presente momento, no tocante ao direito de propriedade?

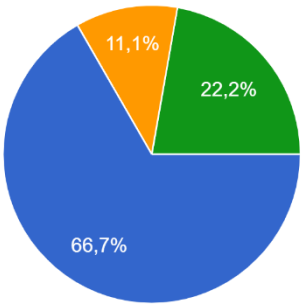
9 respostas



- Não, pois, algumas leis da época ainda vigoram.
- Sim, pois, muitas leis foram revogadas.
- Não, pois, não houve revogação de nenhuma lei.
- Não, pois, ainda é visível a divisão das capitanias hereditárias.

8. Como você avalia a importância da evolução histórica do direito de propriedade?

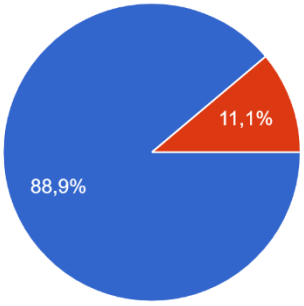
9 respostas



- Muito importante. A noção de propriedade mudou bastante com o avanço da tecnologia.
- Pouco importante. Não houve mudança com o avanço da tecnologia.
- Não é importante. Ficou mais difícil de se adquirir imóveis
- Relativamente importante. A definição de propriedade ficou menos abrangente.

9. Na sua opinião, os cartórios são capazes de conferir eficácia aos documentos?

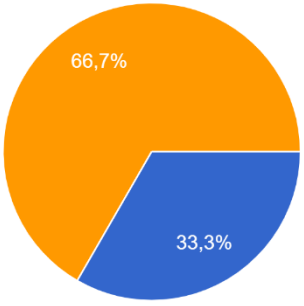
9 respostas



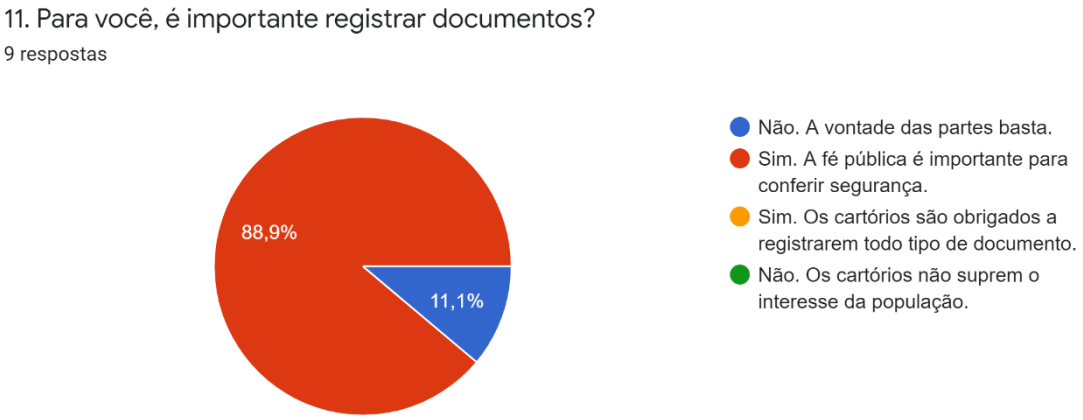
- Sim, pois, o registro perpetua o fato pelo tempo.
- Não, pois, todos os atos são revogáveis.
- Não, pois, a vontade das partes é suficiente.
- Sim, pois, não é possível revogar atos praticados por cartórios.

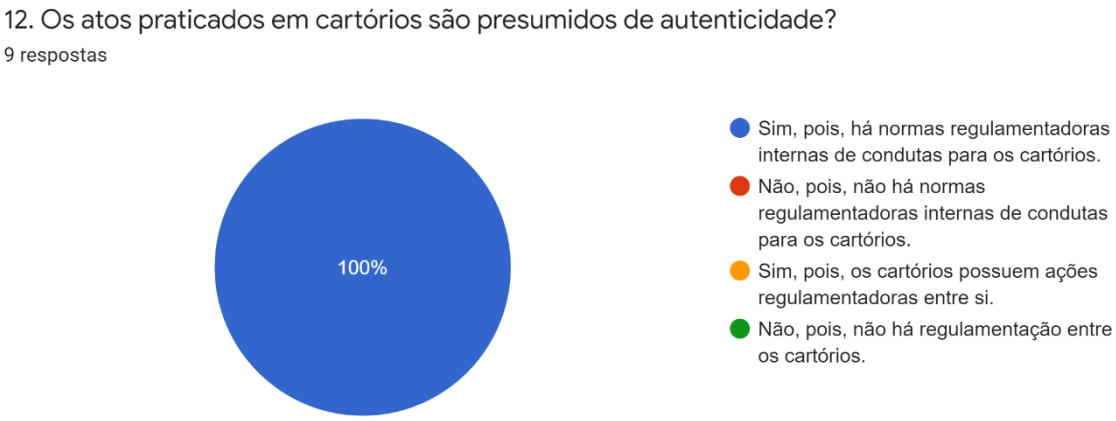
10. Existem leis que disciplinam o ato registral?

9 respostas



- Sim, pois, o registro de imóveis depende de autorização expressa.
- Não, pois, não há necessidade de autorização legal para se realizar registros.
- Sim, pois, é com base na lei que os cartórios criam seus atos.
- Não, pois, é livre a iniciativa do registrador.





CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema escolhido é de suma importância para contribuir com o aprofundamento dos conhecimentos sobre os direitos reais, a partir da sua evolução histórica. O conhecimento deste tema é um dos principais instrumentos para explicar a origem dos direitos reais, especificamente do direito de propriedade, tendo em vista a sua magnitude e aplicação na sociedade, bem como seu significado no meio de atuação dos juristas civilistas, sendo o direito de propriedade colonial enraizado e ainda presente no Brasil, pois seus efeitos perpetuam-se na eternidade dos registros imobiliários.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 601, de 18 de setembro de 1850. Lei de Terras**, 1850. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l0601-1850.htm. Acesso em: 15 jun. 2022.

BRASIL. **Lei nº 6.015, de 31 de dezembro de 1973. Lei de Registros Públicos**, 1973. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6015compilada.htm. Acesso em: 15 jun. 2022.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil**, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm. Acesso em: 15 jun. 2022.

COSTA, Dilvanir. **O conceito de direito real,** 1999. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/531/r144-04.PDF?sequence=4&isAllowed=y. Acesso em: 13 jun. 2022.

MATIAS, João; ROCHA, Afonso. **Repensando o direito de propriedade**, 2006. Disponível em: http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/manaus/reconst_da_dogmatica_joao_luis_matias_e_afonso_rocha.pdf. Acesso em: 13 jun. 2022.

PERNAMBUCO. **Código de normas dos serviços notariais e de registros do Estado de Pernambuco**, 2019. Recife, PE: Poder Judiciário do Estado de Pernambuco, 2019. Disponível em: https://www.tjpe.jus.br/documents/29010/1101020/Codigo+de+Normas+atualizado+at%C3%A9+Prov+16-2019+-+Dje+24.10.2019.pdf/becad42a-aa49-2e16-59f4-7d284a33c335. Acesso em: 13 jun. 2022.

SALLES, Venicio. **Direito Registral Imobiliário**, 2007. Disponível em: https://docero.com.br/doc/xc0xcn0. Acesso em: 15 jun. 2022.

SOARES, Vivian. **O Direito de Propriedade: Caracterização na Concepção de Autores Clássicos e Contemporâneos e Breves Comentários acerca da Função Social**, 2006. Disponível em: https://www.diritto.it/pdf_archive/21748.pdf. Acesso em: 15 jun. 2022.

STOLZE, Pablo; PAMPLONA, Rodolfo. **Manual de Direito Civil,** 2018. Disponível em: https://forumturbo.org/wp-content/uploads/wpforo/attachments/67300/5175-Manual-de-Direito-Civil-2020-Volume-Unico-Pablo-Stolze-Gagliano.pdf. Acesso em: 13 jun. 2022.

APÊNDICE A – Questionário utilizado na pesquisa campo

Este questionário tem por finalidade ressaltar a versatilidade dos direitos reais em um contexto histórico, abordando o direito de propriedade, trazendo à tona a concepção do direito de propriedade colonial e a incidência da matéria registral sobre os considerados imóveis.

Os Direitos reais, ou o tão conhecido ‘’Direito das Coisas’’, consistem em um conjunto de princípios e normas que disciplinam a relação jurídica referente às coisas suscetíveis de apropriação pelo homem, segundo uma finalidade social.

1. Como você classifica os direitos reais?

a) Um conjunto de princípios e normas que disciplinam a relação jurídica referente às coisas suscetíveis de apropriação pelo homem, segundo uma finalidade social.
b) Um conjunto de princípios e normas que disciplinam a relação jurídica referente às coisas, que não são suscetíveis de apropriação pelo homem, segundo uma finalidade social.
c) Um conjunto de princípios apenas, que disciplinam a relação jurídica referente às coisas que são reais, e por isso, não se aplicam ao direito de posse e nem se usufruto, tendo em vista não serem reais de fato.
d) Um conjunto de normas apenas, que disciplinam a relação jurídica referente às coisas que são reais, e por isso, não se aplicam ao direito de posse e nem se usufruto, tendo em vista não serem reais de fato.

2. É possível identificar os direitos reais dentro da lei?
   a) Não, pois, estão dispostos em um rol meramente ilustrativo do Código Civil.
   b) Sim, pois, estão dispostos em um rol taxativo do Código Civil.
   c) Sim, pois, estão dispostos em um rol exemplificativo do Código Civil.
   d) Não, pois, estão desconcentrados no Código Civil.

3. Para você, existe diferença entre a propriedade e uso?
   a) Sim, pois, o uso constitui um tipo de posse, sendo esta por si só, independente de contrato e de direito real, um fato jurídico relevante.
   b) Não, pois, o uso é um tipo de obrigação acessória à propriedade.
   c) Sim, pois, a posse é um tipo de uso, sendo esse por si só, independente de contrato e de direito real, um fato jurídico relevante.
   d) Não, pois, a posse não é um tipo de uso.

4. Na sua opinião, o direito à moradia pode ser considerado um direito real?
   a) Sim, pois, está consagrado no direito à propriedade.
   b) Não, pois, não está vinculado ao direito à propriedade.
   c) Sim, pois, é um direito constitucional.
   d) Não, pois, não está definido por lei.

5. Apenas os imóveis podiam ser registrados nos cartórios na época colonial?
   a) Não, pois, a visão de propriedade era mais abrangente.
   b) Não, pois, não havia registro de imóveis no período colonial.
   c) Sim, pois, eram considerados imóveis apenas as terras de propriedade da coroa.
   d) Sim, pois, eram considerados imóveis todos os bens de grande porte.

6. Qual exemplo abaixo você não entende como uma época importante para a história do direito de propriedade?
   a) Direito Romano.
   b) Direito Medieval.
   c) Direito contemporâneo.
   d) Direito canônico.

7. Na sua opinião, houve alguma mudança desde o período colonial até o presente momento, no tocante ao direito de propriedade?
   a) Não, pois, algumas leis da época ainda vigoram.
   b) Sim, pois, muitas leis foram revogadas.
   c) Não, pois, não houve revogação de nenhuma lei.

d) Não, pois, ainda é visível a divisão das capitanias hereditárias.

8. Como você avalia a importância da evolução histórica do direito de propriedade?
   a) Muito importante. A noção de propriedade mudou bastante com o avanço da tecnologia.
   b) Pouco importante. Não houve mudança com o avanço da tecnologia.
   c) Não é importante. Ficou mais difícil de se adquirir imóveis
   d) Relativamente importante. A definição de propriedade ficou menos abrangente.

9. Na sua opinião, os cartórios são capazes de conferir eficácia aos documentos?
   a) Sim, pois, o registro perpetua o fato pelo tempo.
   b) Não, pois, todos os atos são revogáveis.
   c) Não, pois, a vontade das partes é suficiente.
   d) Sim, pois, não é possível revogar atos praticados por cartórios.

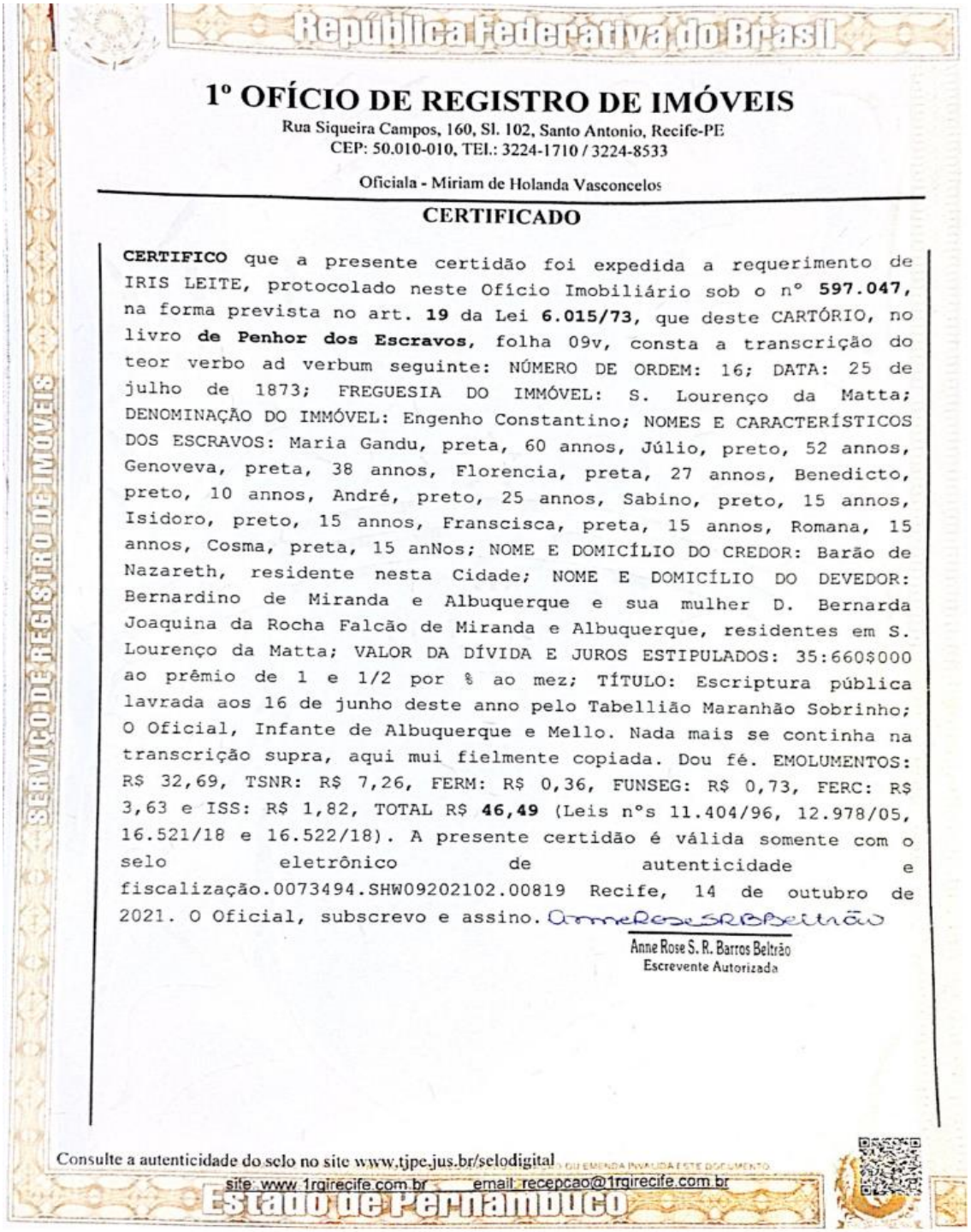
10. Existem leis que disciplinam o ato registral?
   a) Sim, pois, o registro de imóveis depende de autorização expressa.
   b) Não, pois, não há necessidade de autorização legal para se realizar registros.
   c) Sim, pois, é com base na lei que os cartórios criam seus atos.
   d) Não, pois, é livre a iniciativa do registrador.

11. Para você, é importante registrar documentos?
   a) Não. A vontade das partes basta.
   b) Sim. A fé pública é importante para conferir segurança.
   c) Sim. Os cartórios são obrigados a registrarem todo tipo de documento.
   d) Não. Os cartórios não suprem o interesse da população.

12. Os atos praticados em cartórios são presumidos de autenticidade?

   a) Sim, pois, há normas regulamentadoras internas de condutas para os cartórios.
   b) Não, pois, não há normas regulamentadoras internas de condutas para os cartórios.
   c) Sim, pois, os cartórios possuem ações regulamentadoras entre si.
   d) Não, pois, não há regulamentação entre os cartórios.

ANEXO 1 – Certidão de registro de penhor de escravos, emitida pelo 1º Registro de Imóveis do Recife.



República Federativa do Brasil

SERVIÇO DE REGISTRO DE IMÓVEIS

1º OFÍCIO DE REGISTRO DE IMÓVEIS

Rua Siqueira Campos, 160, Sl. 102, Santo Antonio, Recife-PE
CEP: 50.010-010, TEL.: 3224-1710 / 3224-8533

Oficiala - Miriam de Holanda Vasconcelos

CERTIFICADO

CERTIFICO que a presente certidão foi expedida a requerimento de IRIS LEITE, protocolado neste Ofício Imobiliário sob o nº **597.047**, na forma prevista no art. **19** da Lei **6.015/73**, que deste CARTÓRIO, no livro **de Penhor dos Escravos**, folha 09v, consta a transcrição do teor verbo ad verbum seguinte: NÚMERO DE ORDEM: 16; DATA: 25 de julho de 1873; FREGUESIA DO IMMÓVEL: S. Lourenço da Matta; DENOMINAÇÃO DO IMMÓVEL: Engenho Constantino; NOMES E CARACTERÍSTICOS DOS ESCRAVOS: Maria Gandu, preta, 60 annos, Júlio, preto, 52 annos, Genoveva, preta, 38 annos, Florencia, preta, 27 annos, Benedicto, preto, 10 annos, André, preto, 25 annos, Sabino, preto, 15 annos, Isidoro, preto, 15 annos, Franscisca, preta, 15 annos, Romana, 15 annos, Cosma, preta, 15 anNos; NOME E DOMICÍLIO DO CREDOR: Barão de Nazareth, residente nesta Cidade; NOME E DOMICÍLIO DO DEVEDOR: Bernardino de Miranda e Albuquerque e sua mulher D. Bernarda Joaquina da Rocha Falcão de Miranda e Albuquerque, residentes em S. Lourenço da Matta; VALOR DA DÍVIDA E JUROS ESTIPULADOS: 35:660$000 ao prêmio de 1 e 1/2 por % ao mez; TÍTULO: Escriptura pública lavrada aos 16 de junho deste anno pelo Tabellião Maranhão Sobrinho; O Oficial, Infante de Albuquerque e Mello. Nada mais se continha na transcrição supra, aqui mui fielmente copiada. Dou fé. EMOLUMENTOS: R$ 32,69, TSNR: R$ 7,26, FERM: R$ 0,36, FUNSEG: R$ 0,73, FERC: R$ 3,63 e ISS: R$ 1,82, TOTAL R$ **46,49** (Leis nºs 11.404/96, 12.978/05, 16.521/18 e 16.522/18). A presente certidão é válida somente com o selo eletrônico de autenticidade e fiscalização.0073494.SHW09202102.00819 Recife, 14 de outubro de 2021. O Oficial, subscrevo e assino. AnneRoseSRBeltrão

Anne Rose S. R. Barros Beltrão
Escrevente Autorizada

Consulte a autenticidade do selo no site www.tjpe.jus.br/selodigital

site: www.1rgirecife.com.br email: recepcao@1rgirecife.com.br

Estado de Pernambuco

Digitalizada com CamScanner

EDUCAÇÃO SEXUAL NA PRIMEIRA INFÂNCIA: ORIENTAÇÕES DA BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR SOBRE O TEMA PARA DOCENTES

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p09

Élida Cavalcante Silva[1]
Cinthya Lira[2]

RESUMO

Os estudos relacionados a esta temática, apesar de cada vez mais comuns e contemplados em documentos oficiais na área de educação, ainda não preenchem todas as lacunas condizentes aos seus desdobramentos. Dada a importância de difusão e dos debates sobre aspectos da sexualidade, esta pesquisa busca investigar junto a professoras (es) da Educação Infantil, os seus conhecimentos, concepções e práticas em relação à educação sexual na infância. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas presenciais e semiestruturadas, aplicadas com três professoras, através do embasamento da abordagem qualitativa de pesquisa, visando responder à questão norteadora: os (as) docentes das séries iniciais apresentam conhecimentos sobre a orientação da Base Nacional Comum Curricular acerca da Educação Sexual? Na análise dos dados é possível perceber, na fala dos sujeitos, fragilidades com relação à temática de educação sexual para a primeira infância, incluindo a ausência de debates em sua formação inicial e continuada.

Palavras-chave: Educação Sexual. Primeira Infância. BNCC.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

Studies related to this theme, although increasingly common and included in official documents in the area of education, still do not fill all the gaps consistent with its developments. Given the importance of dissemination and debates on aspects of sexuality, this research seeks to investigate with teachers of Early Childhood Education from schools in the Metropolitan Region of the city about their knowledge, conceptions and practices in relation to sexual education in childhood. Data collection was carried out through face-to-face and semi-structured interviews, applied with three female teachers, based on the qualitative research approach, aiming to answer the guiding question: the teachers of the initial series present knowledge about the orientation of the National Common Base Curriculum about Sex Education? In the analysis of the data, it is possible to perceive in the subjects' speech weaknesses in relation to the theme of sexual education for early childhood, including the absence of debates in their initial and continuing education.

Keywords: Sex Education. Early Childhood. BNCC.

[1] Graduanda do Curso de Licenciatura em Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: elidi.nha2526@gmail.com
[2] Professora / orientadora do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: cinthya@metropolitana.edu.br

INTRODUÇÃO

A relevância do estudo sobre o tema abordado neste artigo se dá devido aos altos índices de crimes sexuais contra crianças. Segundo o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), "nos últimos 4 anos, 180 mil meninas e meninos sofreram violência sexual no país. Os dados são de levantamento inédito que traça um panorama da violência letal e sexual contra crianças e adolescentes no Brasil".

Atualmente, entende-se que quanto mais informações a criança possuir sobre educação sexual, mais proteção ela terá, tendo em vista a sua valiosa ação preventiva e de detecção da prática destes crimes. “O abuso sexual pode ser prevenido se as crianças forem capazes de reconhecer o comportamento inapropriado do adulto, reagir rapidamente, deixar a situação e relatar para alguém o ocorrido”. (BRINO & WILLIAMS, *apud* WOLFE, 1998, p. 545-597).

Nesse caso, a educação sexual, enquanto conhecimento, serviria como norte para as crianças, sendo usada como orientação de atos e limites a serem observados e respeitados na relação entre essas crianças e o seu meio social.

Para trilhar o caminho do conhecimento as crianças precisam de orientações compartilhadas por professores preparados para abordar o tema de forma adequada e de acordo com a faixa etária. A BNCC (Base Nacional Comum Curricular), sendo um documento de caráter normativo que regula as aprendizagens necessárias para o amplo desenvolvimento dos alunos e alunas da Educação Básica, deveria ser um norte para os profissionais que atuam na área da educação, especialmente com crianças nas séries iniciais.

Analisando este documento, percebe-se o quanto a temática está resumida, focando o seu direcionamento para aspectos ligados à reprodução humana. A sexualidade, em todo o documento, é abordada nos anos finais do Ensino Fundamental, não sendo abordada diretamente na Educação Infantil. A fragilidade da BNCC espelha toda a vulnerabilidade infantil nas questões relacionadas à proteção contra os abusos sexuais. Para que a criança se proteja, ela precisa conhecer formas de proteção e onde encontrar auxílio.

O objetivo geral foi analisar o conhecimento dos (as) docentes que atuam na Educação Infantil sobre a temática da educação sexual e se há embasamento através da BNCC (Base Nacional Comum Curricular).

Com relação aos objetivos específicos este trabalho visou esclarecer o que é e qual a finalidade da educação sexual no âmbito escolar; compreender a importância de estudar educação sexual na faixa etária que corresponde à primeira infância, e analisar como a BNCC orienta a aplicação desta temática na educação infantil.

Para tanto, selecionamos uma instituição privada, localizada na Região Metropolitana da Grande Recife, e uma escola pública, localizada no munícipio de Ipojuca. As participantes são docentes das instituições supracitadas. A pesquisa teve abordagem qualitativa, sendo aplicadas entrevistas semiestruturadas com três professoras da Educação Infantil.

EDUCAÇÃO SEXUAL

O tema é amplo e bastante controverso. Com isso, as abordagens que orientam os pensamentos e influenciam no conceito deste tópico são variadas, existindo diversas concepções para o entendimento.

Jimena Furlani (2011) elencou diferentes concepções relativas à educação sexual dentro do cenário pedagógico no Brasil. A abordagem biológico-higienista é aquela em que o estudo da sexualidade se dá em ambiente escolar, tendo como foco a reprodução humana e o desenvolvimento sexual humano. Aborda-se em sala de aula basicamente os temas como gravidez, DSTs (Doenças Sexualmente Transmissíveis), saúde do corpo e planejamento familiar.

Almeida e Luz (2013) salientam que esta abordagem "é identificada como a única forma que os (as) professores (as) percebem ou realizam, ou seja, é a mais usual de ministrar em ambiente escolar, compartilhando o tema do ponto de vista sanitário e, principalmente, biológico".

Partindo dos ensinamentos de Jimena Furlani (2011), entendemos que a abordagem moral-tradicionalista é aquela que determina que a responsabilidade de ensinar sobre educação sexual é da família e tem como eixo central a ideia de abstinência sexual para evitar doenças sexualmente transmissíveis ou até mesmo gravidez indesejada.

Seguindo com as teorias apresentadas por Furlani (2011), a abordagem religiosa-radical defende a regulação do indivíduo e de sua sexualidade através da heterossexualidade, do casamento e do celibato. Entretanto, esta abordagem leva o nome de radical, pois utiliza as verdades religiosas como indubitáveis, principalmente quando se trata do assunto sexualidade, seguindo rigorosamente o que determina a Bíblia sobre qualquer assunto de ordem sexual.

Sobre a abordagem da educação sexual alicerçada nos Direitos Humanos, Furlani (2011) afirma que:

> é aquela que fala, explicita, problematiza e destrói as representações negativas socialmente impostas aos sujeitos e às suas identidades excluídas. Assume um processo educacional político e comprometido com a construção de uma sociedade melhor, menos desigual e mais humana. (FURLANI, 2011, p. 24).

Esta abordagem é a primeira a sinalizar o papel da escola na promoção do ensino da educação sexual, confrontando as ideias anteriores de mostrar a sexualidade como algo a ser problematizado e representado de forma negativa.

A abordagem *queer* pode ser traduzida por "estranho, ridículo, excêntrico, raro, extraordinário e se constitui na forma pejorativa com que são designados homens e mulheres homossexuais." (LOURO, 2004, p.7-8).

A abordagem que nos servirá de parâmetro para conceitos mais contemporâneos é a abordagem emancipatória. Conforme cita Melo (2002):

> A abordagem emancipatória visa desvendar modelos e projetar rupturas de ordens estabelecidas, na busca de um novo norte para uma sociedade nova, estabelecendo a igualdade, atendendo à diversidade cultural, como uma nova compreensão da dimensão da sexualidade como parte indissociável dos direitos humanos no processo de construção da cidadania. (MELO, 2002, p. 58).

Esta concepção traz consigo o ideário de educação libertadora e é capaz de promover a autonomia e segurança do indivíduo através do conhecimento como instrumento de proteção. Sendo assim, como reflete Garcia (2005): "a educação sexual emancipatória pressupõe o desenvolvimento de ações educativas com a finalidade de promover a autonomia, buscando superar padrões de comportamentos hierarquizados e estereotipados, superando preconceitos e tabus". (GARCIA, 2005. p. 49).

Figueiró (2006) compreende a educação sexual como "toda ação de ensino-aprendizagem sobre a sexualidade humana, seja em nível de conhecimento de informações básicas, seja em nível de conhecimento e/ou discussões e reflexões sobre valores, normas, sentimentos, emoções e atitudes relacionados à vida sexual". (FIGUEIRÓ, 2006, p. 36). Essa visão humanista reflete no fato de que essa educação precisa, de modo urgente, romper os limites de conceitos biológicos e métodos contraceptivos. Ela precisa ir além e promover autoconhecimento e autoproteção.

Mary Neide Figueiró menciona, em uma entrevista (APEOESP, 2018), que "a educação sexual é o inverso da erotização da criança. Ela tem a finalidade de levar informação e conhecimento sobre tudo o que diz respeito ao corpo, para que as pessoas entendam de onde vieram".

Nesta linha de pensamento, a educação sexual não segue uma correlação com ensinar sobre ato sexual ou conteúdos eróticos para as crianças, como alguns acreditam e defendem. O objetivo de trabalhar esta temática na escola é proporcionar informação de modo que as

crianças passem a conhecer apropriadamente sobre o funcionamento do seu corpo, a protegê-lo e preservá-lo, aprendendo a lidar melhor com questões emocionais e interações sociais.

Educação sexual: um debate relevante

Neste estudo focaremos na educação sexual que vai além dos aspectos biológicos e naturais, mas que se amplia ao valioso instrumento auxiliador na prevenção de crimes sexuais contra crianças, uma vez que o nosso foco é a pesquisa realizada com o grupo correspondente à primeira infância. No site do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF)[3], encontramos dados da violência sexual contra crianças em levantamento realizado no ano de 2021, informando que nos últimos 4 anos 180 mil meninas e meninos sofreram violência sexual no Brasil.

A cada ano novas pesquisas e levantamentos de dados são disponibilizados sobre a temática por instituições governamentais e não governamentais. O que esses estudos trazem em comum são sempre os números alarmantes desse tipo de violência contra as crianças. Igualmente, é habitual nos depararmos com informações sobre ações de combate a esses crimes, rotineiramente com ações de caráter repressivo e não preventivo, ou seja, buscam a resolução do problema depois que ele acontece.

Atualmente, muito tem se discutido sobre a educação sexual como instrumento preventivo de crimes de ordem sexual. Isso porque se percebeu que o compartilhamento de informações sobre o assunto gera reflexão, compreensão e uma maior discussão sobre o tema.

Letícia Teixeira (2002), afirma:

> Como objetivos específicos incluem a aplicação da educação sexual na infância, visando proporcionar o aprendizado sobre o próprio corpo e a compreensão da importância da preservação e higienização do mesmo, além de trabalhar o diálogo com os pais e/ou responsáveis sobre qualquer tipo de violação, por menor que possa ser, possibilitando, assim a redução e o combate à violência sexual de crianças. (TEIXEIRA, 2022, p. 01).

É difícil para as crianças identificar, principalmente no seu ciclo de confiança, atitudes que não são apenas brincadeiras ou carinho, pois elas (principalmente na primeira infância [4]), ainda estão em formação de valores e conceitos sociais, não possuindo experiências e vivências no campo sociocultural que as permitam chegar a essa conclusão de que um ato é abusivo ou inapropriado.

---

[3] O Fundo de Emergência Internacional das Nações Unidas para a Infância é um órgão das Nações Unidas que tem como objetivo promover a defesa dos direitos das crianças, ajudar a dar respostas às suas necessidades e contribuir para o seu desenvolvimento.

[4] Primeira infância é o período da vida que vai da gestação até os seis anos de idade.

A criança devidamente educada e orientada com relação a sua sexualidade estará mais preparada para identificar ações e investidas inadequadas, ou seja, vai conseguir perceber melhor as condutas inapropriadas, procurando um adulto de confiança para auxiliá-la.

Ensinamentos aparentemente simples, adequados à capacidade cognitiva da criança, porém valiosos para sua autoproteção, são instrumentos de prevenção contra a violência sexual, considerando que o principal material que a criança vai precisar para ao menos tentar se proteger estará com ela: o conhecimento.

EDUCAÇÃO SEXUAL NO AMBIENTE ESCOLAR E O PAPEL DO PROFESSOR NA TEMÁTICA

Há diversas abordagens sobre este tema nas escolas e elas acabam por orientar correntes que defendem quando, onde e de quem é o papel de educar sobre temas referentes à sexualidade. Existem os representantes do conservadorismo, principalmente orientados pelas organizações religiosas, que consideram que este papel é exclusivamente da família e não devem existir interferências externas. Só que eles não levam em conta que é no seio familiar que grande parte dos registros de ocorrências dos abusos sexuais, principalmente contra crianças, acontece.

Por outro lado, existem pessoas que defendem a importância do papel da escola nesse debate. Furlani (2009), a esse respeito, reflete:

> Quando se lançou recentemente a questão da necessidade da educação sexual na escola, isto é, de maneira pedagógica institucional, as reações imediatas logo definiram dois grupos: um mais conservador, lembrando a "responsabilidade" sobre a questão, e outro mais liberalizante, demonstrando mais que a necessidade, a urgência da questão. (FURLANI, 2009, p. 14).

Portanto, é coerente entendermos a escola como um dos espaços adequados à difusão desse tipo de educação. Sobre isso, Maia e Ribeiro (2011), argumentam que:

> Embora a educação sexual possa ser realizada em diferentes instituições, como ambulatórios e postos de saúde, sindicatos, fábricas, universidades, consideramos que a escola é o espaço mais propício para realizá-la, primeiro porque se começa a frequentar a escola já com seis anos de idade, e, idealmente, espera-se que o indivíduo nela permaneça até os dezoito anos, quando termina o Ensino Médio. Segundo porque a escola tem por função social a transmissão do saber historicamente acumulado e de sua dimensão ético-política. É na escola que se espera que os educandos aprendam a questionar, refletir e se posicionar sobre atitudes relacionadas à sociedade, à cidadania, aos direitos humanos, à preservação do meio ambiente; é na escola que se espera que os indivíduos aprendam a adotar práticas preventivas, visando à constituição de cidadãos críticos e autônomos, o que inclui uma educação sexual emancipatória. (MAIA & RIBEIRO, 2011, p.77).

Sendo a educação sexual de tamanha valia, inclusive na área educacional, é coerente considerarmos também a importância do papel do professor na abordagem dessa temática. Sobre isso Ribeiro (1990) diz:

> O orientador sexual, por sua vez, deverá ter uma formação específica e distinta, de maior duração, envolvendo aspectos desde conhecimentos teóricos a serem transmitidos, até a aquisição de atitudes positivas e sadias em relação à sexualidade, sua própria e de outrem, e da capacidade de tratar com naturalidade as questões que serão abordadas. E o critério de seleção indispensável é que o "candidato" esteja interessado na temática e se sinta a vontade para falar de sexo. (RIBEIRO, 1990, p. 33).

Mesmo comprovada tamanha relevância da temática, talvez por ter tantas nuances, não é fácil e nem habitual lidar com ela em sala de aula, principalmente na primeira infância. Muitas vezes o professor não se sente preparado para trabalhar a temática, uma vez que não obteve tantas informações durante a sua formação.

Sendo assim, mostra-se que a necessidade de educadores sexuais existe, porém é preciso formar esses educadores para que eles possam contribuir pedagogicamente na abordagem do tema.

Sobre as infâncias

Existe para o ser humano uma fase de intenso desenvolvimento e aprendizado que é a fase que compreende a gestação até os primeiros anos de vida. Maria Montessori (1967) divide o desenvolvimento da criança em três estágios de crescimento. O primeiro vai do nascimento aos 6 anos e é subdividido em outros dois subestágios. Uma é do nascimento aos três anos, no qual a criança tem um tipo de mente em que o adulto não pode exercer influência direta. O segundo subestágio, vai dos 3 aos 6 anos, onde o tipo de mente é o mesmo, mas em algumas coisas as crianças passam a ser suscetíveis à influência adulta. O último estágio do desenvolvimento da criança começa aos 6 anos e vai até os 12 anos. Mentalmente, está num estado saudável, forte e de estabilidade assegurada. (MONTESSORI, 1967, p. 19).

Educação Infantil

A Educação Infantil corresponde à primeira etapa da educação básica no Brasil. Ela é responsável pela educação escolar das crianças de 0 a 5 anos de idade. A Lei nº 9.394/96, art. 29 das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) determina que: "A Educação Infantil, primeira etapa da educação básica, tem como finalidade o desenvolvimento integral da criança de 0 (zero) a 5 (cinco) anos, em seus aspectos físico, psicológico, intelectual e social, complementando a ação da família e da comunidade". (BRASIL, 1996).

Nessa primeira fase educacional se mostra importante englobar diversos aspectos que integram o desenvolvimento da criança. Para tanto, é preciso desvincular a Educação Infantil da ideia de mero preparatório para o Ensino Fundamental, visto que esta etapa vai muito mais além e precisa ser vista como base para o crescimento social e o educacional do ser humano.

BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR (BNCC)

De acordo com a BNCC as crianças da Educação Infantil se desenvolvem a partir de eixos estruturantes de aprendizagem: o interagir e o brincar. Nessa etapa educacional, deve-se levar em conta os eixos, tendo como objetivo: buscar o desenvolvimento da criança através da interação com seus pares e com os adultos, de modo a promover o conhecimento dela.

Além dos eixos de aprendizagem a BNCC estabelece seis direitos básicos de aprendizagem que devem ser garantidos na Educação Infantil: conviver, brincar, participar, explorar, expressar-se e conhecer-se.

Na BNCC não há, na etapa da Educação Infantil, direcionamentos específicos para o trato com a temática da educação sexual, porém a partir do campo de experiências "o eu, o outro e nós", pode-se encontrar alguma relação. A BNCC contempla em seus temas contemporâneos e transversais a abordagem sobre educação sexual de forma não direta, mais especificamente dentro do tema transversal "saúde", ofertando autonomia às escolas na aplicabilidade de temas contemporâneos.

Como fonte de inspiração da BNCC, os PCN's (Parâmetros Curriculares Nacionais para a Educação Infantil) trazem como um de seus temas transversais a orientação sexual que, apesar de levar esse nome, poderia ser entendida (a amplitude do tema) como o conceito espelhado de educação sexual.

Os PCN's não foram meramente substituídos pela BNCC e sim incorporados a ela. Os temas transversais (Ética, Saúde, Meio Ambiente, Pluralidade Cultural e Orientação Sexual) têm o objetivo de contribuir para a construção da realidade social do aluno, contextualizando os conteúdos de forma interdisciplinar e mais próxima à realidade do estudante. O Conselho Nacional de Educação (CNE) descreve sobre a transversalidade:

> A transversalidade orienta para a necessidade de se instituir, na prática educativa, uma analogia entre aprender conhecimentos teoricamente sistematizados (aprender sobre a realidade) e as questões da vida real (aprender na realidade e da realidade). Dentro de uma compreensão interdisciplinar do conhecimento, a transversalidade tem significado, sendo uma proposta didática que possibilita o tratamento dos conhecimentos escolares de forma integrada. Assim, nessa abordagem, a gestão do conhecimento parte do pressuposto de que os sujeitos são agentes da arte de problematizar e interrogar, e buscam procedimentos interdisciplinares capazes de

> acender a chama do diálogo entre diferentes sujeitos, ciências, saberes e temas. (BRASIL, CNE/CEB, 2010, p. 24).

Nunes e Silva (2006) frisam que “a temática da educação sexual como tema transversal é uma conquista e um desafio, pelas polêmicas e divergências que ainda existem sobre a natureza, identidade e limitação do que seja propriamente Educação Sexual”. (NUNES & SILVA, 2006, p. 13).

Mesmo o tema ainda sendo considerado controverso por ser "mal" interpretado, esse ganhou *status* de participante no currículo escolar brasileiro, dada a sua relevância social e, por este motivo, a urgência de ser incluído de modo preventivo nas rotinas pedagógicas dos espaços escolares.

Sobre as questões da sexualidade, o RCNEI traz um tópico sobre o assunto chamado Expressão da Sexualidade, elaborando as questões da infância frente à sexualidade e como o adulto (professor/cuidador) pode expor a temática com as crianças de forma natural e equilibrada. Nesse sentido, a RCNEI (1998) cita que

> A recepção dos adultos a suas explorações ou perguntas ligadas à sexualidade podem suscitar diferentes reações, desde atitudes de provocação e exibicionismo até atitudes de extremo retraimento e culpa. [...] A compreensão da sexualidade como um processo amplo, cultural e inerente ao desenvolvimento das crianças pode auxiliar o professor diante das ações exploratórias das crianças ou das perguntas que fazem a respeito do tema. (BRASIL, 1998, p. 18).

O documento apresenta importantes reflexões sobre sexualidade infantil e como enxergá-la, demonstrando aspectos naturais e culturais que influenciam na abordagem do tema e orienta como os adultos devem pensar essas questões em prol de um melhor desenvolvimento da criança. Já as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Infantil trazem como um dos orientadores da proposta pedagógica a organização de materiais, espaços e tempos que assegurem a diversidade.

Cabe às instituições educacionais (entre elas creches e pré-escolas) o dever de assegurar a segurança, a dignidade e a proteção da criança. Percebe-se que, como parte do papel destinado a essas instituições, elas devem dar condições e instrumentos para a proteção dessas crianças contra a violência (inclusive a violência oriunda do seio familiar), ofertando uma educação sexual de qualidade e apropriada, desde a primeira infância, já que esta servirá como instrumento de proteção.

METODOLOGIA

Este estudo contou com uma abordagem qualitativa. Por apresentar uma temática com muitas nuances, opiniões e questionamentos, observou-se que o instrumento mais adequado a ser utilizado foi a entrevista semiestruturada, que é um modelo organizado, porém flexível.

É importante salientar que em um primeiro momento foi preciso realizar o levantamento bibliográfico. Posteriormente, o campo da pesquisa foi selecionado: uma escola de Educação Infantil localizada na cidade do Recife e uma escola pública, na cidade de Ipojuca, Região Metropolitana do Recife. Participaram três professoras com atuação nas séries iniciais.

As entrevistas foram realizadas de forma presencial e guiadas por um roteiro preparado previamente, gravadas em áudio com expressa autorização das entrevistadas, e depois transcritas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

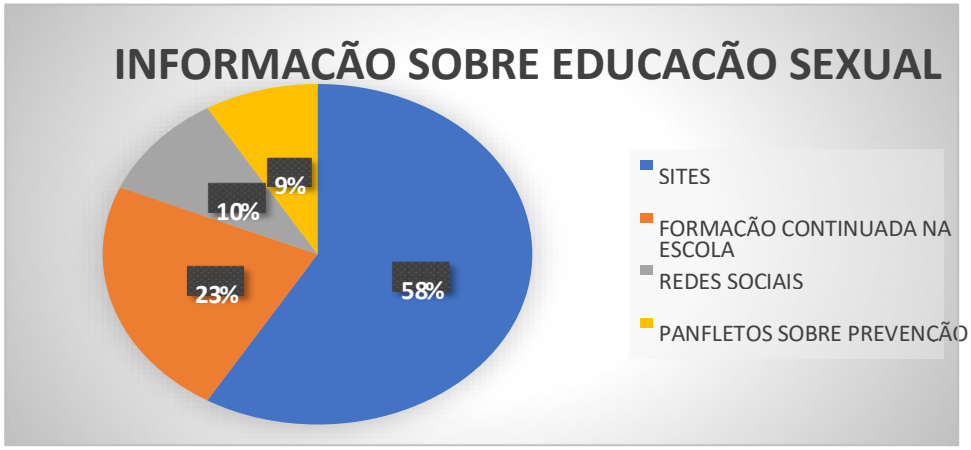
Tabela 1 - Perfil dos entrevistados

IDENTIFICAÇÃO	FORMAÇÃO	ATUAÇÃO
P1	Magistério + biologia + cursando Pedagogia	Educ. Infantil – Escola Privada
P2	Pedagogia	Educ. Infantil - Escola Pública
P3	Pedagogia + Especializações na área de Educação	Educ. Infantil- Escola Privada

Fonte: os autores

As professoras investigadas citaram ter conhecimento da temática da educação sexual, mas de um modo bastante genérico e distante da formação base. O acesso à temática parece ter sido pontual ou em alguma ação específica de instituições anteriores. Quando questionadas a respeito da busca de informações contínuas sobre a educação sexual e quais canais de acesso, não há uma solidez dos discursos para a busca dos conhecimentos formais sobre a temática, como representa o gráfico 1.

Gráfico 1 - Informações sobre educação sexual



Fonte: os autores

A busca pelas informações em sites e na internet, de um modo geral, é algo que emerge no discurso das entrevistadas, não sendo identificada formalidade de pesquisas nestas buscas, mas uma praticidade da informação pronta e que atende às demandas dos profissionais imediatamente.

Durante a pesquisa percebemos que houve ausência do trato teórico do tema ao longo da formação profissional. P1, P2 e P3 afirmam ter tido o acesso de modo breve na formação pedagógica ou mesmo não ter tido acesso. Com esta ausência, as buscas aleatórias fazem parte de suas rotinas, como apresentado no gráfico 1. Por outro lado, as instituições de ensino não oferecem formação continuada, fragilizando ainda mais o campo do conhecimento docente.

A compreensão de educação sexual é frágil e está mais ligada às projeções pessoais de cada profissional, como apresenta a tabela 2.

Tabela 2 - Compreensão de educação sexual

SUJEITOS	COMPREENSÃO
P1	Identificação das partes do corpo, nomes científicos e utilidade.
P2	Consciência corporal, seus limites e relações com os outros.
P3	Trabalhar a sexualidade com a criança é trabalhar o corpo dela, explicando que ela é um ser livre.

Fonte: os autores

Analisando os discursos, P2 demonstrou um olhar mais amplo sobre a temática, trazendo a transversalidade da consciência corporal. Não há na fala das profissionais uma

preocupação com a orientação sexual na busca da prevenção contra o abuso sexual, de modo mais claro. Nas entrelinhas, é possível perceber a preocupação das docentes, mas de um modo camuflado.

Quando questionadas sobre a relevância do trabalho com a educação sexual nas salas de aulas infantis, as profissionais foram unânimes em afirmar a importância de abordar o tema já na Educação Infantil. Entretanto, P1 alega que o motivo é a importância de cuidar do próprio corpo, já P2 considera relevante o trabalho com a temática, relacionando o dever da escola que não pode se abster de tratar temas relevantes na formação plena do indivíduo.

Ao serem questionadas sobre a aplicação da temática em sala de aula e os contextos em que foi proposta, as respostas demonstraram que trabalhos esporádicos foram feitos, não havendo uma regularidade ao se trabalhar o tema e nenhuma contextualização com disciplinas aplicadas na Educação Infantil.

P1 afirma que uma vez a introdução do tema se deu na sala de aula dela devido à curiosidade de uma criança sobre o próprio corpo. Já P3 afirma que como trabalha com crianças de 4 anos não aborda em sala de aula essa temática, mas quando as crianças têm curiosidade ela então procura trabalhar.

Em ambos os casos as professoras desenvolveram o tema a partir de questionamentos das crianças com a finalidade de sanar dúvidas pontuais, porém elas não citaram a elaboração de aulas planejadas para compartilhar o assunto. Quando indagadas sobre a ausência de aprofundamento teórico sobre a temática, P1 e P2 alegaram sentir falta de mais conhecimento sobre educação sexual, porém deram opiniões distintas de onde os professores devem acessar com mais amplitude esse conhecimento.

P1 cita que para ela esse tema deve ser incluído na grade curricular do curso de Pedagogia para que o aprofundamento do tema seja desde a formação do professor. P2 diz sentir falta de uma abordagem mais efetiva do assunto em cursos de formação continuada e ainda pontua que para a educação sexual atingir suas finalidades é preciso um trabalho sistemático e que todos os profissionais da educação deveriam ter acesso e conhecimento da temática. Por fim, P3 não considera que precisa de maiores informações sobre o assunto, pois acha suficiente as informações adquiridas sobre o tema.

Pelo exposto acima, percebe-se que os ganhos educacionais são mais significativos quando os saberes estão conectados, relacionados e integrados, pois promovem o conhecimento como uma consequência e gradual.

CONSIDERAÇÕES

Os argumentos apresentados nesta pesquisa foram fundamentais para a elucidação da problemática central deste trabalho. Essas análises reafirmaram a importância da necessidade do aprofundamento teórico dos professores da Educação Infantil no tema educação sexual, com a finalidade de um maior conhecimento, preparo e embasamento científico ao compartilhar a temática com as crianças.

Percebe-se a fragilidade da BNCC em trazer à tona de forma clara e precisa a temática abordada. Para alcançar a transversalidade, os professores precisam ter acesso aos documentos oficiais que antecedem e incorporam a Base Nacional Comum Curricular.

Para que os professores difundam o tema e compreendam a sua relevância enquanto instrumento preventivo dos abusos sexuais na infância, é preciso não apenas o conhecimento, mas compreender a aplicação para as crianças da faixa etária correspondente à Primeira Infância (grupo delimitado nesta pesquisa). Nesse sentido, é indispensável a promoção de disciplinas na grade curricular do curso de Pedagogia, workshops, palestras e cursos de formação continuada sobre educação sexual.

Tendo em vista que o presente estudo centralizou seu foco na Educação Infantil, obviamente os aprofundamentos e especializações citados acima precisam ser direcionados, ou seja, tratar especificamente da educação sexual infantil.

Por fim, é importante salientar que essas conclusões acerca dos resultados da pesquisa supracitada só foram possíveis devido ao estudo realizado neste trabalho científico.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, K.; LUZ, N. S. **Educação Sexual e ensino médio técnico: abordagens da Educação Sexual no Ensino Médio Técnico.** SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO 10 (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2013. p. 1-11. BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular (2018).

ALVES, Rubem. **A alegria de ensinar.** São Paulo: Ars Poética, 2000.

ARCARI**,** Caroline**. Pipo e Fifi: guia para pais e educadores.** São Paulo: Instituto Cores, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular** (2018).

BRASIL. **Referencial Curricular Nacional para a Educação Infantil**. Ministério da Educação e do Desporto. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília, MEC/SEF, 1998.

BRASIL. Base Nacional Comum Curricular. **Temas Contemporâneos e Transversais** (2019).

GRASIL. Ministério da Educação e do Desporto. **Parâmetros curriculares Nacionais.** Brasília: MEC/SEF, 1997.

BRINO R. F.; Williams L. C. A. **Professores como agentes de prevenção do abuso sexual infantil.** Educação & Realidade. 2008;33(2): 209-30. *Apud* WOLFE, V.V. Child Sexual Abuse. *In*: MASH, G.; BARKLEY, R. (Orgs.). Treatment for Childhood Disorders. New York: Guilford Press, 1998. P. 545-597.

CNE/CEB (Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Básica). Parecer Nº 11, de 7 de outubro de 2010. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Fundamental de 9 (nove) anos. Diário Oficial da União, Brasília, 9 de dezembro de 2010, seção 1, p. 28. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=6324 - pceb011-10&category_slug=agosto-2010-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 13 abr. 2022.

Comitê Científico do Núcleo de Ciências pela Infância (2014). Estudo número l sobre Impacto do Desenvolvimento na Primeira Infância sobre a aprendizagem. Pág.7.

FIGUEIRÓ, Mary Neide Damico; Maria Neide Figueiró. Depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora Larissa Darc. São Paulo: APEOESP 2018, entrevista concedida ao site oficial do sindicato dos professores do ensino oficial do Estado de São Paulo. Disponível em: http://www.apeoesp.org.br/noticias/noticias-2018/por-queehttp://www.apeoesp.org.br/noticias/noticias-2018/por-que-e-importante-falar-deeducacao-sexual-nas-escolas/importante-falar-de-educacao-sexual-nas-escolas/. Acesso em 23 de out. de 2021.

FIGUEIRÓ, Mary Neide. **Formação de educadores Sexuais. Adiar não é mais possível.** (2020) cap. 2, pág. 59, *Apud* Maria Augusta ((Supervisora de Ensino participante do grupo GEES e do mutirão orientador M.O. E uma das entrevistadas da pesquisa), 2020.

FURLANI, Jimena. **Direitos humanos, direitos sexuais e pedagogia queer: o que essas abordagens têm a dizer à Educação Sexual?** *In*: JUNQUEIRA, R. Diversidade sexual na Educação: problematizações sobre a homofobia nas escolas (Org.). Brasília: 2009.

FURLANI, J. **Educação sexual na sala de aula: relações de gênero, orientação sexual e igualdade étnico-racial numa proposta de respeito às diferenças.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011.

LEOCÁDIO, Jéssica Ferreira; LIMA, Bárbara Letícia Teixeira de. **Educação infantil como meio de prevenção ao abuso sexua**l. Revista Jus Navigandi, ISSN 15184862, Teresina,

ano 26, n. 6537, 25 maio 2021. Disponível em: https://jus.com.br/artigos/90609. Acesso em: 14 fev. 2022.

LOURO, G. L. **Gênero, Sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista.** Petrópolis: Vozes, 2004.

MAIA, A. C. B.; RIBEIRO, P. R. M. **Educação sexual: princípios para ação.** DOXA: Revista Brasileira de Psicologia e Educação. Araraquara, v. 14, n. 1, jan./jun. 2011.

MELO, S. M. **Educação e Sexualidade.** Caderno Pedagógico. Florianópolis: UDESC, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 1995.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Fundamentos Teóricos das Técnicas de Investigação Qualitativa**. Revista Lusófona de Educação. Santiago - Portugal, 2018 vol.40. Pág.143.

MONTESSORI, Maria. **A descoberta da criança: pedagogia científica.** Campinas, SP: Kírion, 2017.

MONTESSORI, Maria. **Mente absorvente.** Campinas: Kírion, 1967.

NEVES, M. H. de M**. A gramática funcional**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

NUNES, C.; SILVA, E. **A educação sexual da criança:** subsídios teóricos e propostas práticas para uma abordagem da sexualidade para além da transversalidade. Campinas: Autores Associados, 2006.

RIBEIRO, M.; REIS, W. **Educação sexual: o trabalho com crianças e adolescentes.** *Revista Brasileira de Sexualidade* Humana, 2007.

SANTOS, Ayanne Christine Vieira dos. **Representações Sociais dos Estudantes da Universidade de Brasília sobre Educação Sexual**. Brasília, 2014. Pág. 20.

UNICEF. Nos últimos 5 anos, 35 mil crianças e adolescentes foram mortos de forma violenta no Brasil, alertam UNICEF e Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 22 de outubro de 2021. Disponível em: https://www.unicef.org/brazil/comunicadosdehttps://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/nos-ultimos-cinco-anos-35-mil-criancas-e-adolescentes-foram-mortos-de-forma-violenta-nobrasilimprensa/nos-ultimos-cinco-anos-35-mil-criancas-e-adolescentes-forammortos-dehttps://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/nos-ultimos-cincoanos-35-mil-criancas-e-adolescentes-foram-mortos-de-forma-violenta-no-brasilformaviolenta-no-brasil Acesso em: 6 mar. 2022.

Apêndice A – Entrevista aplicada

1- Nome completo, qual seu curso de formação, em que ano se formou, em que instituição de ensino estudou, qual série leciona, escola pública ou privada?

2-Você já ouviu falar em Educação Sexual? Em qual canal de comunicação?

3-Qual a sua compreensão sobre Educação Sexual?

4-É relevante trabalhar esta temática em salas de aulas com crianças da Educação Infantil? Explique.

5-Enquanto educadora você já tratou esta temática em sala de aula? Em qual contexto?

6-Você se sente à vontade para tratar desta temática?

7-Ao longo da sua formação a temática da Educação Sexual na Educação Infantil foi trabalhada? Explique.

8-Considera que a sua formação ofereceu aporte instrutivo satisfatório para que você incluísse a Educação Sexual como vivência pedagógica em sua sala de aula? Explique.

9-Na escola que você atua ou atuou, a Educação Sexual para crianças fez parte da formação continuada? Explique

10-Você sente falta de mais aprofundamento teórico desta temática nos espaços educativos ao qual faz parte? Explique.

GESTÃO DA QUALIDADE: FERRAMENTA ESTRATÉGICA NO DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p10

Arandi Maciel Campelo[1]
Daniel Ribeiro Calaço [2]
Paulo Lourenço da Silva[3]

RESUMO

Este artigo tem como objetivo mostrar a importância da gestão da qualidade dentro do ambiente organizacional. Foi construído através de pesquisa bibliográfica e coleta de dados com população composta por colaboradores de quatro setores administrativos, somando trinta funcionários, realizada em uma empresa de registro de marcas e patente, localizada em Jaboatão dos Guararapes, em 2022. Apresenta como principal objetivo analisar a gestão da qualidade dentro do ambiente corporativo. Os referenciais teóricos apresentados para respaldos científicos foram, principalmente, Campos (1999) e Crosby (1990). Dos trinta funcionários, 11 participaram da pesquisa de campo. Para avaliação dos critérios analisados foi realizada a aplicação de um questionário semiaberto, através da plataforma G*oogle forms*. A análise revelou que a gestão da qualidade interna é um elemento primordial para que possa alcançar resultados positivos em todas as áreas de uma organização, destacando também a relevância de se promover ações e processo de gestão da qualidade eficiente aos colaboradores internos.

Palavras-chave: Gestão da qualidade. Desenvolvimento organizacional. ISO 9001.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

This article aims to show the importance of quality management within the organizational environment. It was built through bibliographical research and data collection with a population composed of employees from four administrative sectors, totaling thirty employees, carried out in a trademark and patent registration company, located in Jaboatão dos Guararapes, in 2022. Its main objective is to analyze the quality management within the corporate environment. The theoretical references presented for scientific support were, mainly, Campos (1999) and Crosby (1990). Of the total body of 30 employees, 11 participated in the field research. To evaluate the analyzed criteria, a semi-open questionnaire was applied through the Google forms platform. The analysis revealed that internal quality

[1]Orientador: Doutor em Educação/Brasil; Administrador/Brasil; Mestre em Planificación y Gestion Organizacional - Madrid/España; Mestre em Dirección y Organización de Hospitales y Servicios de Salud - Valencia/España; Consultor em Sistemas Organizacionais, desde 1984; Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: arandimcampelo@gmail.com
[2] Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: danielsempre@outlook.pt
[3] Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: paaulolsilva@hotmail.com

management is a key element for achieving positive results in all areas of an organization, also highlighting the importance of promoting efficient quality management actions and processes for internal employees.

Keywords: Quality management. Organizational development. ISO 9001.

INTRODUÇÃO

Este trabalho consiste em um artigo que aborda o tema da gestão da qualidade como ferramenta estratégica no desenvolvimento organizacional.

A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada na Privilégio Marcas e Patente, uma empresa de registro de marcas com sede na cidade de Jaboatão dos Guararapes, no estado de Pernambuco, com predominância do sexo feminino.

O tema escolhido é de suma importância para as empresas e instituições no processo de gestão da qualidade. É um conjunto de estratégias e ações que as empresas adotam de forma coordenada e sistematizada com o objetivo de melhorar de forma contínua seus produtos e processos.

Além dessas técnicas, as empresas podem garantir a qualidade dos seus produtos e processos através de certificações.

Diante de tantos meios para o envio de informações, e um crescente avanço na tecnologia, ainda há uma considerável dificuldade de comunicação entre os setores de algumas empresas, o que acaba dificultando a produtividade e a rentabilidade nos negócios.

Pensando nisso, é importante citar alguns aspectos relevantes para a melhoria dos processos, através das informações de autores renomados como Juran (1997), Correia (2006) e Xavier (1994).

GESTÃO DA QUALIDADE NAS ORGANIZAÇÕES

A qualidade é um valor conhecido por todos e, no entanto, definido de forma diferenciada por diferentes grupos ou camadas da sociedade. A percepção dos indivíduos é diferente em relação aos mesmos produtos ou serviços, em função de suas necessidades, experiências e expectativas.

Já o termo qualidade total tem inserido em seu conceito seis atributos ou dimensões básicas que lhe conferem características de totalidade. Essas seis dimensões são: qualidade intrínseca, custo, atendimento, moral, segurança e ética.

Por qualidade intrínseca entende-se a capacidade do produto ou serviço de cumprir o objetivo ao qual se destina. A dimensão custo tem, em si, dois focos: custo para a

organização do serviço prestado e o seu preço para o cliente. Portanto, não é suficiente ter o produto mais barato, mas sim ter o maior valor pelo preço justo. Atendimento é uma dimensão que contém três parâmetros: local, prazo e quantidade, que por si só demonstram a sua importância na produção de bens e na prestação de serviços de excelência.

Moral e segurança dos clientes internos de uma organização (funcionários) são fatores decisivos na prestação de serviços de excelência: funcionários desmotivados, mal treinados, inconscientes da importância de seus papéis na organização não conseguem produzir adequadamente.

A segurança dos clientes externos de qualquer organização, em um sentido restrito, tem a ver com a segurança física desses clientes e, em um sentido mais amplo, com o impacto do serviço prestado ou da sua provisão no meio ambiente. Hoje em dia pode-se dizer que o foco no cliente tem primazia absoluta em todas as organizações.

Finalmente, a sexta dimensão do conceito de qualidade total, a ética, é representada pelos códigos ou regras de conduta e valores que têm que permear todas as pessoas e todos os processos de todas as organizações que pretendem sobreviver no mundo competitivo de hoje.

A Gestão da Qualidade Total (GQT) é uma opção para a reorientação gerencial das organizações. Tem como pontos básicos: foco no cliente; trabalho em equipe, permeando toda a organização; decisões baseadas em fatos e dados; e a busca constante da solução de problemas e da diminuição de erros.

A GQT valoriza o ser humano no âmbito das organizações, reconhecendo sua capacidade de resolver problemas no local e no momento em que ocorrem, e busca permanentemente a perfeição. Precisa ser entendida como uma nova maneira de pensar, antes de agir e produzir.

Implica uma mudança de postura gerencial e uma forma moderna de entender o sucesso de uma organização.

É uma nova filosofia gerencial que exige mudanças de atitudes e de comportamento. Essas mudanças visam ao comprometimento com o desempenho, à procura do auto-controle e ao aprimoramento dos processos. Implica também uma mudança da cultura da organização.

As relações internas tornam-se mais participativas, a estrutura mais descentralizada, e muda o sistema de controle.

Juran (1997) define a qualidade como sendo a “adequação ao uso”. Esta clássica definição significa dizer que, para o cliente, o importante é a adequação do produto ou serviço ao uso pretendido, a um preço que ele possa pagar. (JURAN, 1997, p. 228).

Para Xavier (1994), sistemas de controle são necessários em qualquer organização, porém, se forem burocráticos ou tradicionais, as pessoas reagem com pouca participação, pouca criatividade e pouca responsabilidade:

> [...] O autocontrole, que significa que a responsabilidade pela qualidade final dos serviços e/ou produtos é a consequência do esforço conjugado de todas as áreas da empresa, onde todos precisam saber, a todo momento, o que fazer e como fazer, com informações objetivas e imediatas sobre o seu desempenho, permite que as pessoas respondam com participação, criatividade e responsabilidade. (XAVIER, 1994, p. 94).

Como se trata de uma mudança profunda, a implantação desse modelo enfrenta várias barreiras, pois mexe com o *status quo*, com o imobilismo, com o conformismo e com os privilégios. Portanto, deve-se ver a Gestão da Qualidade não como mais um programa de modernização. Trata-se de uma nova maneira de ver as relações entre as pessoas, na qual o benefício comum é superior ao de uma das partes.

Da gestão da qualidade total depende a sobrevivência das organizações que precisam garantir aos seus clientes a total satisfação com os bens e serviços produzidos, contendo características intrínsecas de qualidade, a preços que os clientes possam pagar, e entregues dentro do prazo esperado.

É fundamental atender e, preferencialmente, exceder as expectativas dos clientes. A obtenção da qualidade total parte de ouvir e entender o que o cliente realmente deseja e necessita, para que o bem ou serviço possa ser concebido, realizado e prestado com excelência.

A GQT ocorre em um ambiente participativo. A descentralização da autoridade, as decisões tomadas o mais próximo possível da ação, a participação na fixação das metas e objetivos do trabalho normal e as metas e objetivos de melhoria da produtividade são considerações essenciais. O clima de maior abertura e criatividade leva a maior produtividade.

A procura constante de inovações, o questionamento sobre a forma costumeira de agir e o estímulo à criatividade criam um ambiente propício à busca de soluções novas e mais eficientes.

ISO 9001

A International Organization for Standardization é a responsável pelas normas ISO em todo o mundo. Trata-se de uma organização internacional com sede em Genebra, fundada em 1946, que objetiva o desenvolvimento de normas técnicas para aplicação mundial, possuindo grande representatividade no estabelecimento de padrões internacionais para a gestão. (CORREIA; MELO; MEDEIROS, 2006; GALBINSKI, 2008).

As normas ISO 9000 são reconhecidas internacionalmente e, em alguns nichos de mercado, têm forte apelo comercial, incentivando vendas e estabelecendo parcerias comerciais. (VALLS, 2005; FRANCESCHINI; GALLETO; CECCONI, 2006).

A série ou família de normas ISO 9000 é composta pelas seguintes normas: ISO 9000, que apresenta fundamentos e vocabulário; ISO 9001, que é a norma certificável, apresentando os requisitos básicos para um SGQ; e a ISO 9004, que apresenta recomendações para a melhoria do desempenho dos SGQs (CORREIA; MELO; MEDEIROS, 2006).

A norma ISO 9001 é um padrão certificável de qualidade que foca principalmente a obtenção de processos eficazes e clientes satisfeitos. Este padrão é aplicável, pelo menos em tese, a todas as organizações, independente do tipo, tamanho ou produto/serviço oferecido e pode ser considerado um elemento básico e introdutório para estabelecer processos estruturados e organizados, tornando-se a base fundamental para o avanço da qualidade e, consequentemente, da gestão empresarial. (DOUGLAS, COLEMAN; ODDY, 2003).

A eficácia dos processos será alcançada por meio da melhoria nas especificações, do seu controle a partir de indicadores, do treinamento da mão de obra e da melhoria contínua do processo em si. Já os clientes ficarão satisfeitos porque os produtos e os processos produtivos deverão ser desenvolvidos com base na sua real necessidade.

Um dos primeiros estudos realizados no Brasil sobre o tema foi o de Xavier (1995) que destaca as seguintes motivações: reconhecimento internacional (57%); atualização do sistema de qualidade já existente (27%); decisão de cúpula no âmbito da corporação (26%); e exigências contratuais (17%). Corrobora esta visão Corbett (2005), salientando que uma considerável parte das certificações ISO 9001 pode ser explicada pela pressão exercida por clientes das cadeias de fornecimento global sobre as empresas situadas em outros países. Isto implica que as empresas exportadoras em uma região também podem, simultaneamente, importar práticas de gestão.

De acordo com Sampaio, Saraiva e Rodrigues (2009):

> [...] Os beneficios da certificação estão diretamente relacionados com as caracteristicas das motivações para a implantação do SGQ, ou seja, quando as empresas se certificam principalmente devido a motivações extarnas, as melhores obitidas são, em geral, de natureza extrena por outro, as motivações internas levam

> aos benefícios de dimensões mais globais. (SAPAIO; SARAIVA; RODRIGUES, 2009, p. 38).

Estudos apontam que os benefícios internos podem ser relacionados às questões de eficiência e gerenciais. Os relacionados à eficiência são: redução de custos; melhoria da produtividade; redução de *setup*; redução de tempo de ciclo e tempo de parada de equipamentos; menores tempos de entrega; menores taxas de defeitos; redução de etapas desnecessárias de processos; eliminação de movimentações desnecessárias de produto/pessoal; e redução de reclamações dos consumidores.

Já os relacionados à natureza gerencial são: melhoria do ambiente de trabalho; melhoria do sistema de documentação; e clareza na distribuição de responsabilidades. (SAMPAIO; SARAIVA; RODRIGUES, 2009).

Soma-se a isso o fato de que a implantação bem-sucedida de sistemas da qualidade estabelece e aumenta o processo de previsibilidade do produto, aumentando a eficiência, a redução de desperdícios, a qualidade e a lucratividade. Também se verifica redução na variabilidade, no custo de retrabalho, na emissão de resíduos, no tempo de ciclo e no tempo de inatividade dos equipamentos.

O aumento na previsibilidade do produto se dá a partir do consistente estabelecimento de padrões de projeto e de produção que devem ser eficazmente comunicados aos funcionários e rigidamente seguidos.

DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

O desenvolvimento organizacional é uma estratégia que visa, a partir da análise desses fatores internos e externos, aperfeiçoar crenças, valores e as estruturas organizacionais, para que a empresa consiga acompanhar as mudanças e tendências do mercado para garantir seu funcionamento.

De acordo com Fraganito (2010):

> Inteligência organizacional é a capacidade de uma organização como um todo reunir informação, inovar, criar conhecimento e atuar efetivamente baseada no conhecimento que ela gerou. Os estudos sobre organizações, ao longo da história, levantaram diversas teorias. A sobrevivência das organizações depende da ação das pessoas, tanto interna como externamente, acompanhada de suas crenças, valores e sentimentos. [...]. Estamos perante um problema, quando o estado atual das coisas é diferente do estado desejado. A tomada de decisão assenta em várias naturezas, tipos e estilos, aqui apresentados. (FRAGANITO, 2010, p. 93).

A evolução da dinâmica da qualidade ocorreu da seguinte forma: ela passou de controlada para assegurada e, num segundo momento, de assegurada para ofensiva.

A Gestão da Qualidade está relacionada a criar uma cultura de confiança, participação, adoção de modelos de melhoria contínua que contribuem para o sucesso e existência da organização. Nos dias atuais, a GQ está atrelada à definição de fidelização dos clientes, sendo qualidade nos projetos do produto e processo.

Neste sentido, pode trazer alguns benefícios, tais como: entender as necessidades dos clientes, diminuir os erros, reduzir os custos e melhorar a satisfação dos clientes.

Quando uma organização investe e melhora a qualidade, facilmente há melhora na sua produtividade e, consequentemente, pode aumentar os seus lucros. Porém, esforços voltados ao envolvimento e comprometimento de todos os *stakeholders* envolvidos com a organização são necessários para garantir a efetividade da qualidade. (CROSBY, 1990).

A definição de serviços está relacionada a atividades econômicas que uma parte oferece a outra. Embora os consumidores esperem receber o valor de suas compras de serviços em troca de dinheiro, tempo e esforço, nem sempre receberá um produto concreto.

As diversas mudanças e inovações tecnológicas deixaram, nos últimos tempos, o consumidor mais consciente e atuante em todos os processos da empresa. Desta forma, a qualidade passa a ser o ponto inicial no processo de produção de produtos ou na prestação de serviços, de maneira a implantar programas ou ferramentas com maior verificação aos seus processos, tendo como fim, garantir satisfação dos clientes por meio da gestão de qualidade em todas as etapas do processo produtivo.

O controle da qualidade destaca-se, nesse contexto, como importante ferramenta, pois reconhece as necessidades das pessoas e estabelece padrões para o atendimento dessas necessidades, visando manter os padrões que atendem às necessidades e, ainda, melhorar (continuamente) os padrões. (CAMPOS, 1999).

O processo de qualidade torna-se importante para as organizações, uma vez que, com o desenvolvimento da qualidade, conduzirá a empresa a competir no mercado atual.

Para que a empresa possa sobreviver é necessário desenvolver novos produtos ou serviços (melhores, mais baratos, mais seguros, de entrega mais rápida, de manutenção mais fácil etc.) que os dos concorrentes. (CAMPOS, 1999).

Com tais medidas, a organização pode analisar todo o seu processo de produção, obtendo informações como ganhos de produção, redução de custos e melhoria contínua no processo produtivo, tornando-a mais flexível a possíveis mudanças no mercado globalizado.

A qualidade torna-se importante para a organização que pretende sobreviver nesse mercado global, tendo em vista que, com o desenvolvimento do processo da qualidade por meio de ferramentas de gestão, que auxiliam e propiciam uma qualidade que vai além dos produtos e serviços, envolve a melhoria contínua no processo produtivo, reduzindo custos dos produtos ou serviços, aumentando a produtividade e gerando competitividade, podendo aumentar a participação de mercado.

Anteriormente as empresas tendiam a focalizar mais o custo e a produtividade (aumento do volume de produção com menor quantidade de recursos) do que a qualidade. Não que a qualidade não tivesse importância – ela simplesmente não era considerada muito importante.

Devido a esse panorama, a indústria japonesa encontrou na qualidade uma oportunidade para concorrer com a indústria americana. Assim, a implantação de ferramentas de gestão da qualidade fez com que a indústria japonesa gerasse vantagem competitiva e ampliasse seu mercado no território americano, tornando-se referência de qualidade em seus processos.

A organização deve criar mecanismos que vão ao encontro dos anseios dos consumidores, ampliando seus serviços, com o objetivo de gerar vantagem competitiva diante de seus concorrentes. Dessa forma, assim como tornou-se importante para a indústria obter sucesso com o desenvolvimento do conceito da qualidade em suas atividades, outras organizações podem tirar proveito dessa ferramenta, uma vez que a qualidade passou a ser vista como uma estratégia organizacional.

A produção da qualidade é uma estratégia fundamental, pois pode otimizar o planejamento, o desenvolvimento e a própria avaliação do processo produtivo. Em outras palavras, estruturar o processo para o pleno atendimento aos clientes.

A Qualidade pode ser dividida em duas categorias: qualidade do produto e qualidade do processo. A qualidade do produto compreende enfocar as exigências do cliente, enquanto a do processo é produzir produtos livres de erros.

Para Feigenbaum (1994) existem condições essenciais entre as condições do cliente, são elas: 1) objetivo real da utilização; e 2) preço de venda do produto ou serviço. Em contrapartida, essas duas condições são refletidas em condições adicionais do produto ou serviço.

A empresa que torna a qualidade uma prioridade em suas atividades, considerando as características adicionais de um produto e ainda realizando pesquisa de mercado para avaliar a satisfação do cliente, com objetivo de aprimorá-las, poderá obter um diferencial competitivo, tornando seus produtos e serviços mais atrativos.

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste artigo consiste na gestão da qualidade e desenvolvimento organizacional. O propósito é apresentar como incorporar os principais moldes da gestão da qualidade nas empresas, com estratégia e métodos**,** determinando o resultado que procura alcançar e está diretamente relacionado com o grau de satisfação dos requisitos, seja dos clientes, produtos, processos legais e do sistema de gestão da qualidade.

A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada na Privilégio Marcas e Patentes[4], uma empresa de registro de marcas com sede na cidade de Jaboatão dos Guararapes no estado de Pernambuco.

O universo da pesquisa foi composto por funcionários da empresa, tendo como amostra 20% (vinte por cento) do total de colaboradores, ou seja, um universo de 30 funcionários e uma amostra de 11 funcionários.

O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliografia e de Campo;
b) Quanto à finalidade: Aplicada;
c) Quanto ao método de análise: Propositivo;
d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

Na pesquisa de campo foi utilizado como instrumento um questionário fechado, constante no apêndice deste artigo.

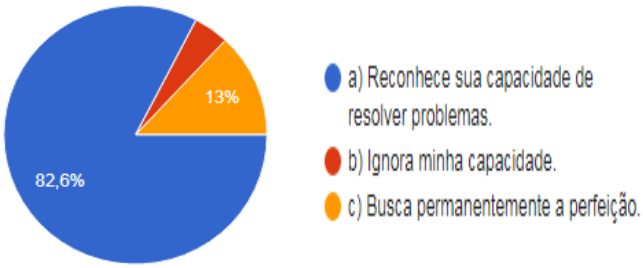
DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

1. Quais dos processos da qualidade mais importante para você?

A maioria dos entrevistados apontou, com 60,9%, que concordam que a estratégia organizacional é mais importante na a gestão da qualidade. Uma perspectiva bastante contrária ao que afirma Campos (1999), ao dizer que o controle da qualidade destaca-se, nesse contexto, como importante ferramenta, pois reconhece as necessidades das pessoas e estabelece padrões para o atendimento dessas necessidades, visa manter os padrões que atendem às necessidades e, ainda, visa melhorar os padrões.

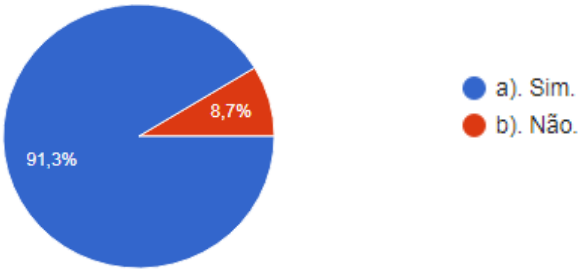
2. A gestão da qualidade total valoriza o ser humano no âmbito das organizações?

[4] A Privilégio Maracas e Patentes é uma empresa líder no mercado no seguimento de registro de marcas e patentes, e assessoria administrativa, localizada em Jaboatão dos Guararapes, PE, fundada em 2019.



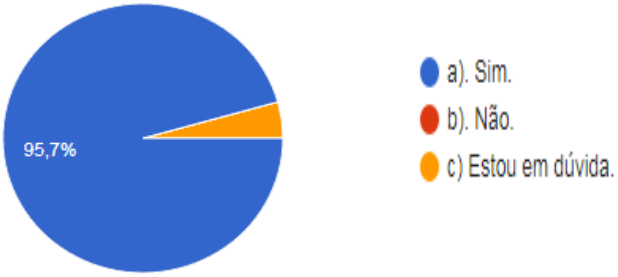
Com 82,6% das respostas, a valorização do ser humano no âmbito das organizações foi o aspecto mais citado entre as três perguntas. Esta afirmação condiz com os autores como Juran (1997).

3. **Um processo gerencial bem aplicado traz melhoria no ambiente de trabalho?**



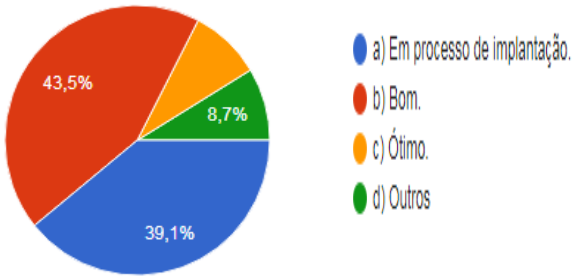
91,3% dos inquiridos apontam que um processo bem aplicado traz grandes resultados. Isso confirma o que diz os autores Sampaio, Saraiva e Rodrigues (2009). Já os relacionados à natureza gerencial são: melhoria do ambiente de trabalho; melhoria do sistema de documentação; e clareza na distribuição de responsabilidades.

4. **Você observa que a gestão da qualidade está estrategicamente entre as funções importante do dia a dia como: cultura de confiança, participação, adoção de modelos de melhoriacontínua?**



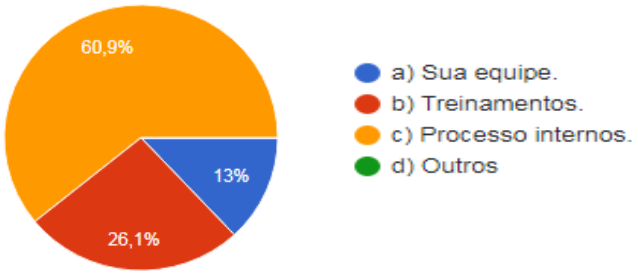
95,7% dos entrevistados tiveram a percepção de que o uso da gestão da qualidade interage no processo do dia a dia das organizações. Isso confirma o que diz o autor Crosby (1990). Quando uma organização investe e melhora a qualidade, facilmente há aumenta sua produtividade e, consequentemente, pode aumentar os seus lucros.

5. Como você julga estar na empresa que tem a norma ISO 9001?



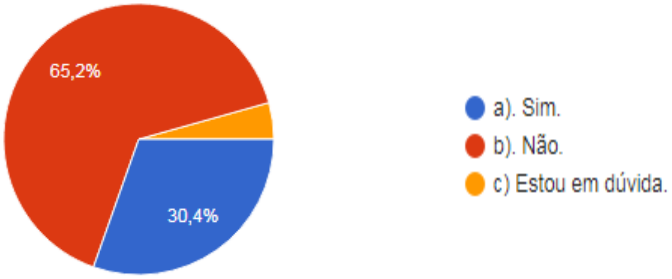
De acordo com a pesquisa de campo 43,5% concordam que estar na empresa onde se aplica a norma ISO 9001 é bom; 39,1% afirmam que estão em processo de implantação da norma ISO 9001. Este padrão é aplicável, pelo menos em tese, a todas as organizações, independente do tipo, tamanho ou produto/serviço oferecido e pode ser considerado um elemento básico e introdutório para estabelecer processos estruturados, tornando-se a base fundamental para o avanço da qualidade e, consequentemente, da gestão empresarial, conforme a visão de Douglas, Coleman e Oddy (2003).

6. O que deveria mudar ou melhorar na sua empresa sobre o ponto de vista da qualidade?



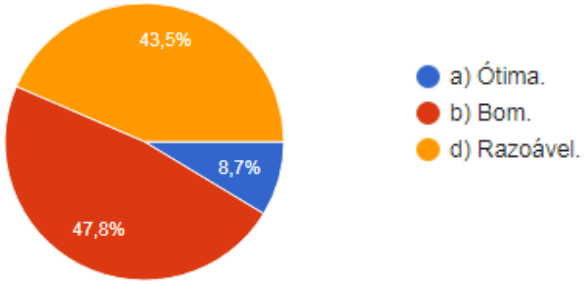
Nesta questão 60,9% afirmam que o que deve melhorar nas empresas são os processos internos. Isso nos leva a comparar com o diz Campos (1999): o processo de qualidade torna-se importante para as organizações, uma vez que, com o desenvolvimento da qualidade, conduzirá a empresa a competir no mercado atual.

7. Todos os funcionários contribuem com a qualidade na sua empresa?



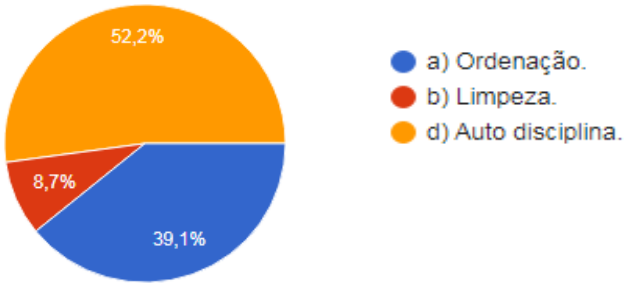
Mais da metade dos entrevistados (65,2%) informam que nem todos contribuem com a gestão da qualidade nas empresas. Porém, esforços voltados ao envolvimento e comprometimento de todos os *stakeholders* envolvidos com a organização são necessários para garantir a efetividade da qualidade. (CROSBY, 1990).

8. **Mesmo sem existir um programa de gestão da qualidade, como você julga a sua empresa?**



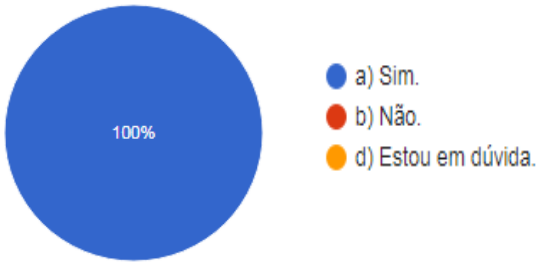
De acordo com a pesquisa 43,5% afirmam que as empresas que não têm um programa de gestão da qualidade são razoáveis. Isso destaca a importância da implantação do programa de gestão da qualidade. Vai de encontro ao que diz Feigenbaum (1994). A empresa que torna a qualidade uma prioridade em suas atividades, considerando as características adicionais de um produto e ainda realizando pesquisa de mercado para avaliar a satisfação do cliente, com objetivo de aprimorá-las, poderá obter um diferencial competitivo, tornando seus produtos e serviços mais atrativos.

9. **Qual dos sensos de gestão da qualidade poderia ser mais obvio a ser utilizado na sua empresa mesmo sem haver um processo de gestão qualidade?**



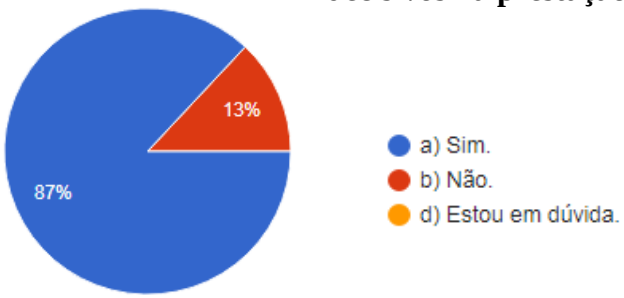
A maioria dos entrevistados apontou, com 52,2%, que o senso escolhido é primordial para ser utilizado nas empresas, indo de encontro ao que foi afirmado pelos autores Sampaio, Saraiva e Rodrigues (2009). Melhoria do ambiente de trabalho; melhoria do sistema de documentação; e clareza na distribuição de responsabilidades.

10. Você acha que a gestão da qualidade pode ser implantada na sua rotina de trabalho?



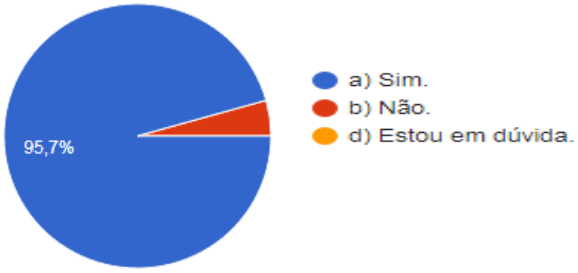
100% dos entrevistados confirmam que deve ser implantada a gestão da qualidade no trabalho, como citado no referencial teórico. Portanto, deve-se ver a gestão da qualidade não como um programa de modernização. Trata-se de uma nova maneira de ver as relações entre as pessoas, na qual o benefício comum é superior ao de uma das partes. (XAVIER, 1994).

11. Moral e segurança dos cliente internos de uma organização são fatores decisivos na prestação de serviço?



Neste item, percebe-se que 87% concordam que a moral e a segurança dos clientes internos de uma organização (funcionários) são fatores decisivos na prestação de serviços de excelência: funcionários desmotivados, mal treinados, inconscientes da importância de seus papéis na organização não conseguem produzir adequadamente. (JURAN, 1997, p. 228).

12. O processo de qualidade torna-se importante nas organizações para conduzir as empresas a competir no mercado atual?



A resposta (95,7) condiz com o referencial teórico. Para que a empresa possa sobreviver é necessário desenvolver novos produtos ou serviços - melhores, mais baratos, mais seguros, de entrega mais rápida, de manutenção mais fácil etc. que os dos concorrentes. (CAMPOS, 1999).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa de campo, aplicada em uma empresa de registro de marcas e patente, com sede na cidade de Jaboatão dos Guararapes-PE, em 2022, foi possível demonstrar a importância da gestão da qualidade: ferramenta estratégica no desenvolvimento organizacional, e que, com a aplicabilidade de um processo de gestão da qualidade eficaz é possível alcançar bons resultados, estabelecer processos estruturados e organizados, tornando-se a base fundamental para o avanço da qualidade. Foi possível perceber que a realidade de campo é muito compatível com a voz dos autores citados no referencial teórico.

Desta forma, foi possível verificar que a ferramenta da gestão da qualidade é essencial para que a organizações possam uniformizar processos, demonstrando clareza nas informações e também padronizando a forma de como a organização se coloca no âmbito corporativo quanto ao social, atingindo todos os objetivos apresentados neste artigo.

Em relação às propostas de melhoria é recomendável que a empresa crie processos de gestão sólida e eficiente dentro da organização, fazendo com que todos os colaboradores possam estar incluídos e engajados, criando uma visão de que a gestão da qualidade é um fator fundamental para garantir resultados positivos para a organização como um todo.

REFERÊNCIAS

CEPAL/UNESCO. **Educación y conociemiento: eje de la transformación productiva con equidad**. — Santiago de Chile: Naciones Unidas, 1992.

CORBETT, C. J. Global diffusion of ISO 9000 certification through supply chains. **Manufacturing & Service Operations Management**, v. 8, n. 4, p. 330-350, 2005. http://dx.doi.org/10.1287/msom.1060.0120

CAMPOS, V. F. **TQT – Controle da Qualidade Total** (no estilo japonês). Rio de Janeiro: Desenvolvimento Gerencial, 1999.

DOMINGUES, Ivo. **Gestão de qualidade nas organizações industriais**. Oeiras: Celta Editora, 2003. ISBN 972-774-183-5.

DOUGLAS, A.; COLEMAN, S.; ODDY, R. The case for ISO 9000. **The TQM Mazine** v. 15, n. 5, p. 316-324, 2003. http://dx.doi.org/10.1108/09544780310487712.

FRAGANITO, Patrícia Augusta Carrujo - **Influência das auditorias na tomada de decisão no âmbito da gestão da qualidade das organizações** [Em linha]. [Lisboa : s.n.], 2010.93 p.

FEIGENBAUM, A.V. **Controle da qualidade total.** São Paulo: Makron Books, 1994.

JURAN, J. M. - **A Qualidade desde o Projeto**, São Paulo: Ed. Pioneira. 3 Edição. 1997.

LONGO, R. M. J. **A revolução da qualidade total: histórico e modelo gerencial**. — Brasília: IPEA, 1994 (RI IPEA/CPS, n.31/94).

SAMPAIO, P.; SARAIVA, P.; RODRIGUES, A. G. ISO 9001 certification research: questions, answers and approaches. **International Journal of Quality & Reliability Management**, v. 26, n. 1, p. 38-58, 2009.

XAVIER, A. C. da R. **Rompendo paradigmas: a implantação da gestão da qualidade total**. — Brasília: IPEA, 1994 (RI IPEA/CPS, n. 15/94).

APÊNDICE A – Questionário aplicado na pesquisa de campo

Este questionário tem por finalidade demonstrar a importância da gestão da qualidade nas organizações.

1. Quais dos processos da qualidade mais importante para você?
   ( ) Produção da qualidade. ( ) Estratégia organizacional. ( ) Ferramentas de gestão.
2. A gestão da qualidade total valoriza o ser humano no âmbito das organizações?
   ( ) Reconhece sua capacidade de resolver problemas. ( )Ignora minha capacidade.
3. Um processo gerencial bem aplicado traz melhoria no ambiente de trabalho?
   ( ) Sim. ( ) Não.
4. Você observa que o uso da qualidade total esta estrategicamente ligada nas funções mais importantes do dia-a-dia como; cultura de confiança, participação, adoção de modelos de melhoria continua?
   ( ) Sim. ( ) Não.
5. Como você julga está na empresa que tem a norma ISO 9001?
   ( ) Em processo de implantação. ( ) Bom. ( ) Ótimo. ( ) Outros.
6. O que deveria mudar ou melhorar na sua empresa, no seu ponto de vista da qualidade?
   ( ) Sua equipe. ( ) Treinamentos. ( ) Processos internos. ( ) Outros.
7. Todos os funcionários contribuem com a qualidade na sua empresa?
   ( ) Sim. ( ) Não.
8. Mesmo sem existir um programa de gestão qualidade na sua empresa, como você julga a empresa?
   ( ) Ótima. ( ) Bom. ( ) Razoável.
9. Qual dos sensos de gestão de qualidade poderá ser mais obvio a ser utilizado na sua empresa mesmo sem haver um processo de gestão qualidade?
   ( ) Utilização. ( ) Ordenação. ( ) Limpeza. ( ) Asseio. ( ) Auto disciplina.
10. Moral e segurança dos clientes internos de uma organização são fatores decisivos na prestação de serviço?
    ( ) Sim. ( ) Não.
11. É fácil identificar o funcionário que desenvolve suas atividades com qualidade?

( ) Sim. ( ) Não.

12. O processo de qualidade torna-se importante nas organizações, para conduzir as empresas a competir no mercado atual?

( ) Sim. ( ) Não.

LIDERANÇA EMOCIONAL: ASPECTOS PSICOLÓGICOS ATRELADOS AOS CARGOS DE ALTA GESTÃO

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p11

Arandi Maciel Campelo[1]
Carlos Henrique Cabral Gomes[2]
Dara Tayna Silva de Melo[3]
Lukas Gabryell Lima de Araujo[4]

RESUMO

Este artigo trata dos aspectos psicológicos atrelados aos cargos de liderança e como eles refletem na vida profissional e pessoal dos envolvidos. A pesquisa foi realizada na empresa LR Transportes. O estudo teve como objetivo identificar como o líder é afetado psicologicamente, quais as doenças comumente desenvolvidas e quais os benefícios da psicoterapia no ambiente organizacional. Os resultados obtidos foram analisados a partir das perspectivas de Covey (2019) e Goleman (1995, 2001). O levantamento e a análise dos dados de campo foram realizados por meio da pesquisa qualitativa, utilizando como ferramenta um questionário semiaberto, aplicado em 2021. Responderam ao questionário 7 líderes dos 32 funcionários existentes na empresa. O estudo revelou que a psicoterapia pode ser efetiva na busca pela boa saúde mental e na amenização dos danos psicossomáticos.

Palavras-chave: Liderança. Inteligência emocional. Doenças psicossomáticas. Psicoterapia.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

This article deals with the psychological aspects linked to leadership positions and how they reflect on the professional and personal lives of those involved. The research was carried out at the company LR Transportes. The study aimed to identify how the leader is psychologically affected, which diseases are commonly developed and what are the benefits of psychotherapy in the organizational environment. The results obtained were analyzed from the perspectives of Covey (2019) and Goleman (1995, 2001). The survey and analysis of field data were carried out through qualitative research, using a semi-open questionnaire as a tool, applied in 2021. 7 leaders of the 32 existing employees in the company responded to the

[1] Orientador: Doutor em Educação/Brasil; Administrador/Brasil; Mestre em Planificación y Gestion Organizacional - Madrid/España; Mestre em Dirección y Organización de Hospitales y Servicios de Salud - Valencia/España; Consultor em Sistemas Organizacionais, desde 1984; Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: arandi.campelo@globo.com
[2] Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: ch611901@gmail.com
[3] Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: dara.tayna@hotmail.com
[4] Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: lukasgabryell@hotmail.com

questionnaire. The study revealed that psychotherapy can be effective in the search for good mental health and in alleviating psychosomatic damage.

Keywords: Leadership. Emotional intelligence. Psychosomatic illnesses. Psychotherapy.

INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda o tema da liderança emocional e os aspectos psicológicos atrelados aos cargos de alta gestão. A pesquisa que embasou a construção deste artigo foi realizada na empresa LR Transportes[5], situada na cidade de Jaboatão dos Guararapes – PE.

O tema abordado é de grande importância para demonstrar que, independentemente do porte e da natureza jurídica de uma organização, a existência de líderes preparados para o cargo faz toda diferença no clima organizacional da empresa, influenciando diretamente na produção. Alcançar um cargo de gestão muda completamente a vida do indivíduo. Lidar com esse poder é uma missão para poucos e a psicologia pode ser uma poderosa aliada na formação de um líder. O estudo aborda como os líderes são afetados pelas responsabilidades, como isso reflete na organização e em sua vida pessoal, e compreender a importância de estar psicologicamente preparado para assumir um cargo de alta gestão.

REFERENCIAL TEÓRICO

O líder é provavelmente a figura mais importante e a peça chave para o pleno funcionamento de uma organização, seja essa uma grande empresa multinacional com milhares de funcionários ou simplesmente um condomínio com alguns apartamentos. Sobre isso Melo (2017) diz que

> Líder é aquela pessoa que possui uma capacidade de coordenar e influenciar pessoas. Um bom líder consegue usar essa capacidade para motivar as pessoas a usarem seus potenciais para alcançarem um objetivo comum. Uma pessoa que possui um cargo de liderança em uma empresa ou organização deve trabalhar essas características em si mesma para desenvolvê-las ou ampliá-las. (MELO, 2017, p. 1).

Em uma organização existem vários perfis de líderes, do autoritário ao liberal. O indivíduo que assume um cargo de liderança certamente tem domínio técnico das atividades inerentes ao cargo. É improvável que alguém que não conheça a fundo os processos da instituição esteja apto para assumir um cargo de alta gestão.

Com isso, a ideia deste trabalho é falar do fator que diferencia bons líderes. O quanto o profissional que está ocupando aquele cargo está psicologicamente preparado para estar nele?

[5] LR Transportes é uma empresa de raiz nordestina, com filiais espalhadas por todas as capitais do Nordeste, possibilitando de forma rápida, ética e segura, atender todas as necessidades dos clientes.

De acordo com Cury (2008) o indivíduo que aprende a controlar suas emoções torna-se mais resiliente, solidário, maleável, sensível, compassivo, paciente, generoso e magnânimo.

Tendo isso em vista, essa é uma das perguntas mais importantes que devem ser feitas em uma contratação ou promoção para um cargo de liderança. Além disso, em uma situação hipotética, em que um indivíduo que ascendeu a um cargo de gestão pela primeira vez em uma empresa de grande porte como o Google, consequentemente tem seu salário triplicado, e será encarregado por vários colaboradores. Porém, com grandes poderes, vem grandes responsabilidades. Chiavenato (2006) diz que

> A liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, seja nas empresas, seja em cada um de seus departamentos. Ela é essencial em todas as funções da administração: o administrador precisa conhecer a natureza humana e saber conduzir as pessoas, isto é, liderar. (CHIAVENATO, 2006, p. 18 -19).

Atrelado a isso, surge uma cobrança gigantesca, além da necessidade de cuidar dos seus liderados: estar atento aos problemas, angústias e frustrações de todos eles. Ademais, ainda é preciso cuidar da família, ter uma vida social e resolver problemas pessoais. Com isso, é comum que pessoas em um cargo de alta gestão desenvolvam danos psicológicos. Em longo prazo, um líder que não trabalha sua inteligência emocional acaba refletindo esse despreparo em seus liderados. Quanto ao papel do líder, Covey (2019) diz que

> O gestor é uma figura de referência para os colaboradores. Ele é consultado por uma série de questões da rotina de trabalho e orienta várias ações. A boa saúde mental facilita o desempenho do papel de liderança, estimulando a proatividade, o discernimento e a confiança necessária para a tomada de decisões, um adoecimento psíquico pode provocar indisposição, dificuldade de dialogar e em gerenciar as tarefas, o que pode trazer problemas para a corporação. É importante destacar que todas as pessoas têm problemas e podem vir a ter alguma questão de saúde mental. (COVEY, 2019, p. 1).

O CLL[6], uma consultoria internacional especializada no desenvolvimento de executivos, tem se dedicado ao estudo do capital psicológico. Atualmente, a empresa investiga as melhores formas de enfrentar os desafios no ambiente de trabalho, a partir do desenvolvimento de recursos psicológicos como resiliência e otimismo.

A psicologia aparece como a principal alternativa para esse problema, hoje em dia. O gestor que faz diferença dentro das organizações é aquele que trabalha bem a sua inteligência emocional. Para Goleman (2001, p. 337) “é a capacidade de identificar nossos próprios sentimentos e dos outros, de nos motivarmos e gerirmos os impulsos dentro de nós e em nossos relacionamentos”.

[6] *Center for Creative Leadership* (Centro de Liderança Criativa).

Além disso, ele defende que essa inteligência pode ser aprendida e desenvolvida, dependendo de um exercício cotidiano. De acordo com Goleman (1995), existem cinco elementos-chave para se alcançar essa inteligência emocional: autoconsciência, autorregulação, motivação, empatia e habilidades sociais. Ainda segundo Goleman (2001):

> Por muitas décadas, falou-se vagamente sobre essas habilidades que eram chamadas de temperamento e personalidade ou habilidades interpessoais (habilidades ligadas ao relacionamento entre as pessoas, como a empatia, liderança, otimismo, capacidade de trabalho em equipe, de negociação etc.), ou ainda competência. Atualmente, há uma compreensão mais precisa desse talento humano, que ganhou um novo nome: inteligência emocional. (GOLEMAN, 2001, p. 338).

Tendo isso em vista, para assumir um cargo de alta gestão é indiscutível que o colaborador precisa ter uma boa liderança emocional para encarar toda a responsabilidade que o cargo engloba. Além do mais, para liderar pessoas é de extrema importância entender nossos próprios sentimentos, e assim, entender os sentimentos dos outros.

Danos psicossomáticos na gestão de pessoas

A reação emocional de um indivíduo no ambiente corporativo passa a afetar diretamente suas ações, num conflito interno que manifesta transtornos no externo. Exaustão física e psicológica, problemas para conseguir dormir, dores, estresse ocupacional, isolamento social, esquecimentos contínuos, ansiedade, mudança frequente de humor, aperto no peito, desânimo e depressão são sintomas que podem estar ligados aos transtornos mentais causados pelo esgotamento psíquico de situações tóxicas relacionadas ao ambiente organizacional. A OPAS (2021) define a Síndrome de Burnout da seguinte forma:

> Síndrome conceituada como resultante do estresse crônico no local de trabalho que não foi gerenciado com sucesso". Possui três dimensões que estão listadas como: 1) Sentimentos de exaustão ou esgotamento de energia; 2) Aumento do distanciamento mental do próprio trabalho, ou sentimentos de negativismo ou cinismo relacionados ao próprio trabalho; e 3) Redução da eficácia profissional. (OPAS, 2021, p. 01).

Uma matéria realizada pelo G1 ES (2020) destaca dados significativos em relação aos trabalhadores que foram afastados do trabalho. De acordo com o INSS[7], só no Espírito Santo, no ano de 2019, foram afastados mais de 1.400 profissionais devido a algum tipo de transtorno fóbico-ansioso, onde se destacam a depressão, o estresse e a ansiedade.

Esse esgotamento profissional está cada vez mais comum atualmente, em virtude das organizações que sobrecarregam seus colaboradores, fazendo com que eles alcancem mais do que seu corpo e mente possam suportar. Essa permanência contínua de tensão emocional e o estresse crônico causa danos psicossomáticos que ocorrem de forma gradual. Seus sinais e

[7] Instituto Nacional do Seguro Social

sintomas são leves no início e pioram com o passar do tempo. Segundo França e Rodrigues (2005):

> A síndrome de *burnout* tem o sentido de preço que o profissional paga por sua dedicação ao cuidar de outras pessoas ou de sua luta para alcançar uma grande realização. O *burnout* é o fruto de situações de trabalho que têm como objeto de trabalho o contato com outras pessoas. É a resposta emocional a situações de estresse crônico em função de relações intensas com outras pessoas que apresentam grandes expectativas em relação a seus desenvolvimentos profissionais e dedicação à profissão, e que, no entanto, em função de variados obstáculos, não conseguiu alcançar o retorno esperado. (FRANÇA; RODRIGUES, 2005, p. 52).

É possível observar que esses danos emocionais vêm ganhando cada vez mais espaço na cultura das organizações. A despreocupação com o equilíbrio psíquico do colaborador é algo recorrente nas instituições, com a visão de que o trabalho seja mais importante que a saúde mental do colaborador.

A relação de conflito entre o corpo e a mente é o que determina o bem-estar ou o adoecer do indivíduo. Estar presente em um ambiente organizacional conflituoso que vive um conjunto complexo de valores das quais não se preocupa com a saúde física e mental do colaborador, ou que não o permita expressar livremente sua criatividade, findam a construção de barreiras e cargas psíquicas pesadas, das quais interferem na vida do funcionário não apenas no ambiente organizacional, mas também no pessoal, interferindo na relação com a família e outras atividades que ele executa fora do trabalho. De acordo Mello Filho (1992) o trabalho pode ser fonte de satisfação e criação de condições para a satisfação de necessidades, como também, ao contrário, pode se tornar uma verdadeira prisão, em decorrência das más condições em que é realizado.

Tendo em vista o conjunto psicossomático e os benefícios que a vivência e estímulo de manter o corpo e a mente funcionando de maneira saudável e estática, o fortalecimento desses fatores traz consigo resultados satisfatórios no âmbito da saúde integral. Freire (2000, p. 39) cita que “a vivência do corpo é a vivência de impulsos, sentimentos, pensamentos, movimentos, é viver a consciência do ser”.

A psicoterapia na gestão do ambiente organizacional

Atualmente, ter inteligência emocional para lidar com nossos problemas pessoais já é uma tarefa bem difícil, agora, pode-se imaginar o quão é complicado e necessário ter essa habilidade para lidar com um grupo de pessoas com seus próprios problemas pessoais, e liderá-las de forma com que esses conflitos não afetem diretamente o rendimento, produtividade e clima organizacional de uma empresa.

Com base em Sobral e Peci (2013, p. 329), “[...] liderança é a capacidade de usar o poder para influenciar o comportamento dos seguidores”. Ter inteligência emocional para sustentar uma boa gestão sem desmotivar e sobrecarregar seus liderados é de extrema importância, porém, isso costuma ser negligenciado pelas organizações.

Muitas empresas não dão apoio necessário para que essa inteligência seja trabalhada e muitos líderes não aguentam a pressão e responsabilidade posta a eles, gerando danos que podem ser inépcia[8], redução de eficácia, e em muitos casos a Síndrome de Burnout. Com isso, a psicoterapia é aconselhada para ajudar esses profissionais. Mas o que é psicoterapia?

A psicoterapia é entendida como a aplicação de técnicas especializadas ao tratamento de problemas psíquicos. Trabalha com suas angústias e sofrimentos, ajudando o indivíduo a compreender o sentido e significado dos seus sentimentos. Uma vez que é compreendido, o objetivo torna-se a busca de soluções e aconselhamentos, visando amenizar e lidar com suas aflições. As psicoterapias são métodos de tratamento realizados por profissionais treinados com o objetivo de reduzir ou remover um problema, uma queixa ou um transtorno. (CORDIOLI, 2008, p. 42). Das principais abordagens psicoterápicas, destacam-se a Psicanálise, a Terapia Familiar, a Hipnoterapia, a Terapia em Grupo e a Psicoterapia Cognitiva-Comportamental, sendo esta última o foco a ser contemplado pelo presente trabalho.

Psicoterapia Cognitiva-Comportamental é uma vertente na qual o psicólogo vai identificando sentimentos, pensamentos e comportamentos de determinadas situações vividas pelo paciente. Com isso, alguns padrões vão sendo identificados. A essência do diálogo no contexto da psicoterapia é a atitude empática, a escuta compreensiva e livre de julgamentos por parte do psicólogo.

Ademais, é um tratamento que busca curar as doenças da mente, os transtornos psicológicos e restabelecer a saúde mental das pessoas. É uma área muito utilizada por psicólogos organizacionais e se baseia muito no autoconhecimento e na autorreflexão, visando resoluções de conflitos internos do profissional para que ele alcance uma saúde emocional favorável. Para Zanelli, Bastos e Borges-Andrade (2004) a psicologia organizacional é voltada para a análise de características do trabalho que contribuem para o aumento da eficiência organizacional. Além disso, outro foco dessa área é manter os colaboradores motivados pois, conforme Vergara (1999, p. 42), " A motivação é uma forma, uma energia que nos impulsiona na direção de alguma coisa".

[8] Ausência de aptidão, falta de competência e/ou eficiência.

Percebesse que a psicologia organizacional está à disposição das empresas como grande ajuda no processo de estabelecer uma saúde mental entre seus colaboradores, e prepará-los emocionalmente para assumirem um cargo de liderança. Dessa forma, a psicoterapia é uma boa abordagem para esse processo.

O profissional responsável por essa preparação e acompanhamento, atuando diretamente no campo empresarial é o psicólogo organizacional. Em sua atuação, ele não diz claramente o que seu paciente deve fazer, ele não toma decisões com base nas situações acordadas pelo paciente. Em vez disso, propõe questionamentos para ajudá-lo a encontrar as respostas e se sentir mais seguro para tomar a melhor decisão.

De acordo com Zanelli (1994, p. 56), as atividades mais recorrentes de um psicólogo organizacional "são vistas inseridas no contexto e endereçadas na busca da saúde mental e da qualidade de vida no ambiente extensivo do trabalho". Esse profissional pode contribuir diretamente na organização, oferecendo um ambiente saudável e aconselhando nas soluções dos problemas, fazendo com que seus colaboradores sintam-se mais motivados no desempenho de suas atividades. Contudo, nas empresas, a psicoterapia ainda está muito distante para ser aplicada no cotidiano, em razão do pre-julgamento, medo e custo. Vale até destacar que em muitos casos, as empresas já possuem psicólogos aptos e à disposição, mas os próprios líderes e liderados ignoram a ajuda necessária. Entretanto, é um método extremamente aconselhado que pode ser implantado aos poucos, estimulando os profissionais a adotarem a prática regularmente.

METODOLOGIA

O propósito maior deste artigo foi demonstrar a importância de dispor de líderes psicologicamente preparados, e como esse despreparo psicológico reflete na gestão. Neste sentido, a pesquisa de campo foi desenvolvida em uma transportadora, trazendo como proposta:

a) Identificar os aspectos psicológicos que influenciam no desenvolvimento de um líder;
b) Identificar como o despreparo psicológico afeta diretamente o indivíduo que assume um cargo de gestão;
c) Analisar os danos causados pelo esgotamento psíquico;
d) Propor como a psicoterapia pode ajudar no preparo psicológico.

A pesquisa de campo foi realizada na empresa LR Transportes, situada na cidade de Jaboatão dos Guararapes – PE.

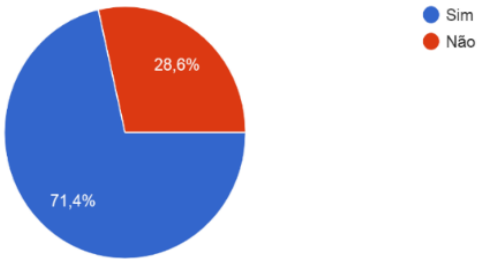
O campo investigativo foi composto por 32 funcionários, dos quais 7 líderes responderam ao questionário. O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliográfica e de Campo;
b) Quanto à finalidade: Aplicada;
c) Quanto ao método de análise: Propositiva;
d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

A pesquisa de campo foi realizada através da utilização de um questionário semiaberto, constante no apêndice deste artigo.

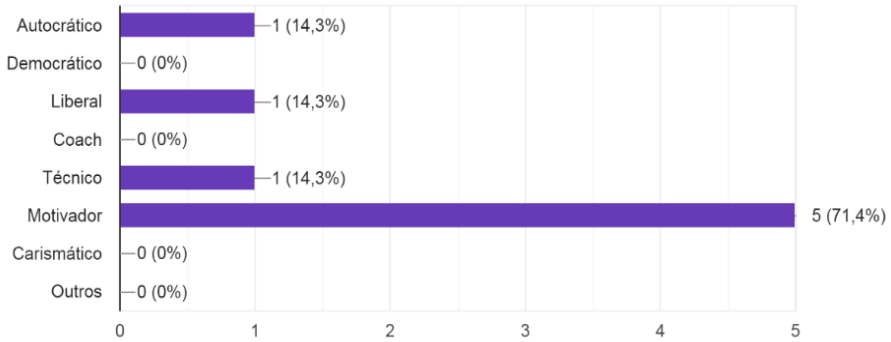
DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

1. **Ao assumir o cargo de liderança você passou por algum treinamento?**



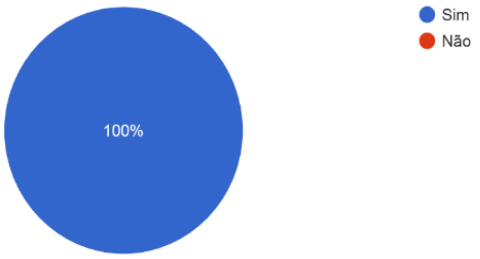
Nessa questão 71,4% afirmaram ter participado de treinamento antes de assumirem cargos de liderança. Mesmo assim, os dados de campo apresentaram um expressivo percentual de colaboradores que afirmaram não terem sido treinados para assumirem suas funções de liderança. Nesse sentido, pode-se compreender que essas pessoas (28,6%) certamente foram afetadas negativamente no desempenho de suas funções.

2. **Você se considera um líder:**



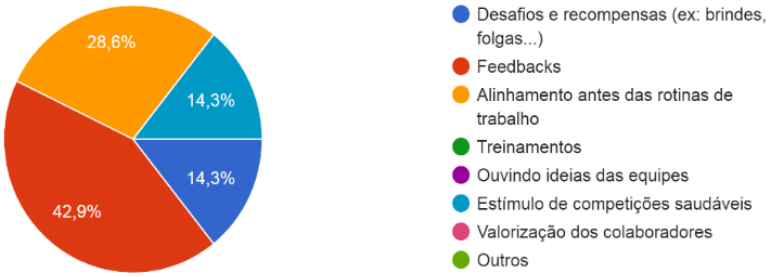
Nesse quesito, 71,4% dos entrevistados consideram-se líderes motivadores. Com base na pesquisa, as repostas foram positivas, pois, Goleman (1995) diz que a motivação é um importante aspecto na busca da inteligência emocional.

3. Você considera que seus liderados lhe enxergam como um bom líder?



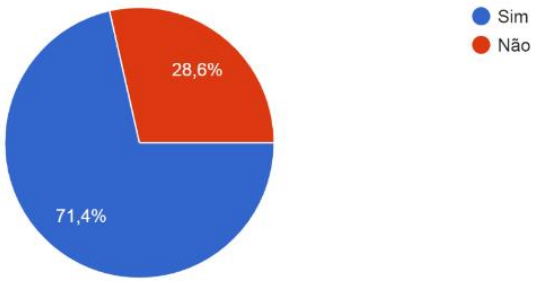
De acordo com Melo (2017), um bom líder consegue não apenas coordenar, mas também motivar. Nesse sentido, o líder é retratado como um espelho, influenciando seus liderados. Além disso, essa unanimidade nas respostas mostra a necessidade dos líderes se autoafirmarem "bons", até mesmo quando os liderados não os enxergam dessa maneira.

4. Como você costuma motivar sua equipe?



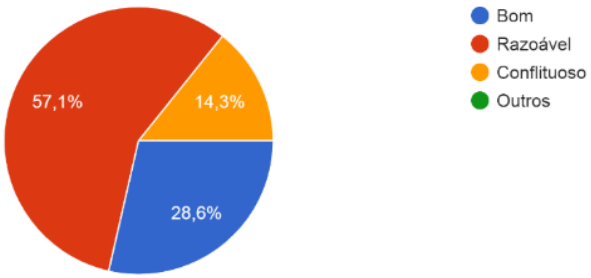
Enxerga-se uma discrepância nas respostas. Os dados de campo mostraram que cada líder possui uma metodologia diferente e motivam seus liderados com base no conhecimento que tem da sua equipe. A maioria dos entrevistados informou que motivam suas equipes através de feedback.

5. **Na sua opinião, o clima organizacional influência diretamente nas tomadas de decisões?**



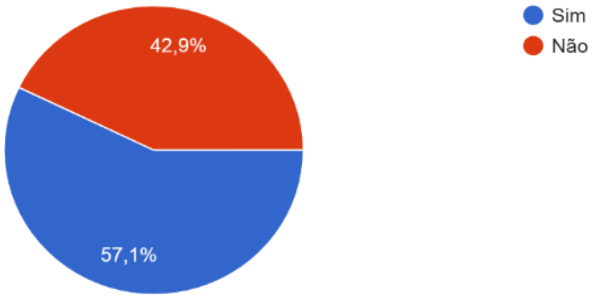
71,4% das respostas afirmaram que o clima organizacional influencia diretamente nas tomadas de decisões. De acordo com Mello Filho (1992), o trabalho pode ser fonte de satisfação e criação. Entretanto, os dados de campo apresentaram um expressivo percentual de colaboradores que informaram que o clima organizacional não está diretamente ligado nas tomadas de decisões. Ainda de acordo com o autor, o trabalho pode se tornar uma verdadeira prisão, em decorrência das más condições. Diante disso, pode-se compreender que essas pessoas (28,6%) certamente foram afetadas negativamente pelo clima organizacional.

6. **Como você descreve o clima organizacional na empresa?**



Conforme os dados coletados, existe uma diferença na concepção de clima organizacional para cada líder. 14,3% informaram que o clima é conflituoso, e ao analisar os dados, observa-se que esse percentual obteve determinadas dificuldades ao desempenhar o cargo de liderança e nas suas decisões. No entanto, 57,1% das respostas afirmaram que o clima organizacional é razoável e 28,6% responderam que é bom. Pode-se observar que os profissionais que responderam bom ou razoável são afetados de forma positiva pelo clima organizacional. Sendo assim, reestabelecem melhor qualidade de vida no ambiente de trabalho, conforme afirma Zanelli; Borges-Andrade; Bastos (2014).

7. **Você se sentiu psicologicamente preparado para assumir o cargo de liderança?**

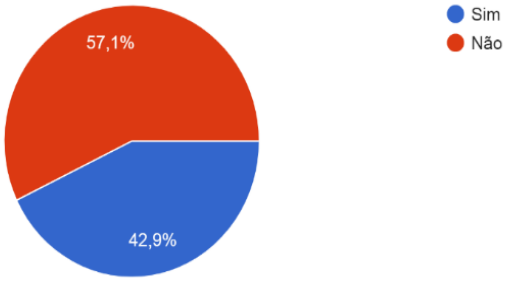


Observa-se que 42,9% das pessoas responderam que não se sentiram preparadas psicologicamente para assumirem o cargo de liderança. Conforme Chiavenato (2002), os seres humanos estão sempre empenhados a se adaptarem em diversas situações, a ponto de satisfazerem suas necessidades, mantendo seu equilíbrio emocional. Com base na pesquisa, a falta desse equilíbrio influencia no despreparo do profissional e até em sua vida pessoal, ocasionando diversos transtornos psicológicos. Contrapondo 57,1% das pessoas afirmaram que se sentiram preparadas e demonstraram um melhor desempenho profissional.

8. **Se o cargo assumido causou algum problema entre o corpo e a mente, especifique abaixo:**

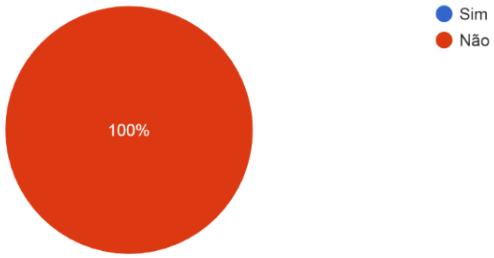
Nessa questão, o maior percentual dos dados coletados está relacionado ao estresse. Por muitas vezes esse estresse é uma resposta emocional ao profissional que assume o cargo de liderança, que por diversos obstáculos não conseguiu alcançar seu equilíbrio emocional. Ademais, as respostas que figuram na pesquisa fazem parte do grupo de doenças psicossomáticas, o que afirma Covey (2019) ao citar essas doenças como consequência de um adoecimento psíquico.

9. Quando tem um problema na empresa, ele interfere na sua vida pessoal?



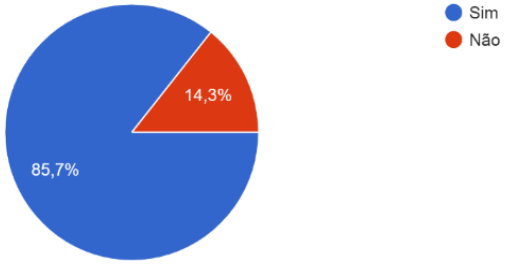
É evidente que o percentual de 42,9% é bem alarmante, fortalecendo que a falta de preparo emocional interfere diretamente na vida pessoal do profissional. Essa interferência resulta na frustração do indivíduo na tentativa de adaptação ao ambiente, conforme aborda Chiavenato (2002). A pesquisa esclarece o quanto é necessário saber diferenciar sua vida pessoal da profissional, sem que uma interfira na outra, estabelecendo um equilíbrio emocional.

10. A empresa investe em preparo psicológico para seus colaboradores?



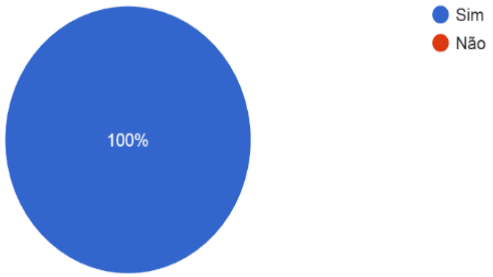
Com a unanimidade nas respostas, é possível verificar que a empresa não investe nesse preparo, o que pode levar ao desenvolvimento de doenças psicossomáticas. Sendo assim, a pesquisa aponta que esse investimento poderia ter ajudado alguns líderes, principalmente aqueles que não possuíam preparo psicológico ao assumir o cargo de liderança. Conforme afirma Zanelli, Bastos e Borges-Andrade (2004) o investimento na psicologia organizacional aumenta a eficácia profissional e pessoal do indivíduo.

11. Você participaria de sessões com psicólogo organizacional?



Nessa questão 85,7% afirmaram que participariam de sessões com o psicólogo empresarial. Esse interesse é importante para a organização, pois, conforme Zanelli (1994), essas sessões com o psicólogo organizacional ajudam os profissionais na busca da saúde e da qualidade de vida no ambiente de trabalho. Contudo, os dados de campo apresentaram um pequeno percentual (14,3%) de colaboradores que não participariam, conforme avaliado na pesquisa. Esses profissionais sentem-se inseguros ao se expressar abertamente sobre as situações a que são submetidos na organização.

12. Você considera que a psicoterapia ajuda na saúde emocional no cargo de liderança?



Os dados coletados nessa questão apenas reforçam o quanto os colabores necessitam de assistência psicológica. Sabe-se que situações de conflitos acontecem todos os dias nas organizações, e lidar com essas situações demandam equilibro emocional que pode ser obtido com a ajuda da psicoterapia, conforme afirma Covey (2019) que a boa saúde mental facilita o desempenho no papel de liderança.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve a pesquisa de campo realizada na empresa LR Transportes, com amostragem de 7 líderes. Os dados foram coletados através de um questionário semiaberto, e o objeto de estudo foi embasado na liderança emocional.

O presente estudo teve o objetivo de analisar como o despreparo psicológico afeta o desempenho do indivíduo ao exercer o cargo de liderança, e traz a psicoterapia como um método eficaz no preparo desse profissional. Além do mais, com base nos dados analisados, é possível identificar que o objetivo da pesquisa foi alcançado, tendo em vista que os participantes da pesquisa que demonstraram um despreparo psicológico, obtiveram menor desempenho e apresentaram danos psicossomáticos.

De modo geral, a pesquisa realizada demonstrou que líderes psicologicamente despreparados para um cargo de liderança desenvolveram determinados danos psicossomáticos, como por exemplo estresse, dores de cabeça, e até mesmo ansiedade, causando um adoecimento mental. Contudo, para amenizar o problema, a pesquisa mostra como a psicoterapia é uma boa alternativa na busca da liderança emocional, reforçando o estudo dos autores abordados. Ademais, os próprios entrevistados afirmaram que participariam de sessões com um psicólogo organizacional, porém, a empresa não investe nesse tipo de preparo.

Nesse sentido, o presente estudo revelou com clareza que a psicoterapia é uma grande aliada e recomenda o investimento nessa prática, pois, é de extrema importância para o preparo psicológico dos líderes.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto**. Recursos Humanos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CORDIOLO, A. V., & Giglio, L. Como atuam as psicoterapias: os agentes de mudança e as principais estratégias psicoterápicas. Em: A. V. Cordiolo. **Psicoterapias:** abordagens atuais. Porto Alegre: Artes Médicas, 2008.

CURY, Augusto. **O código da inteligência**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

FRANÇA, A. C. L.; RODRIGUES, L. R. **Stress e trabalho**: uma abordagem psicossomática. 4. ed. São Paulo: Atlas , 2005.

FRANKLIN, COVEY. **Saúde mental dos gestores**: qual o impacto desse cuidado nas decisões da empresa? Disponível em: https://franklincovey.com.br/blog/saude-mental-dos-gestores/. Acesso em: 29 abr. 2021.

FREIRE, C. A. **O corpo reflete o seu drama**: somatodrama como abordagem psicossomática. São Paulo: Agora, 2000.

G1. Mais de 1,4 mil pessoas foram afastadas do trabalho por ansiedade em 2019 no ES, diz INSS. Disponível em: https://g1.globo.com/es/espirito-santo/noticia/2020/01/30/mais-de-14-mil-pessoas-foram-afastadas-do-trabalho-por-ansiedade-em-2019-no-es-diz-inss.ghtml. Acesso em: 08 dez. 2021.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional**: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GOLEMAN, Daniel. **Trabalhando com a inteligência emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

MELO, Luciene B. R. **Liderança e gestão de pessoas**: como o mapeamento de competências pode ajudar. Disponível em: https://blog.psicologiaviva.com.br/lideranca-e-gestao-de-pessoas/ Acesso em: 11 maio 2021.

MELLO FILHO, J. **Psicossomática hoje**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

OPAS BRASIL. ***CID:*** *burnout* é um fenômeno ocupacional. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5949:cid-burnout-e-um-fenomeno-ocupacional&Itemid=875. Acesso em: 28 mar. 2021.

SOBRAL, Felipe; PECI, Alketa. **Administração**: Teoria e Prática No Contexto Brasileiro. 2ª Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ZANELLI, José Carlos. Movimentos emergentes na prática dos psicólogos brasileiros nas organizações de trabalho: implicações para a formação. Conselho Federal de Psicologia. **Psicólogo Brasileiro**: Práticas Emergentes e Desafios para a Formação. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1994.

ZANELLI, José Carlos; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt (Orgs.) **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. 2ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.

ZANELLI, José Carlos; BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt; & BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo (Orgs.). **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

APÊNDICE A – Questionário aplicado na pesquisa de campo

Este questionário tem como objetivo identificar os problemas psicológicos que líderes enfrentam na alta gestão da empresa LR Transportes e como isso os afeta em sua vida pessoal.

1. Ao assumir o cargo de liderança, você passou por algum treinamento?
   a. Sim
   b. Não

2. Você se considera um líder:
   a. Autocrático
   b. Democrático
   c. Liberal
   d. Coach
   e. Técnico
   f. Motivador
   g. Carismático
   h. Outros: _____

3. Você considera que seus liderados lhe enxergam como um bom líder?
   a. Sim
   b. Não

4. Como você costuma motivar sua equipe?
   a. Desafios e recompensas (ex: brindes, folgas...)
   b. Feedback
   c. Alinhamento antes das rotinas de trabalho
   d. Treinamentos
   e. Ouvindo ideias das equipes
   f. Estímulo de competições saudáveis
   g. Valorização dos colaboradores
   h. Outros: _____

5. Na sua opinião, qual a parte mais difícil em ser um líder?

6. Na sua opinião, o clima organizacional influência diretamente nas tomadas de decisões?
   a. Sim
   b. Não

7. Como você descreve o clima organizacional na empresa?
   a. Bom
   b. Razoável
   c. Conflituoso
   d. Outros:_____

8. Você se sentiu psicologicamente preparado para assumir o cargo de liderança?
   a. Sim
   b. Não

9. Se o cargo assumido, causou algum problema entre o corpo e a mente, especifique abaixo:
    a. Dores de cabeça
    b. Exaustão física
    c. Problemas para dormir
    d. Isolamento social
    e. Estresse
    f. Mudança de humor
    g. Ansiedade
    h. Dor no peito
    i. Desânimo
    j. Outros: _____

10. Quando tem um problema na empresa, ele interfere na sua vida pessoal?
    a. Sim
    b. Não

11. Ao se posicionar numa situação conflituosa entre os seus subordinados, como você costuma agir?

12. A empresa investe em preparo psicológico para seus colaboradores?
    a. Sim
    b. Não

13. Você participaria de sessões com psicólogo organizacional?
    a. Sim
    b. Não

14. Você considera que a psicoterapia ajuda na saúde emocional no cargo de liderança?
    a. Sim
    b. Não

LIDERANÇA FEMININA: DESAFIOS DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p12

Arandi Maciel Campelo[1]
Carolaine Mirele Cavalcante Paz[2]
Lydiane de Melo Brandão Santos[3]

RESUMO

Este artigo trata da liderança feminina e os desafios que a mulher enfrenta no mercado. O estudo teve como objetivo compreender as principais características de mulheres líderes e as condutas no mercado de trabalho, identificando as estratégias, pilares, e os métodos da liderança feminina para alcançar a eficácia em suas ações. Este trabalho foi desenvolvido através de pesquisa bibliográfica e de campo. Os principais teóricos que demarcaram este artigo foram Nascimento (2018), Ana Bernal (2021) e Tonani (2011). Neste estudo qualitativo, foi utilizado como principal ferramenta para coleta das informações uma entrevista semiestruturada, tendo como campo investigativo mulheres líderes da empresa Delikata, uma doceria com sede em Olinda-PE e lojas espalhadas por bairros do Recife e Jaboatão dos Guararapes. Da totalidade de 6 líderes, 3 participaram das entrevistas, no ano de 2022. Com base nos dados coletados em campo foi possível concluir sobre a grande relevância que as mulheres e suas competências representam, no contexto do ambiente profissional, notadamente no papel de liderança eficaz para as organizações.

Palavras-chave: Liderança feminina. A mulher no mercado de trabalho. Síndrome de Burnout.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

This article deals with female leadership and the challenges women face in the market. The study aimed to understand the main characteristics of women leaders and conduct in the labor market, identifying strategies, pillars and methods of female leadership to achieve efficiency in their actions. This work was developed through literature and field research. The main theorists that demarcate this article were Nascimento (2018), Ana Bernal (2021) and Tonani (2011). In this qualitative study, a semi-structured interview was used as the main tool for collecting information, having as an investigative field women leaders of the company

[1] Orientador: Doutor em Educação/Brasil; Administrador/Brasil; Mestre em Planificación y Gestion Organizacional - Madrid/España; Mestre em Dirección y Organización de Hospitales y Servicios de Salud - Valencia/España; Consultor em Sistemas Organizacionais, desde 1984; Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: arandimcampelo@gmail.com

[2] Estudante do curso de Administração, da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: carolainemirele@gmail.com

[3] Estudante do curso de Administração, da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: lydianebrandao@gmail.com

Delikata, a candy store based in Olinda-PE and stores spread across neighborhoods of Recife and Jaboatão dos Guararapes. Of the total of 6 leaders, 3 of the interviews participated, not their base, specifically, in the context2 of the field were possible and about a great environment that was publicized, it was not effective, it was not represented by a great environment, but it was not effective. for organizations.

Keywords: Female leadership. The woman in the labor market. Burnout Syndrome.

INTRODUÇÃO

Este artigo aborda o tema sobre liderança feminina e os desafios da mulher no mercado de trabalho. A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada na Delikata, uma doceria com sede na cidade de Olinda e filiais em outros municípios do estado de Pernambuco, liderada em sua grande maioria por mulheres de diferentes etnias.

O tema escolhido é de suma importância para desmistificar o preconceito que ainda existe na sociedade e organizações como um todo em relação às mulheres e sua capacidade de alcançar cargos elevados, como o cargo de liderança. O trabalho também procurou enfatizar alguns dos desafios que elas enfrentam durante sua jornada, trazendo um alerta para a saúde através da pesquisa realizada sobre a Síndrome de Burnout, uma doença que afeta com mais probabilidade o grupo feminino.

A IMPORTÂNCIA DAS MULHERES EM CARGOS DE LIDERANÇA

Características femininas que anteriormente eram consideradas um obstáculo para atingir sucesso na carreira, hoje são vistas como vantagens pelas organizações. Atributos como compreensão, empatia e sensibilidade passaram a ser vistos como diferencial no mercado de trabalho.

Segundo Barsh (2015, p. 39),“somos a metade da força profissional, obtemos mais da metade dos diplomas universitários e ganhamos mais da metade dos empregos de nível de entrada das empresas do ranking Fortune 500”.

O modelo de liderança feminino é mais afetivo, caracterizado pela competência em estimular pessoas e pelo desenvolvimento em equipe. Para a autora a forma de liderar das mulheres é mais apropriada do que a gestão masculina, que é voltada para o comando e controle de seus subordinados. (MANDELLI, 2015).

Hoje em dia as organizações estão cada vez mais considerando a conduta humana. Para isso, têm investido em competências que ajudam a alcançar resultados elevados. De acordo com Mandelli (2015), as organizações estão em busca de um perfil de liderança que faça a diferença, com gestores preocupados com o desenvolvimento. Pessoas que motivem os

colaboradores a trabalhar em equipe, que valorizem acima de tudo os relacionamentos e o ambiente organizacional. Para a autora, essas são características muito relacionadas ao perfil de liderança feminino.

Conforme Nascimento (2018), as mulheres concedem um maior valor ao trabalho em equipe, são mais determinadas e pacientes, conseguem raciocinar a longo prazo, tornando-se mais abertas para o aprendizado constante. Segundo a autora:

> Verifica-se, também, que a mulher desempenha um papel fundamental em qualquer ambiente social, seja ele organizacional ou não, pois no mundo globalizado e dinâmico, a mulher naturalmente consegue se adaptar as mudanças e desempenhar várias tarefas ao mesmo tempo, se preocupando com tudo e com todos, sendo detalhista e atenciosa. (NASCIMENTO, 2018, p. 63).

Fischer (2001) mostra em sua tese que as mulheres possuem um talento natural, onde há a voracidade, o bom desempenho do trabalho em equipe e a arte da negociação. Também a compreensão, sensibilidade emocional, empatia, eficiência de conciliar várias funções e tarefas, o dom de se comunicar com facilidade, relacionam-se ao perfil necessário e estão associados particularmente à sociedade global do século XXI e ao perfil feminino.

Conforme a visão de Cohen (2009, p. 45), "A executiva brasileira se mostra significativamente indiferente ao poder, ela não quer mandar, como o homem; quer ter a capacidade de influenciar as pessoas, de ser reconhecida como sábia, sensata, capaz, quer ser um modelo".

Também na visão de Rodrigues e Silva (2015), as mulheres adotam um estilo de liderança participativa mais rapidamente comparado a suas contrapartes do gênero masculino. Uma possível razão é que as meninas são criadas para serem mais igualitárias e menos orientadas para o status, o que é coerente com a liderança participativa.

Na concepção de Rodrigues e Silva (2015):

> A liderança feminina é vista como uma mudança de caráter cultural, pois se acredita que as mulheres possuam a mesma capacidade que os homens quando se trata de gestão, mesmo que ainda enfrentem limitações. [...] ainda assim, desde que estejam bem preparadas, trazem um crescimento maior na forma de liderar e na distribuição de tarefas confiada a elas, que são mais fiéis, sinceras e delicadas quanto à execução de suas funções e proporcionam um ambiente de trabalho mais harmonioso. (RODRIGUES; SILVA, 2015, p. 9).

O que o mercado atual busca em seus líderes são competências que possam aproximar estas lideranças de suas equipes e que estes possam motivá-las a trabalharem como se fosse um verdadeiro time, um complementando o outro, de forma equilibrada. (TONANI, 2011, p. 6). Na gestão feminina há competências que diferenciam do estilo de gestão masculina, como por exemplo, a capacidade de multiprocessar informações, maior flexibilidade, além da habilidade em enxergar as pessoas como um todo. (FLEURY, 2013, p. 48).

Para Fleury (2013), os elementos considerados para caracterizar a liderança feminina são: organização, compreensão, competência e flexibilidade. Assim, se os homens são bons em manipulação de materiais, as mulheres se destacam em promover o trabalho em equipe, transformando um ambiente menos competitivo entre os gêneros e focado na competência.

Sina (2005) salienta que conforme a mulher opta por uma carreira executiva, é capaz de vencer todos os desafios sem dificuldades. É natural que ela enxergue até os detalhes que passariam despercebidos, o que é, na maioria das vezes, muito mais complicado para o universo masculino, e para o mundo dos negócios os detalhes podem fazer toda a diferença. Ainda, segundo Sina (2005), "a mulher busca relações de trabalho mais harmoniosas e manifesta isso quando em ação. Ela está pronta para ouvir e considerar, mas também quer ser ouvida e considerada". (SINA, 2005, p. 195).

SÍNDROME DE BURNOUT

Também conhecida como a síndrome do esgotamento profissional, Burnout é um distúrbio emocional relacionado com vários sintomas de estresse, esgotamento físico e psíquico, provenientes de grandes esforços no âmbito profissional, referentes à grande demanda de competições e responsabilidades e uma grande pressão psicológica. A este respeito Vieira *et al* (2006) definem que

> Burnout é uma condição de sofrimento psíquico relacionada ao trabalho. Está associada com alterações fisiológicas decorrentes do estresse (maior risco de infecções, alterações neuroendócrinas do eixo hipotalâmico-hipofisário-adrenal, hiperlipidemia, hiperglicemia e aumento do risco cardiovascular), abuso de álcool e substâncias, risco de suicídio e transtornos ansiosos e depressivos, além de implicações socioeconômicas (absenteísmo, abandono de especialidade, queda de produtividade). (VIEIRA *et al*, 2006, p. 156).

Outros pesquisadores como From e Krawuski (1988), citados por Guimarães (2005, p. 12), afirmam que as exigências como o aumento da qualidade e da produtividade do mercado de trabalho e a competição alteram a situação pessoal de todos, trazendo-lhes insegurança, isolamento, ansiedade e elevação nos níveis de estresse, por perceberem que suas expectativas eram muitas vezes impossibilitadas de se concretizarem, devido às mudanças no interior das instituições.

O tempo que se vive está cada vez mais concorrido e disputado, levando as pessoas a grandes pressões de todas as partes. A esse respeito Borges *et al* (2002) citam que

> As diferentes transformações que ocorrem no mundo do trabalho, pautadas à gestão organizacional, à transitoriedade do emprego, à tecnologia e ao crescimento na importância do setor de serviços, distorcem novas configurações de constituir o trabalho, aparecem novos cargos com pertenças mais variantes e mais complicadas. Há também novas estruturas com menos níveis hierárquicos e mais

> responsabilidades ao trabalhador baseadas nas novas exigências de qualidade na execução e mais qualificação profissional. (BORGES *et al*, 2002, p. 65).

Benevides-Pereira (2002) evidencia que entre os sintomas físicos que podem ser apresentados na Síndrome de Burnout estão: o cansaço constante e progressivo, dores musculares e articulares, distúrbios do sono, cefaleias e enxaquecas, alterações menstruais, disfunções sexuais, alteração de humor, comprometimento da memória e concentração. Esses sintomas revelam que a síndrome tem um papel importante com o efeito negativo na vida do indivíduo, na parte pessoal e profissional.

Percebe-se que o acúmulo de grandes pressões no dia a dia acaba causando sofrimento, competitividade excessiva e excesso de responsabilidades. Assim, conforme Maslach e Leiter (1999) *apud* Volpato *et al* (2003, p.103), detecta-se que persiste a ideia de um local de trabalho eficiente como uma máquina, em detrimento de um ambiente mais seguro e saudável para o indivíduo, em que lhe fosse possível realizar seu potencial por meio de uma atividade que posteriormente lhe servisse como fonte de recompensa. Como salientam os autores:

> O local de trabalho, hoje, é um ambiente frio, hostil que exige muito, econômica e psicologicamente. As pessoas estão emocional, física e espiritualmente exaustas. As exigências diárias do trabalho, da família e de tudo o que se encontra entre eles corroem a energia e o entusiasmo dos indivíduos. [...] Competitividade, perda do sentimento de coletividade entre outros, estes fatores têm colocado o ambiente profissional como um espaço que não propicia a satisfação pessoal. (MASLACH; LEITER, 1999, p. 59).

Maslach (2001), por outro lado, observa que as mulheres são mais suscetíveis a desenvolver a Síndrome de Burnout, principalmente as mais jovens. Com todos os conflitos do mundo globalizado atualmente, como trabalho noturno, falta de funcionários suficientes, troca de turno frequente, disputa entre equipes e outros, tudo isso aparece como fator de risco para a síndrome.

De acordo com o pensamento de Sina (2005), “as mulheres querem um mundo de trabalho mais equilibrado e harmônico, onde haja mais espaço para ser. Querem, portanto, abrir cada vez mais o leque de atividades, expandir o conhecimento, sem descuidar de sua saúde”. (SINA, 2005, p. 195).

Na percepção de Oliveira (1996), os estudos sobre esse assunto, até os dias atuais, estão focados apenas no profissional masculino, sem alertar para o enquadramento do gênero, já que para essa autora: “gênero é a categoria que explica a relação de poder entre os sexos e nos dá a dimensão social da desigualdade sexual, possibilitando emergir a dimensão da subjetividade nas pesquisas como estruturantes da identidade de cada sexo.” Na visão dela, o mundo corporativo possui mais de um sexo, consequentemente, se os sintomas físicos são semelhantes para ambos, os impactos na saúde de cada um, se diferem, pois na mulher estão

fortemente ligados às várias jornadas de trabalho, já que ela, estruturalmente, possui mais obrigações, ainda tendo que lidar com a discriminação e a repressão sexual. Nessa mesma linha de pensamento, Bernal (2021) acha importante destacar que:

> Observamos que muitas vezes as mulheres carregam um sentimento de culpa, por supostamente, estar falhando como mães, ou profissionais. São sentimentos ambíguos, entre a carreira e a maternidade, que obriga a maioria das mulheres a se tornar equilibrista para conciliar as duas coisas de forma muito inspiradora. Afinal, as mulheres atualmente querem a conquista do sucesso profissional, estabilidade financeira, para então decidir formar uma família. (BERNAL, 2021, p. 01).

DESAFIOS ENFRENTADOS PELA LIDERANÇA FEMININA

Um desafio que exige muito da mulher é a administração do tempo necessário para cada tarefa que está sob sua responsabilidade. No momento em que ela conquista seu espaço no mercado de trabalho é mais visível o quanto se torna exaustivo por se comprometer com uma dupla jornada, transformando toda essa situação em um constante desafio para conseguir um equilíbrio entre a vida pessoal e profissional.

Sina (2005) ressalta que um dos desafios do perfil feminino é que ela espera sempre o melhor de si própria, se cobrando cada vez mais. Este é um dos motivos que faz com que ela não se acomode e evolua em uma direção mais assertiva.

Temóteo (2013) cita que o machismo e o preconceito são os principais motivos que prejudicam a evolução feminina dentro das organizações, já que alguns homens afirmam ficarem constrangidos quando são liderados pelo sexo oposto, deixando mais claro essa cultura preconceituosa e machista na sociedade. As mulheres são sensíveis, mais maleáveis e compreensivas, contudo, muito mais firmes, determinadas e enérgicas quando as circunstâncias exigem delas tal postura. A flexibilidade e a capacidade de adaptação em tempos difíceis são uma das muitas características do perfil feminino na liderança.

Conforme matéria do site Vagas for Business (2022), a mulher é desvalorizada desde o momento da seleção, por existir a possibilidade dela engravidar ou já ser mãe, preocupação que não existe em relação ao homem. Fato que existe por presumir que a funcionária grávida ou que tem filhos pode “falhar”, no entanto, apenas reproduz um estereótipo machista na qual a divisão de cuidados não é equânime.

Para Rodrigues e Silva (2015):

> As mulheres têm que provar diariamente que são tão competentes e qualificadas quanto os homens para conseguirem manter-se em suas funções, submetendo-se até mesmo, em algumas vezes, a assumir posturas tidas como “masculinas” para firmar-se em suas posições. Essa briga por direitos iguais é equivocada para a mulher hoje. Na verdade, a luta deve ser pela igualdade de direitos civis e sociais e pela valorização financeira e moral da capacidade feminina no desenvolvimento em toda a sociedade, nos mais diferentes aspectos. (RODRIGUES & SILVA, 2015, p. 4).

Na observação de Tonani (2011), percebe-se que há a necessidade da mulher de sempre ter que provar a sua competência e, muitas vezes, passa por situações nada agradáveis. Não é raro ouvir comentários de que “apesar de ser mulher” ela é capaz de exercer tal cargo. Momentos como esses ficam mais claros que a mesma não está recebendo seu devido valor, mérito que deveria ser dado por sua capacidade de chegar ao patamar que almeja.

Uma das queixas mais frequentes das mulheres em relação ao trabalho é que as pessoas não as levam a sério. A atuação feminina na liderança organizacional resiste a muitos desafios. Segundo Tonani (2011):

> Apesar de observarmos números crescentes da participação feminina em cargos de liderança, os desafios ainda são grandes. Em artigo publicado em 2008 no Correio Braziliense, de autoria de Daniela Lima e Edma Cristina de Góis, a pesquisadora Amanda Fellows, doutoranda no Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília (UnB), atesta que de posse das mesmas possibilidades que os homens, as mulheres ainda são alvo de preconceito de gênero. (TONANI, 2011, p. 8).

Sina (2005) aponta que, no nosso país, a maioria das mulheres sonha em empreender nos seus próprios negócios, mas são grandes os dilemas enfrentados. Um exemplo disso é a relação entre o trabalho e a família, incluindo inúmeros outros desafios, não diferenciando das que optam por uma carreira administrativa, ambas se deparando com obstáculos pelo caminho. Como destaca Bernal (2021):

> A maternidade, por vezes, vem como uma escolha para a mulher, entre filhos e carreira, entre esperança e medo, o que a maioria das profissionais sentem quando decidem ser mães. As mulheres que querem ter filhos, ainda sentem a necessidade de adiar a maternidade por receio de perder oportunidades enquanto tentam conciliar carreira e família. E dados apontam que uma maioria das profissionais deixa o emprego após o nascimento do primeiro filho. (BERNAL, 2021, p. 01).

No mercado de trabalho e na sociedade um desafio enfrentado também é a competição e a comparação com outras mulheres. Muitos atributos são levados em consideração, o que gera uma concorrência entre mulheres. Dickson (2001) destaca que:

> Os atributos usados para avaliar em comparação e competição com outras mulheres são: atratividade, onde entra aparência, forma do corpo, tom de pele, idade, cabelos e feminilidade; inteligência, que abrange formação, status que ocupa no trabalho, experiência e especialização; condição social, que agrega classe social, status do marido e número de filhos; personalidade, onde visa articulação, confiança, postura e relaxamento e por fim, situação financeira, que engloba roupas e poder aquisitivo. (DICKSON, 2001, p. 143).

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste artigo é formado pela liderança feminina e desafios da mulher no mercado de trabalho. O objetivo é compreender as principais características de mulheres líderes e as condutas no mercado de trabalho. A proposta consiste em:

a) Identificar os desafios enfrentados pela mulher dentro das organizações;

b) Analisar o comportamento mercadológico referente à mulher nas atividades de liderança;

c) Romper o preconceito inserido na sociedade, relacionado à mulher em cargos de liderança;

d) Incentivar a inserção da mulher nas organizações, exercendo funções de liderança.

A pesquisa de campo foi realizada na Delikata[4], com sede em Olinda, Pernambuco.

O universo da pesquisa foi composto por três das seis líderes de suas filiais, tendo como amostra 50% (cinquenta por cento) desse total.

O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: bibliográfica de campo;

b) Quanto à finalidade: aplicada;

c) Quando ao método de análise: propositiva;

d) Quanto à abordagem: qualitativa.

Na pesquisa de campo foi utilizada uma entrevista semiestruturada, constante no apêndice A deste artigo.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

1. **Na sua opinião, qual a importância das mulheres em cargos de lideranças?**

   Nesta questão, houve uma predominância da multifuncionalidade da mulher em qualquer situação, como pode ser visto no seguinte depoimento: "A mulher vem mostrando todo o seu potencial no tempo atual, deixando a vista na sociedade que ela consegue desenvolver várias funções, quebrando vários paradigmas". Tal constatação confirma o que diz Nascimento (2018), quando afirma que a mulher tem mais capacidade de exercer várias tarefas ao mesmo tempo.

2. **O que você acredita ser o diferencial da mulher na gestão de uma empresa?**

   Conforme cita Sina (2005), é natural que a mulher enxergue até os detalhes que passariam despercebidos e foi o que o seguinte depoimento mostrou: "O foco é

[4] A Delikata, uma empresa que atua no ramo de alimentos, especificamente doces e salgados, foi fundada no ano de 1998, na cidade de Olinda, em Pernambuco. Iniciou com poucos recursos, com o intuito de ser apenas uma renda extra. O negócio cresceu e se expandiu, passando a possuir CNPJ e se tornar uma empresa, abrindo sua primeira loja em 2001, vindo gradativamente abrindo filiais. Atualmente possui uma fábrica, seis lojas e mais de 90 funcionários, possuindo sua liderança total formada por mulheres. A empresa não coloca seus próprios interesses acima de tudo e de todos, reconhecendo a humanidade de seus próprios colaboradores. É uma doceria que ouve sua clientela, que assume e aprende com erros e sabe se posicionar diante do preconceito.

diferente, a visão da mulher é bem periférica e panorâmica, conseguindo detalhar melhor as situações e tendo maior sensibilidade diante dos desafios".

3. **Quais estratégias você utiliza e qual o seu estilo de liderança?**

Este item evidencia o que foi citado por Mandelli (2015). Pessoas que motivam os colaboradores a trabalhar em equipe, que valorizam, acima de tudo, os relacionamentos e o ambiente organizacional, são para a autora características muito relacionadas ao perfil de liderança feminino. O que vai de acordo com o depoimento a seguir: "Muita empatia e compreensão com a equipe, um estilo bem humanizado. Olhar os colaboradores como pessoas e entender o outro, fazendo as tarefas em conjunto, compartilhando ideias".

4. **Você percebe ou sente algum preconceito por parte dos seus colaboradores, pelo fato de ser mulher e estar no cargo de liderança?**

Neste tópico, conforme o depoimento: "Não na empresa atual, pois lá os valores são bem trabalhados pelos diretores e reforçados pelos líderes. Mas em outra experiência, vivenciou sim, alguns colaboradores se recusavam a reportarem a ela como líder, pelo fato de ser mulher. Procuravam um gerente, subordinado, mas que era homem". Houve compatibilidade com o que diz os autores Rodrigues e Silva (2015) que a liderança feminina é vista como uma mudança de caráter cultural, já que hoje elas ocupam cargos que antigamente eram apenas para homens e isso ainda gera conflitos, desvalorização e até preconceitos e pensamentos machistas.

5. **Você já se sentiu ou conhece alguma colega de trabalho deprimida como se sua energia física e emocional estivesse exaurida e qual a relação desse sentimento com seu trabalho?**

Nesta questão, Oliveira (1996) fala sobre os sintomas físicos que são semelhantes para homens e mulheres, mas os impactos na saúde de cada um diferem, pois a mulher tem, além de tudo, que lidar com a discriminação e a repressão sexual. Como mostra no depoimento a seguir: "Na empresa atual não, eles são muito humanizados. Mas em outra experiência anterior já passou por isso, onde os antigos donos exploravam suas funcionárias, pelo fato de serem mulheres, exigindo um trabalho mais árduo."

6. **Você já sentiu ou tem conhecimento de alguma colega de profissão com algum incômodo em relação à pressão para obter êxito no seu cargo?**

Em seu depoimento, uma entrevistada respondeu: “Sim, por se cobrar muito e querer provar a sua capacidade, provar que faz um trabalho com excelência.” Tal depoimento encontra-se de acordo com o que citam Maslach e Leiter (1999), pois ambos afirmam que o acúmulo de grandes pressões no dia a dia acaba causando sofrimento, competitividade excessiva e excesso de responsabilidades, trazendo grande pressão, como se o ser humano fosse máquina, sempre em busca de fazer melhor.

7. **Você sente ou já sentiu que não está conseguindo o que quer fora do seu emprego, como conciliar ou buscar novos projetos?**

Nesta questão houve um predomínio favorável a que Borges (2002) se refere quando menciona exemplos das mudanças constantes que ocorrem na gestão organizacional, transformando o ambiente e forçando uma constante busca pelo novo, trazendo como consequência mais responsabilidades, aumento nas cobranças e sobrecarregando o trabalhador. Exemplo disso é o seguinte depoimento: “Sim, mais uma vez pela auto cobrança que atrapalha uma visão melhor das coisas, por estar mergulhada nas várias tarefas, influenciando inclusive no ser mãe, trazendo culpas e angustias como consequências”.

8. **Você sente que não tem tempo para realizar muitas coisas que são importantes e fazer um trabalho com qualidade?**

Aqui houve divergência entre o que afirmam Maslach e Leiter (1999) quando consideram que o ambiente de trabalho é hostil e fatores como competitividade excessiva têm colocado o ambiente profissional como um espaço que não propicia a satisfação pessoal para a mulher. Essa constatação pode ser evidenciada a partir do seguinte depoimento: “Não, encontro-me num cargo privilegiado em uma empresa diferenciada, que me proporciona flexibilidade e permite que eu realize um trabalho de excelência.” Com o decorrer do tempo, percebe-se que houve mudanças favoráveis nas organizações, permitindo a realização de trabalhos com mais excelência por parte das mulheres líderes.

9. Como você faz para conciliar o trabalho e a família?

Em resposta a essa pergunta foi levado em consideração Cohen (2009), que ressalta as diferenças entre homens e mulheres quando o assunto é carreira. Os homens focam apenas no seu futuro profissional, enquanto as mulheres se dividem entre o trabalho e a maternidade. Algo contatado com o depoimento a seguir: "Muito sofrido por ter que assumir a responsabilidade do filho só, sem o apoio do pai".

10. Quais seus maiores desafios profissionais?

Conforme o depoimento: "Conciliar a família com o trabalho, ter mais tempo de ser mãe. Ser ouvida e respeitada pela equipe", é possível afirmar que houve coerência com que diz Ana Bernal (2021), quando se refere aos desafios enfrentados pelas mulheres, afirmando que as que querem ter ou já têm filhos ainda sentem a necessidade de adiar a maternidade por medo de perder oportunidades enquanto tentam conciliar carreira e família.

11. Na sua opinião quais as dificuldades da mulher para ser selecionada em vaga de emprego?

"Em uma outra empresa vivenciei a exclusão em uma vaga, pois a exigência era ser mulher solteira e sem filhos, na justificativa da maternidade não atrapalhar o trabalho". Este depoimento vai de encontro com o que relata a matéria do site Vagas For Business (2022), ao destacar que a mulher é desvalorizada desde o momento da seleção, por existir a possibilidade dela engravidar ou já ser mãe, preocupação que não existe em relação ao homem.

12. Na sua opinião, quais os desafios enfrentados pela mulher no mercado de trabalho?

Nesta questão houve uma preeminência do machismo e preconceito para com a mulher no cargo de liderança, como se destaca no seguinte depoimento: "Lidar com o preconceito ainda existente, começando na contratação, referentes aos filhos, que na maioria são de responsabilidades de suas mães, ter que provar sua capacidade e lutar para ser ouvida e respeitada, principalmente por homens". Este depoimento colabora com o que afirma Temóteo (2013), ao destacar que o machismo e o preconceito são os principais motivos que prejudicam a evolução feminina dentro das organizações.

Os demais depoimentos colhidos na pesquisa de campo estão registrados no apêndice B deste artigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo foi um agente de motivação, inspiração e muito aprendizado, explorando os desafios encontrados pelas mulheres no mercado de trabalho e no papel de liderança. O resultado mostrou que as mulheres em posição de liderança geram um impacto real na estrutura das organizações, além de acrescentarem conhecimentos técnicos, trazendo uma perspectiva mais humana, criativa e inclusiva, assumindo o que muitas vezes é rotulado como fragilidade e transformando em força e estratégia. A motivação constante para o aprimoramento dos seus conhecimentos as tornam profissionais cada vez mais qualificadas e, consequentemente, as organizações mais produtivas e rentáveis.

Durante a pesquisa feita na Delikata doceria, com sede em Olinda - PE, no ano de 2022, foi possível identificar não um, mas vários fatores que dificultam a vida da mulher trabalhadora: machismo, falta de reconhecimento, maternidade solo, descrédito em suas qualificações apenas pelo fato de serem mulheres, a dupla ou tripla jornada de trabalho, carreira profissional, estudo e lar. Esses fatores contribuem para uma sociedade com problemas que refletem no desenvolvimento das organizações.

Conforme o exposto, é possível afirmar que os objetivos da pesquisa foram alcançados, demonstrando aspectos importantes quanto à liderança feminina e à igualdade de gênero nas organizações. Através da entrevista realizada foi possível observar que a grande maioria das respondentes mencionou sofrer preconceito, dificuldade de conciliação de carreira com a família e os inúmeros desafios na hora de liderar. Acredita-se que por mais que as empresas estejam abertas para a promoção de um ambiente mais igualitário, a questão cultural ainda traz uma bagagem muito forte.

Por fim, espera-se que, a partir desse estudo, haja o despertar nas empresas e o interesse em promover a igualdade de gênero e mostrar que a maternidade não é compulsória, muito menos a paternidade é optativa. Desse modo, os pais devem participar mais da vida dos filhos, não jogando todo peso para a mulher. Por outro lado, por tudo o que foi demonstrado, tanto no referencial teórico, quanto na pesquisa de campo, as organizações devem estar mais atentas à importância de designar mulheres para funções de liderança, devido a sua capacidade de atuação multifuncional.

REFERÊNCIAS

BARSH, Joana. **A ascensão das mulheres e transformação do capitalismo**. HSM Management. 109. ed. ESTADO, p. 39-40, março-abril, 2015.

BERNAL, Ana. **Os impactos da maternidade na vida e na carreira das mulheres.** Publicado em 22 de Maio de 2021. Disponível em: https://www.google.com/amp/s/vocerh.abril.com.br/coluna/ana-bernal/os-impactos-da-maternidade-na-vida-e-na-carreira-das-mulheres/amp/ Acesso em: 30 maio 2021.

BENEVIDES-PEREIRA, Ana Maria Teresa. **A Saúde Mental dos Profissionais de Saúde Mental.** Burnout: quando o trabalho ameaça o bem estar do trabalhador. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002.

COHEN, Marlene. **Como escalar montanhas de salto alto?** Exercendo no poder feminino. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

DICKSON, Anne. **Mulheres no trabalho**: estratégias de sobrevivência e sucesso. São Paulo: Editora Globo, 2001.

FLEURY, Maria Teresa Leme. **Liderança feminina no mercado de trabalho**. Agora é com elas. Vol. 12. GV Executivo, 2013.

FISCHER, Helen. **O primeiro sexo**: como as mulheres estão a mudar o mundo. São Paulo: Editora Presença, 2001.

GUIMARÃES, M. **A dimensão ambiental na educação**. Campinas – SP: Papirus, 2005.

MANDELLI, Livia**. Liderança nua e crua**: decifrando o lado masculino e feminino de liderar. Petrópolis: Vozes, 2015.

MASLACH Christina. P.; LEITER, P. Michael. **Fonte de Prazer ou Desgaste?** Guia para vencer o estresse na empresa. Campinas: Papirus, 1999.

MASLACH, C. **What have you learned about Burnout and health?** Psychol. Health, n. 16, p. 607-11, 2001.

MAXWELL, John C. **O livro de ouro da liderança**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

NASCIMENTO, Marileide Alves. **Gestão Feminina: a liderança feminina nas organizações brasileiras**. Revista: Ideias & Inovação- Lato Sensu, Aracaju, v. 4 n. 2, p. 60, 61 e 63, 2018.

OLIVEIRA. **Prevenção da síndrome de burnout em mulheres**: uma questão de educação para saúde. 1996. Disponível em: scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as_sdt=0%2C5&q=sindrome+de+burnout+em+mulheres&oq=#d=gs_qabs&u=%23p%3DYSY0e1ELo5UJ. Acesso em: 28 out. 2021.

RODRIGUES, Stephane Carvalho; SILVA, Gleiciane Rosa da. **A liderança feminina no mercado de trabalho**. Vol. 1. Revista digital de Administração - Faciplac, 2015.

SINA, Amalia. **Mulher e trabalho**: o desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

TEMÓTEO, Antônio. **Machismo e preconceito atrapalham mulheres dentro de empresas**. Brasília: Correio Braziliense, 2013.

TONANI, Adriana Venturim. **Gestão Feminina** - Um diferencial de liderança mito ou nova realidade. Agosto de 2011. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. ISSN 1984-9354.

VAGAS FOR BUSINESS. **Mulheres no mercado de trabalho: quais são os desafios da parentalidade.** Disponível em: https://www.google.com/amp/s/forbusiness.vagas.com.br/blog/mulheres-no-mercado-de-trabalho/amp/. Acesso em: 02 maio 2022.

VIEIRA, Isabela. **Burnout na clínica psiquiátrica**: relato de um caso. Rev. psiquiatr. Rio Gd. Sul, Porto Alegre, v. 28, n. 3, Dec. 2006. Disponível em: www.scielo.br/j/rprs/a/T5TG8wVZwH6WzfyYqgbVh6c/?lang=pt. Acesso em: 28 out. 2021.

VOLPATO DC, Gomes FB, Castro MA, Borges SK, Justo T, Benevides- Pereira AMT. **Burnout em profissionais de Maringá**. Revista Eletrônica InterAçãoPsy. 2002.

APÊNDICE A – Roteiro da entrevista utilizada

Esta entrevista tem como finalidade compreender as principais características de mulheres líderes e as condutas no mercado de trabalho.

1. Na sua opinião, qual a importância das mulheres em cargos de lideranças?
2. O que você acredita ser o diferencial da mulher na gestão de uma empresa?
3. Quais estratégias você utiliza e qual o seu estilo de liderança?
4. Você percebe ou sente algum preconceito por parte dos seus colaboradores, pelo fato de ser mulher e está no cargo de liderança?
5. Você já se sentiu ou conhece alguma colega de trabalho deprimida como se sua energia física e emocional estivesse exaurida e qual a relação desse sentimento com seu trabalho?
6. Você já sentiu ou tem conhecimento de alguma colega de profissão com algum incômodo em relação à pressão para obter êxito no seu cargo?
7. Você sente ou já sentiu que não está conseguindo o que quer fora do seu emprego?
8. Você sente que não tem tempo para realizar muitas coisas que são importantes e fazer um trabalho com qualidade?
9. Como você faz para conciliar o trabalho e a família?
10. Quais seus maiores desafios profissionais?
11. Na sua opinião, quais as dificuldades da mulher em conseguir um trabalho?
12. Na sua opinião, quais os desafios enfrentados pela mulher no mercado de trabalho?

APÊNDICE B - Demais depoimentos dos entrevistados

1. Na sua opinião, qual a importância das mulheres em cargos de lideranças?
   a) Mesmo em tempos atuais continua como um privilégio, diante do preconceito que ainda existe. A mulher toma a frente dos desafios e mostra que é capaz de ser profissional e desenvolver várias tarefas ao mesmo tempo.
   b) Muito importante, pois dá oportunidade de a mulher mostrar que pode ter várias responsabilidades e exercer todas as tarefas muito bem, apesar das várias funções em conjunto.
2. O que você acredita ser o diferencial da mulher na gestão de uma empresa?
   a) A mulher se dá melhor com a equipe, conversa e se envolve com as necessidades individuais, toma a frente e resolve melhor os conflitos.
   b) Desde a infância a mulher vem aprendendo a ter habilidade em múltiplas funções, desenvolvendo uma visão bem periférica e obtendo uma criticidade melhor de pensamentos para gerir o mercado de trabalho de forma mais assertiva.
3. Quais estratégias você utiliza e qual o seu estilo de liderança?
   a) Há seis anos começou como balconista e chegou a líder, procurando estar junto as necessidades da equipe, se fazendo presente bem de perto.
   b) Muito tranquila, mais humanizada e com muita parceria, procurando estar mais perto e disponível a mostrar as tarefas de forma mais compreensiva.
4. Você percebe ou sente algum preconceito por parte dos seus colaboradores, pelo fato de ser mulher e estar no cargo de liderança?
   a) Dentro da empresa atual não. Elas têm um conforto muito grande vindo da direção que acreditam e apoiam o trabalho delas.
   b) Não, a empresa é muito humanizada e aberta nesse ponto. Os diretores dão muita abertura para as mulheres em todos os cargos. Eles têm uma grande sensibilidade com o individual e valorizam seus talentos.
5. Você já se sentiu ou conhece alguma colega de trabalho deprimida como se sua energia física e emocional estivesse exaurida e qual a relação desse sentimento com seu trabalho?
   a) Já sentiu em outras experiências pelo fato de não trabalhar com o que gostava, não tinha satisfação com o ofício e nem com as pessoas que pensavam muito diferentes, sobrecarregando o emocional e adoecendo o físico. Foi diagnosticada com ansiedade, pois a Síndrome de Burnout não era evidente como se tornou atualmente.
   b) Sim, com a Pandemia isso se intensificou bastante, gerando maior cansaço emocional, atrapalhando bastante o rendimento profissional.
6. Você já sentiu ou tem conhecimento de alguma colega de profissão com algum incômodo em relação à pressão para obter êxito no seu cargo?
   a) Não, sabe que existe em vários lugares, mas na atual empresa não conhece casos.
   b) Sim, pelo peso da própria marca no mercado existe uma cobrança maior para ter melhores resultados na empresa. E pelo fato de ser mulher e ter que provar a todo o momento que é capaz de dar conta de tudo.
7. Você sente ou já sentiu que não está conseguindo o que quer fora do seu emprego, como conciliar ou buscar novos projetos?
   a) Não, o trabalho atual permite flexibilidade de horários e tem outro emprego de professora à noite, conseguindo conciliar as duas funções.

b) Sim, sente- se sobrecarregada pelas inúmeras tarefas que tem que realizar, tanto na parte profissional como na parte pessoal.

8. Você sente que não tem tempo para realizar muitas coisas que são importantes e fazer um trabalho com qualidade?
   a) A cobrança pessoal atrapalha bastante.
   b) Sim, algumas coisas se perdem pelo caminho no dia a dia, como por exemplo, realizar uma atividade física. É muito importante para a saúde, mas tenho que abrir mão.
9. Como você faz para conciliar o trabalho e a família?
   a) Com muita dificuldade, sentindo um pouco de culpa por não estar tão presente com o filho, mas também não abre mão da carreira que é quem proporciona maior conforto aos dois. Em momentos de folga fica com o filho e quando pode viaja.
   b) Bem corrido e difícil, mas conta com a ajuda do marido para as coisas do lar e agiliza muita coisa aos domingos, na sua folga.
10. Quais seus maiores desafios profissionais?
   a) Assédio em grande proporção por parte dos homens, pelo perfil comunicativo e simpático, geralmente confundido pelo público masculino como porta aberta ao assédio. Outro ponto bastante desafiador é a maternidade, principalmente para mães solo.
   b) Obter mais conhecimento para atingir a meta de receber uma promoção no cargo atual.
11. Na sua opinião, quais as dificuldades da mulher em conseguir um trabalho?
   a) Ter onde deixar o filho e não estar trocando o salário pelos gastos.
   b) Mostrar que é capaz e qualificada para a vaga, além da preocupação se futuramente vai engravidar.
12. Na sua opinião, quais os desafios enfrentados pela mulher no mercado de trabalho?
   a) Nascer mulher, viver nessa cultura de que a mulher é a única responsável pelos filhos e pela casa. Ter que estar à frente das obrigações da família, sem muita ajuda do homem.
   b) Mostrar bom humor e simpatia o tempo todo. A falta de empatia e sensibilidade por parte dos subordinados.

MARKETING DIGITAL: O PODER DE INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p13

Arandi Maciel Campelo[1]
Dário José Vicente[2]

RESUMO

Este artigo tem como objetivo mostrar o poder de influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor, identificando os fatores que podem influenciar de forma positiva ou negativa no marketing digital e suas estratégias. Foi construído através de pesquisa bibliográfica e de campo. Os principais teóricos que balizaram este artigo foram Limeira (2010), Las Casas (2012) e Cobra (2009). Tendo um campo investigativo os estudantes matriculados no curso de Administração e Marketing, somando 40 estudantes de uma instituição de ensino, localizada no Cabo de Santo Agostinho em 2022. Da totalidade do universo de 40 estudantes, 12 participaram da pesquisa de campo, sendo utilizado como principal ferramenta para coleta de dados um questionário fechado. A análise revelou que o marketing digital e suas estratégias é um elemento primordial para que se possa alcançar resultados positivos em todos os setores de uma empresa, destacando também a relevância de promover propagandas nas redes sociais.

Palavras-chave: Ferramentas do marketing. Marketing digital. Estratégias. Internet. Redes sociais.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

This article aims to show the power of influence of social networks in the consumer's purchase decision, identifying the factors that can positively or negatively influence digital marketing and its strategies. It was built through bibliographic and field research. The main theorists who guided this article were Limeira (2010), Las Casas (2012) and Cobra (2009). Having an investigative field, students enrolled in the Administration and Marketing course, totaling 40 students from an educational institution, located in Cabo de Santo Agostinho in 2022. Of the total universe of 40 students, 12 participated in the field research. A closed questionnaire was used as the main tool for data collection. The analysis revealed that digital marketing and its strategies are a key element for achieving positive results in all sectors of a company, also highlighting the relevance of promoting advertisements on social networks.

Keywords: Marketing tools. Digital marketing. Strategies. Internet. Social networks.

[1] Orientador: Doutor em Educação/Brasil; Administrador/Brasil; Mestre em Planificación y Gestion Organizacional - Madrid/España; Mestre em Dirección y Organización de Hospitales y Servicios de Salud - Valencia/España; Consultor em Sistemas Organizacionais, desde 1984; Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: arandimcampelo@gmail.com
[2] Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: dariojvicente@gmail.com

INTRODUÇÃO

Este artigo aborda o tema do marketing digital e o poder de influência que as redes sociais possuem na decisão de compra do consumidor. A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada na Faculdade Mauricio de Nassau, localizada na Estrada de Pirapama, 87, na cidade do Cabo de Santo Agostinho, estado de Pernambuco.

O tema escolhido é de suma importância para demonstrar que o grau de influência do uso das redes sociais no processo de decisão de compra do consumidor universitário da cidade do Cabo de Santo Agostinho, ressalvando que estudar o comportamento do consumidor universitário numa tomada de decisão é um tema de complexidade, sendo que cada consumidor tem o seu perfil e motivações diferentes para efetuar uma compra.

Com toda a evolução tecnológica, percebeu-se a necessidade de estudar a influência que os consumidores sofrem em relação ao poder decisório de compra na internet, principalmente o público universitário, formado por jovens conectados nesse meio, que utilizam a mesma para expressar suas ideias e opiniões. Deste modo, as empresas precisam ficar sempre atentas para as reais necessidades dos consumidores, buscando sempre inovar, encantar e fidelizar clientes através da utilização das ferramentas de estratégias do marketing como um diferencial competitivo, possibilitando alcançar os objetivos organizacionais, visto que muitos consumidores estão tomando suas decisões de compra através das informações e opiniões que são expostos nas redes sociais.

CONCEITOS E FERRAMENTAS DO MARKETING

De acordo com Cobra (2009) o Marketing surgiu nos EUA na década de 1940, até então visto como uma ação no mercado tendo como sua base a troca e a maximização do consumo, por meio de atividades comerciais. No entanto, percebe-se que a definição de marketing vem evoluindo, mudando seu contexto ao longo dos tempos. O referido autor acrescenta ainda que o marketing tem como essência o processo de trocas de produtos ou serviços, pelo qual duas ou mais pessoas ofertam algo de valor com o intuito de atingir seus objetivos, que é a satisfação das necessidades e desejos dos consumidores e das organizações.

Kotler (2007) menciona também que o marketing pode ter uma definição social e gerencial, sendo que na definição social ocorre por meio de um método social pelo qual as necessidades e desejos de duas partes possam ser satisfeitos, tendo seu valor agregado através da livre troca e concepção de oferta entre as partes envolvidas. Já na definição gerencial, o mesmo cita que “o papel do marketing é tornar a venda supérflua. Sua meta é conhecer e

compreender tão bem o cliente que o produto ou o serviço se adapte a ele e se venda por si mesmo". (KOTLER 2007, p. 6).

Cabe ressaltar que a definição de marketing pode ser um pouco complexa, pois cada autor observa o marketing por um ângulo, porém não discordando quando menciona que o conceito do marketing tem como uma das suas essências satisfazer as necessidades e desejos do cliente e entender o que o público-alvo deseja. Percebe-se através das práticas ou técnicas do marketing que as necessidades dos clientes precisam ser supridas, seja por meio da venda, grau de contentamento, ou verificando novas tendências de mercado, mas sempre em busca de novas informações e inovações que ajude a alcançar seus objetivos. As empresas, devido ao mercado concorrente, têm que enxergar os desejos e necessidades de seus consumidores sem medir esforços para atendê-los e fornecer produtos que eles desejam, tornando assim uma vantagem competitiva diante das concorrentes, já que um cliente satisfeito e encantado se tornará um cliente fiel. Diante dessa situação, Cobra (2009, p. 4), afirma que o marketing "passou a ser entendido como uma função empresarial que cria valor para o cliente e gera vantagem competitiva duradoura para a empresa por meio da gestão estratégica do composto de marketing".

Ainda sobre o referido autor, o composto do marketing é utilizado pelas empresas para criar valor com os clientes através de quatro ferramentas, também conhecida como "quatro Ps" ou "marketing mix", que é composto por meio dessas quatro variáveis: produto, preço, promoção e ponto de distribuição. Tavares (2013, p. 19) menciona sobre um deste composto:

> O produto é utilizado para atender a demanda de mercado envolvendo qualidade, diferenciação, marca etc. O preço parte da composição do produto, porém, há necessidade de se identificar um meio eficaz para distribuí-lo. É necessário que se tenha uma forma de divulgação destes, tendo uma conscientização de sua existência por partes dos consumidores. (TAVARES, 2013, p. 407-408).

De forma geral, percebe-se que o marketing tem como função satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores. Para a organização, um dos principais objetivos é alcançar os níveis de satisfação dos clientes por meio de comercialização e com o auxílio das ferramentas do marketing, assim o objetivo alcançado ocasionará impactos positivos nas receitas, lembrando-se da necessidade de uma utilização estratégica de marketing adequada para que os mesmos sejam obtidos.

Poser (2010) argumenta ainda que as empresas têm que usar o marketing como uma ferramenta de relacionamento sólida e fiel com os clientes onde estes não buscam somente realizar uma compra, mas também a realização de um sonho. Las Casas (2012) vem aprofundar ainda mais essa ferramenta de relacionamento que também é conhecida como

Marketing de relacionamento, afirmando que a mesma é baseada em qualquer ação do marketing dedicado a conservar um cliente em condições pós-venda, preocupado com as suas necessidades, fazendo sempre o melhor para fidelizar e manter um relacionamento estável e duradouro.

Como se percebe, as empresas necessitam satisfazer os desejos dos consumidores, fornecendo aos seus clientes os produtos ou serviços que desejam, de forma a encantar e fidelizar os mesmos, visando alcançar os objetivos das empresas através de relacionamentos concretos. Consequentemente isso impactará no aumento das receitas. As empresas, diante de tantas mudanças que ocorrem no mercado, tem como peça-chave construir uma satisfação com os clientes através da qualidade e oferta de produtos ou serviços que acrescente valor, se tornando assim um diferencial competitivo das demais, visto que um elevado grau de satisfação e encanto cria uma relação e afinidade resultando na lealdade e preferência do consumidor, tendo em vista que os clientes não buscam somente um preço acessível, mas também qualidade, produtos atraentes e criativos com mais opções de modelos que agreguem valor no produto.

MARKETING DIGITAL E SUAS ESTRATÉGIAS

O marketing surgiu há décadas atrás, sendo bem diferente do que conhecemos hoje em dia. No entanto, com o advento da era tecnológica, apareceram novas tendências para o marketing e que, com o adjunto da tecnologia, originou o marketing digital, utilizando a internet como meio de comunicação, propaganda, publicidade entres outras estratégias de marketing.

Através da internet pessoas e empresas estão ligadas de forma global. Finkelstein (2011, p. 19) define internet como “um conjunto de incontáveis redes de computadores que servem a milhões de pessoas em todo o mundo. Ela parece ter se consolidado com uma estrutura básica mundial que assegura a veiculação permanente da comunicação”. O autor ainda mostra o que leva os usuários a utilizarem essa ferramenta mencionando que é a motivação desde a comunicação pessoal para sua diversão em sites de relacionamentos ou a realização de seus negócios, compartilhando informações e serviços para seus clientes.

Limeira (2010, p. 10) define marketing digital ou e-marketing como sendo “o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo de informação recebida”. O marketing digital tem sido um grande aliado das empresas, já que a internet é utilizada como uma ferramenta de diálogo

entre organizações e consumidores, tornando-se assim um diferencial competitivo. Esta é uma forma das empresas se fazerem presentes nos negócios, focando a utilização das mídias sociais para estabelecer um contato direto e transparente com os clientes, com o intuito de conhecer e se aproximar do seu público-alvo, mantendo-se a frente das concorrentes, tornando assim um diferencial competitivo.

Limeira (2010), diante desse contexto, cita que há uma grande probabilidade das empresas adotarem o marketing digital como uma tática competitiva, consagrando o mesmo como uma oportunidade de negócio e, consequentemente, uma vantagem competitiva para ganhar e manter clientes através do grande avanço tecnológico da informação, comunicação e principalmente da internet.

Kotler (2007, p. 26) destaca que customização "significa que a empresa é capaz de oferecer produtos, serviços, preços e canais diferenciados para cada cliente em uma base individual". O mesmo afirma que as empresas on-line permitem que seus consumidores customizem e definem seus produtos, tendo uma maior interação, proporcionando assim através do marketing digital um envolvimento eficaz com os consumidores.

Entende-se que com o aparecimento da internet e o surgimento do marketing digital, o ambiente organizacional tem passado por intensas mudanças devido à tecnologia da informação. As empresas precisam se preparar, pois os clientes estão utilizando essa ferramenta para se comunicar com outros usuários para obter informações sobre os serviços prestados, verificar comentários sobre marcas, produtos, sendo um canal de troca de consumidor para consumidor através do marketing digital, de maneira mais rápida e precisa, de tempo e espaço, com custos reduzidos e customização ao alcance dos clientes.

Las Casas (2012, p. 336) afirma que os benefícios proporcionados pelo crescimento do marketing através da internet são: "[...] conforto, rapidez, custos mais baixos, informações, relacionamento "mais próximos" e ainda a possibilidade de coletar dados com detalhamento maior". O marketing digital ou e-marketing pode ser entendido como empenho das empresas para promover, informar, comunicar e vender para seus consumidores os seus produtos através da internet, de forma geral ou segmentada, tornando possível a personalização das ofertas com baixo custo.

O conceito de valor para o cliente tem sido considerado um dos fatores mais importantes no sucesso de uma organização e tem sido citado como uma importante fonte de vantagem competitiva para empresa.

INTERNET E REDES SOCIAIS

Há um grande crescimento tecnológico ocorrendo no mundo nos últimos anos. A esse respeito Cobra (2009) cita que:

> Vivemos na era chamada por muitos de Revolução da Informação ou Revolução da Tecnologia, [...] O principal direcionador do crescimento da economia digital tem sido a internet, A internet está se tornando não apenas um mercado global, também significando um meio de comunicação e distribuição de informação mais eficiente e com as maiores audiências. (COBRA, 2009, p. 407-408).

O mesmo afirma que a internet, com o passar do tempo, está se tornando a principal mídia, estando presente em nossas vidas não só no nosso cotidiano, mas também no mundo dos negócios. De acordo com Limeira (2010), a internet é:

> derivada da junção de duas palavras em inglês: interconnected network, que significa rede interconectada e designa a rede mundial pública de computadores, interligados por cabos ou tecnologias sem fios (wireless). Por meio dessa rede, são transmitidas informações, como textos, sons e imagens, para qualquer computador que esteja conectado à rede. Devido às suas características, a internet tornou-se a primeira mídia em massa a qual permite interação entre pessoas, clientes e empresas a baixo custo e à velocidade da luz. (LIMEIRA, 2010, p. 13).

O uso da internet cresce de forma rápida, oferecendo diferentes tipos de serviços disponíveis na mesma. Através dela as empresas podem diferenciar seus negócios, mantendo relacionamentos próximo com clientes, por meio das atividades que o marketing disponibiliza, originando um relacionamento entre empresas e consumidores, motivando maior satisfação dos clientes impactando nas receitas da organização.

Conforme Las Casas (2014, p. 41), “mídia social é aquela utilizada pelas pessoas por meio de tecnologias e políticas na web com fins de compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas”.

As principais plataformas colaborativas das mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram, dentre outros) são onde as empresas podem procurar meios de divulgar seus produtos ou serviços, utilizando a técnica do marketing que mais combine ao seu público-alvo, mantendo um relacionamento próximo com seus clientes. O mesmo ainda ressalta que a influência maior acontece através de amigos em comum que utilizam a mesma para postar ou comunicar sua satisfação após uma compra, passando assim uma imagem e lembrança positiva da empresa ou marca.

Christopoulos (2014, p.75) diz que essas novas plataformas tecnológicas “permitem alcançar um dos grandes objetivos do marketing, que é a melhor compreensão dos usuários e de cada segmento de produtos e serviços e venda baseada em uma segmentação mais refinada”. A autora menciona ainda que essa interação aproxima as empresas e suas marcas

dos consumidores, por meio do qual os usuários pertencentes a essas redes sociais conduzirão discussões e tomada de decisões de consumo baseado nas recomendações feitas por seus amigos e contatos daquela plataforma, analisando que as lojas e redes sociais estão se tornando parceiras e deixando de ser concorrente, sendo cada vez maior a tomada de decisão de compra acontecer várias etapas, envolvendo a internet, o celular, redes sociais e lojas físicas. (GRANDINETTI, 2012).

Destaca-se que a empresa que utilizar dessa ferramenta para fins comerciais terá uma maior possibilidade de aumentar suas vendas, já que seus seguidores estarão sempre em busca de novidade, novas imagens que despertem o desejo de conhecer os produtos ou serviços prestados e, posteriormente, o desejo de aquisição. Diante deste contexto, Tavares (2013) menciona que:

> Entender como o consumidor é influenciado na compra não é tarefa simples, mas essencial quando se inicia o processo mercadológico, em que se procura estudar o porquê da compra, como e quando o cliente vai optar em adquirir seus produtos e serviços. (TAVARES, 2013, p. 19).

Segundo Kotler (2007), o comportamento do consumidor é influenciado por quatro tipos de fatores: culturais (cultura, subcultura e classe social), sociais (grupos de referência, família e status/papel social), pessoais (ideia, estágio no ciclo de vida, ocupação, circunstância econômicas, estilo de vida, personalidade e autoimagem) e psicológicos (motivação, percepção, aprendizagem e crença/atitude), sendo que os fatores culturais têm um poder de influência mais amplo e intenso sobre o comportamento do consumidor.

Las Casas (2012) cita ser essencial que os profissionais de marketing compreendam o consumidor, desenvolvendo produtos ou serviços que atendam as suas necessidades e desejos, colaborando positivamente para o sucesso do negócio, identificando os fatores que afetam no comportamento do consumidor, resultando na decisão de compra, já que o mesmo possui uma ampla escolha de lojas, marcas e meios para efetuar uma compra.

Tavares (2013) ressalva que os consumidores antes de sua tomada de decisão são influenciados por vários fatores diante de várias características, considerando a diferença entre desejo e necessidade. A empresa que conseguir atrair consumidores, satisfazendo suas necessidades, apresentará impactos significantes em suas vendas, além de aumentar sua lucratividade.

Conforme Giglio (2010), a internet está mudando o comportamento do consumidor, pois os mesmos preferem utilizar essa ferramenta para efetuar sua compra, considerando-a rápida e segura, destacando que a praticidade e a agilidade são os pontos positivos que levam os clientes online a aderir a essa nova ferramenta, influenciando diretamente na tomada de

decisão de compra. O autor destaca que “a internet oferece a segurança do encapsulamento e do anonimato, tendo como enorme vantagem a possibilidade de estar em contato com o mundo inteiro sem colocar os pés para fora de casa.” (GIGLIO, 2010, p. 185).

METODOLOGIA

O objeto de estudo deste artigo consiste no poder de influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor. O objetivo é identificar e analisar o grau de influência do uso das redes sociais no processo de decisão de compra do consumidor universitário.

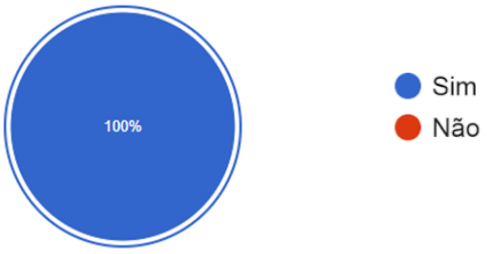
A pesquisa de campo foi realizada na Faculdade Maurício de Nassau, no Cabo de Santo Agostinho-PE, localizada no Endereço: Estrada de Pirapama, 87, Cabo de Santo Agostinho[3]. O universo da pesquisa foi composto por estudantes do curso de administração e marketing dos 5° e 6° períodos (turmas manhã e noite), tendo como amostra 30% (trinta por cento) do total dos alunos. Universo: 40 estudantes. Amostra: 12 estudantes. O desenvolvimento dessa pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliográfica e de campo;
b) Quanto à finalidade: Aplicada;
c) Quanto ao método de análise: Propositiva;
d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

Na pesquisa de campo foi utilizada como instrumento um questionário com 12 perguntas fechadas, realizado de 04 a 08 de abril de 2022. O questionário encontra-se no apêndice deste artigo.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

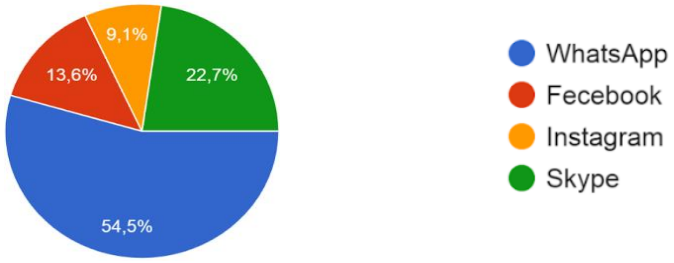
1. O marketing é uma ferramenta influenciadora?



[3] Faculdade Mauricio de Nassau Cabo de Santo Agostinho - PE, localizada no Endereço: Estrada de Pirapama, 87, Cabo de Santo Agostinho. Ministra cursos de graduação, pós-graduação, sequencial e extensão e cursos técnicos, na modalidade presencial, semipresencial e a distância. Estarão assegurados, nos cursos da Instituição, os requisitos de acessibilidade para pessoas portadoras de deficiência, conforme determina a Portaria MEC no 3.284/2003 e o Decreto no 5.296, de 02/12/2004.

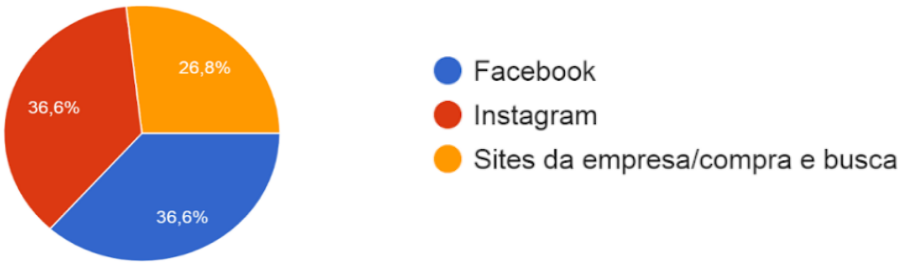
Ao analisar os dados, 100% afirmaram que sim, ficando claro que o marketing tem grande poder de influência na vida dos consumidores. Nessa mesma perspectiva, Karsaklian (2013) vem acrescentar que motivar o consumidor é uma boa estratégia, especialmente no quesito propaganda.

2. O uso da internet cresce de forma rápida, oferecendo diferentes tipos de serviços para as organizações. Hoje, qual é o aplicativo mais utilizado nas organizações no meio de comunicação?



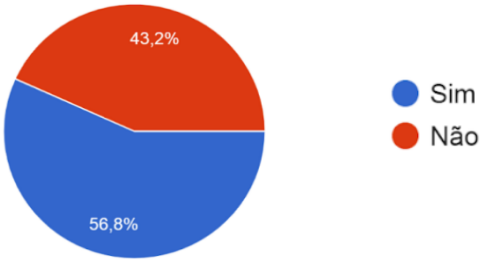
Como citado por Las Casas (2014), o Facebook, Instagram e o Twitter são as principais plataformas de comunicação. Indo no sentido contrário do autor 54,5% dos entrevistados escolheram o aplicativo WhatsApp.

3. Quais as Redes Sociais mais utilizadas no processo decisório de compra?



As redes sociais mais utilizadas mostram o Facebook e o Instagram, contendo 36,6%, cada. Cobra (2009) afirma que as redes sociais se tornaram mais que um meio de comunicação entre as pessoas, mas também uma ferramenta de comunicação e relacionamento entre consumidores e organizações numa afirmativa compatível com a realidade de campo.

4. As empresas deveriam investir mais nos serviços nas redes sociais?

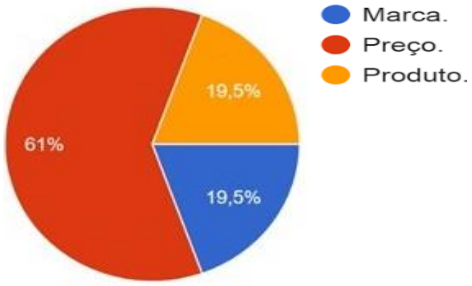


56,8% dos participantes acreditam que as empresas deveriam investir mais nas redes sociais. Karsanklian (2013) menciona que motivar o consumidor é uma boa estratégia mercadológica, especialmente no quesito propaganda.

5. O marketing digital é composto por qual dessas variáveis?

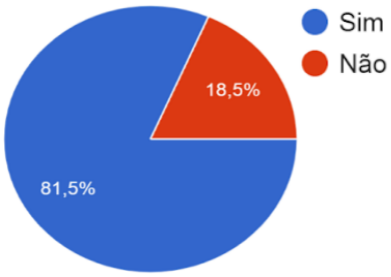
Ao analisar os dados de campo 47,2% dos entrevistados afirmaram os preços. Tavares (2013) ressalva que os consumidores antes de sua tomada de decisão são influenciados por vários fatores diante de várias características, considerando a diferença entre desejo e necessidade.

6. Qual desses produtos é utilizado para atender a demanda de mercado envolvendo diferenciação?



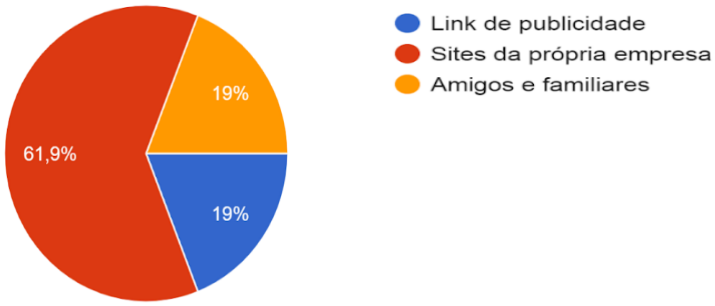
Os dados obtidos em campo mostram que 61% dos respondentes afirmam que o preço faz a diferença. Para Tavares (2013, p. 407-408) "[...] O preço faz parte da composição do produto, porém, há necessidade de identificar um meio eficaz para distribuí-lo".

7. Você segue ou curte marcas nas redes sociais?



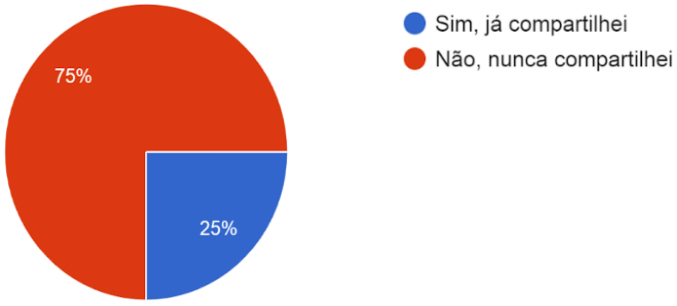
Foi verificado que 81,5% da totalidade dos indagados responderam que têm o hábito de seguir as empresas. Las Casas (2012) destaca que os consumidores têm várias opções no mercado e cabe às empresas ficarem atentas e fornecerem motivos para atrair e manter seus clientes.

8. Quais os meios utilizados para obter informações relativas às empresas através das redes sociais?



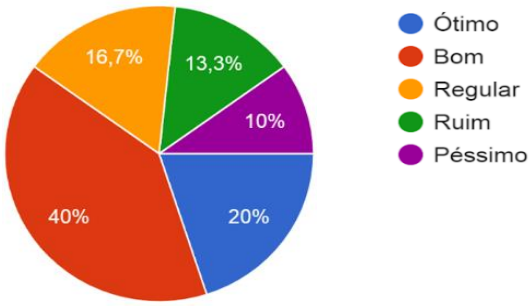
61,9% indicaram que são através dos sites da própria empresa que os usuários obtêm mais informações. Grandinetti (2012) afirma que através das redes sociais os usuários além de postar, compartilhar e expressar seus sentimentos permite também acesso aos conteúdos publicados por amigos, familiares e até mesmo empresas.

9. Compartilhamento de informações sobre satisfação ou insatisfação



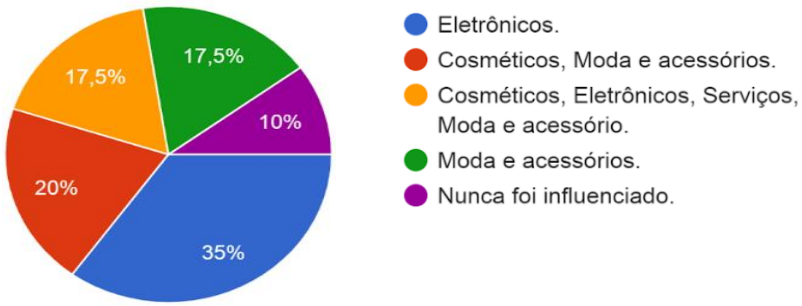
Ao analisar os dados, percebe-se que 75% dos respondentes afirmaram que não compartilham. Diante dessa análise, os consumidores abordados não têm hábito de manifestar em suas redes sociais sua satisfação ou insatisfação após a efetivação de uma compra. Entender como o consumidor é influenciado na compra não é tarefa simples, mas essencial quando se inicia o processo mercadológico em que se procura estudar o porquê da compra, como e quando o cliente vai optar em adquirir seus produtos e serviços. (TAVARES, 2013, p. 19).

10. Avaliação sobre o marketing utilizado nas redes sociais



Os dados apontam que 40% dos respondentes avaliaram o marketing nas redes sociais como bom; 20% consideram como ótimo, sendo um ponto positivo para as empresas. Embora a soma dos dois chegue a 60% de satisfação, não se pode deixar de observar os 40% da amostra que os classificaram como ruin.

11. Qual produto já se interessou ou comprou por influência das redes sociais?



O resultado aponta os eletrônicos com 35% dos respondentes. Para Christopoulos (2014, p.75) essas novas plataformas tecnológicas “permitem alcançar um dos grandes objetivos do marketing, que é a melhor compreensão dos usuários e de cada segmento de produtos e serviços”.

12. Críticas ou sugestões para as empresas na utilização do marketing nas rede sociais?

Verificou-se que 23,5% dos entrevistados opinaram em "melhor divulgação dos produtos/preços". A surpresa ficou no quesito obtido nas pessoas que não opinaram ou comentaram que não tinham nada a declarar, chegando a 34,7%. Tavares (2013) ressalva que os consumidores antes de sua tomada de decisão são influenciados por vários fatores diante de várias características, considerando a diferença entre desejo e necessidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa de campo, aplicada em uma instituição de ensino, localizada no Cabo de Santo Agostinho em 2022, foi possível demonstrar a importância do grau de influência das redes sociais na decisão de compra dos consumidores. Buscou-se também identificar de que forma as redes sociais têm influência no processo decisório de compra, e quais redes sociais possuem maior poder de persuasão na tomada de decisão, já que a chegada da internet junto com a utilização das redes sociais facilitou a comunicação e interação entre empresas e clientes.

Ao analisar os dados obtidos foram constatados que o marketing, através das redes sociais, possui influência no poder decisório de compra, uma vez que está inserido no cotidiano da população e que através dessas plataformas (Fecebook, Instagram, WhatsApp) os usuários estabelecem uma comunicação e interação maior com as organizações, sendo a forma mais rápida e segura para manter contatos com seu público, já que as pessoas utilizam essas redes para interagir com familiares, amigos e buscar informações sobre marcas e serviços que as empresas oferecem, se tornando cada vez mais essencial na tomada de decisão do consumidor.

Portanto, conclui-se que as redes sociais têm poder de influência na tomada de decisão de compra, em que os consumidores utilizam os recursos oferecidos para auxiliar no seu processo decisório. Recomenda-se que as empresas verifiquem as formas como os feedback

são obtidos, para que os pontos negativos sejam corrigidos e que os objetivos do marketing que é atender as necessidades e desejos dos clientes sejam sempre alcançados.

REFERÊNCIAS

ARIMA, Kátia: MORAES, Maurício. **O Futuro da web está no Facebook? Info Exame**, São Paulo: Abril, Fevereiro de 2011.

CHRISTOPOULOS, Tania. **Sobre uma bancada com 5 metros de extensão uma impressora 3D, cabos emaranhados, placas de circuitos eletrônicos e óculos de realidade virtual. Info Exame.** São Paulo: Abril, 2014.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

E. LIFE- Instituto de pesquisa. **As redes sociais em números. Info Exame**, São Paulo: Abril, 2011.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis. **Direito do comercio eletrônico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na internet**. Rio de Janeiro: Braspost, 2010.

GRANDINETTI, Ricardo. **Um paletó da última coleção Armani custa 5.305 reais no site oficial da grife Italiana. Info Exame**, São Paulo: Abril, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. **Marketing Essencial**: conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: Prenticel Hall, 2007.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Cocriação de valor**: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. São Paulo: Atlas, 2014.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing**: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2012.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

POSER, Denise Von. **Marketing de relacionamento**: maior lucratividade para empresas. São Paulo: Manole, 2010.

TAVARES, Cristiano Viana Cavalcante Castellão. **Marketing na região do cariri**: melhores marcas, merchandising, satisfação e comportamento do consumidor. Curitiba: CRV, 2013.

APÊNDICE A – Questionário utilizado na pesquisa de campo

Este questionário tem por finalidade analisar o grau de influência do uso das redes sociais no processo de decisão de compra do consumidor, classifica-se como exploratório com levantamento de dados secundários através da leitura de livros e artigos sobre a temática em estudo, a fim de descrever os assuntos abordados.

1. O marketing é uma ferramenta influenciadora?
   A) ( ) Sim.
   B) ( ) Não.

2. O uso da internet cresce de forma rápida, oferecendo diferentes tipos de serviços para as organizações, hoje qual é o aplicativo mais utilizado nas organizações no meio de comunicação?
   A) ( ) WhatsApp.
   B) ( ) Fecebook.
   C) ( ) Skype.
   D) ( ) Instagram.

3. Redes sociais mais utilizada no processo decisório de compra?
   B) ( ) Fecebook.
   C) ( ) Instagram.
   D) ( ) Sites da empresa/ compra e busca.

4. As empresas deveriam investir mais nos serviços de sua empresa nas redes sociais?
   A) ( ) Sim.
   B) ( ) Não.

5. O marketing digital é composto por meio dessas variáveis, quais são elas?
   A) ( ) Produtos, preços.
   B) ( ) Ponto de distribuição, promoções, produtos, preços.
   C) ( ) Promoções, produtos, preços.

6. Qual desses produtos é utilizado para atender a demanda de mercado envolvendo diferenciação?
   A) ( ) Marca.
   B) ( ) Preço.
   C) ( ) Produto.

7. Segue ou Curti marcas nas redes sociais?
   A) ( ) Sim.
   B) ( ) Não.

8. Quais os Meios utilizados para obter informações relativas às empresas através das redes sociais?
   A) ( ) Link de publicidade.

B) ( ) Sites da própria empresa.
C) ( ) Amigos e familiares.

9. Compartilhamento de informações sobre satisfação ou insatisfação?
A) ( ) Sim, já compartilhei.
B) ( ) Não, nunca compartilhei.

10. Avaliação sobre o marketing utilizado nas redes sociais?
A) ( ) Ótimo.
B) ( ) Bom.
C) ( ) Regular.
D) ( ) Ruim.
E) ( ) Péssimo.

11. Qual produto já se interessou ou comprou por influência das redes sociais?
A) ( ) Eletrônicos.
B) ( ) Cosméticos, Moda e acessórios.
C) ( ) Cosméticos, Eletrônicos, Serviços, Moda e acessório.
D) ( ) Moda e acessórios.
E) ( ) Nunca foi influenciado.

12. Críticas ou sugestões para as empresas na utilização do marketing nas redes sociais?
A) ( ) Melhor divulgação dos produtos/preços.
B) ( ) Mais promoções.
C) ( ) Oferecer mais propagandas criativas e inovadoras.
D) ( ) Cumprir com seu prazo de entregas.
E) ( ) Manter sites atualizados.
F) ( ) Nada a declarar/ Não opinaram.

MUNDO PET: OPORTUNIDADES E DESAFIOS NA CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES E CONSUMIDORES EM TEMPOS DE PANDEMIA

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p14

Arandi Maciel Campelo[1]
Claudiana Pereira da Silva[2]
Eric da Silva Cavalcanti[3]
Thiago Nunes Brandão[4]

RESUMO

Este artigo trata das mudanças e da solidificação que o mercado pet vem apresentando no Brasil, no período de pandemia. A pesquisa de campo foi realizada no Pet Shop Pata Minha. O estudo teve como objetivo identificar como o mercado consegue manter-se em crescimento nesse período, como são os relacionamentos entre donos e seus pets e quais são as consequências deste relacionamento. Os resultados obtidos foram analisados a partir de referenciais teóricos e das informações do Instituto Brasil (2020, 2021) e Inserra Uol (2021). O levantamento e a análise dos dados de campo foram realizados por meio da pesquisa qualitativa, utilizando como ferramenta um questionário fechado, aplicado em 2022. Responderam ao questionário 15 (quinze) clientes do Pet Shop Pata Minha. O estudo revelou que o pet ajudou na harmonia do lar nesse período, aumentando a adoção e, consequentemente, a procura por produtos e serviços correlatos.

Palavras-chave: Oportunidades e desafios no mundo Pet. Captação de clientes e consumidores. Fidelização de clientes e consumidores.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

This article deals with the changes and solidification that the pet market has been presenting in Brazil, during the pandemic period. The field research was carried out at the Pet Shop Pata Minha. The study aimed to identify how the market manages to keep growing during this period, how are the relationships between owners and pet and what are the consequences of this relationship. The results obtained were analyzed based on theoretical references and information from Instituto Brasil (2020, 2021) and Inserra Uol (2021). The survey and analysis of field data were carried out through qualitative research, using a closed questionnaire as a tool, applied in 2022. Fifteen (15) customers of Pet Shop Pata Minha

[1]Orientador: Doutor em Educação/Brasil; Administrador/Brasil; Mestre em Planificación y Gestion Organizacional - Madrid/España; Mestre em Dirección y Organización de Hospitales y Servicios de Salud - Valencia/España; Consultor em Sistemas Organizacionais, desde 1984; Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade Metropolitana da Grande Recife. E-mail: arandimcampelo@gmail.com
[22]Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: claudiana0804@gmail.com
[3]Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: ericsilva4106@hotmail.com
[4]Estudante do curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: thiagonbrandao@hotmail.com

responded to the questionnaire. The study revealed that the pet helped in the harmony of the home during this period, increasing adoption and, consequently, the demand for related products and services.

Keywords: Opportunities and challenges in the pet world. Attracting customers and consumers. Customer and consumer loyalty.

INTRODUÇÃO

A pesquisa que subsidiou a construção do artigo foi realizada no Pet Shop Pata Minha, uma instituição de pequeno porte situada na cidade de Jaboatão dos Guararapes. Com o tema escolhido, o artigo tem como objetivo contribuir para o aprofundamento dos conhecimentos sobre o mundo pet e sua racional exploração no mercado, junto a clientes e consumidores.

EVOLUÇÃO DO MUNDO PET

O mercado pet é um segmento que vem a cada dia crescendo no mundo e, consequentemente, no Brasil não está sendo diferente, resistindo a todos os obstáculos que a pandemia deixou.

Para o Instituto Pet Brasil (2020) o segmento obteve um crescimento de 13,5% em 2020, em comparação a 2019. Apesar de seu crescimento contínuo, algo que ajudou muito esse crescimento foi que o setor se enquadrou como essencial durante a pandemia, mantendo suas clínicas veterinárias e suas lojas físicas abertas, seguindo todos os protocolos estabelecidos pelos seus estados, como também obteve um aumento nas vendas on-line. Mesmo com todo impacto econômico que a pandemia vem trazendo, o mercado pet está totalmente em crescimento. Os especialistas afirmam que a pandemia não irá ofuscar o futuro desse mercado, onde se tem uma expectativa de crescimento na casa dos 87% até 2026, acreditando que após o fim de todo isolamento não irá retroceder todo consumo, mas, o favorecimento de serviços e outras atividades.

Durante o período de pandemia houve um aumento de tutores, nas adoções de gatos e cachorros, assim incidindo para a expansão do mercado. Inserra (UOL, 2021), dona de um abrigo em São Paulo, obteve um aumento de 300% nas adoções, chegando a ter 15 adoções por dia.

Para o Euromonitor Iternacional (2021), o mercado brasileiro deve subir um degrau, consolidando como o sexto maior mercado de pet do mundo, onde o Brasil já é o segundo mercado mundial de alimentos para cães e o terceiro em alimentos para pets.

Diante de todo o contexto da pandemia, o mundo pet conseguiu manter-se reinando no mercado brasileiro em meio ao novo coronavírus, mesmo com toda crise econômica que o país enfrenta, tanto como na turbulência política, mostrando que o crescimento desse mercado, para os especialistas, se tornou um caminho sem volta e sempre crescente.

Um dos fatores de crescimento durante a pandemia se deve ao isolamento social, onde a partir disso, as pessoas passaram mais tempo em suas residências. Em cima desse contexto familiar, passou-se a enxergar a necessidade de adoção de um pet, assim potencializando o mercado de adoção/compra, e considerando o pet adotado/comprado como o mais novo membro da família. Com esse aumento de adoções, consequentemente, veio o aumento de consultas/vacinas, produtos e serviços, fazendo com que o setor tivesse um ganho considerável, gerando mais postos de trabalho, criando oportunidades de empregos e fomentando cada vez mais as empresas desse setor, direta e indiretamente. Diante da pandemia, em que muitos setores fecharam suas portas, o mercado pet mostra justamente o contrário desse cenário.

Marraccini (2021), presidente executivo do Instituto Pet Brasil, perante o distanciamento social, afirma que as famílias brasileiras passaram a dar mais atenção a seus pets, aproximando-os do meio familiar.

Zimerman (2021) mostra que a partir do aumento de arrecadações de pets, dispararam as compras de petiscos e brinquedos, além de produtos de limpeza e higiene. Até por conta das pessoas que não teriam condições de levar seus pets para tomar banho em pet shop, passaram a dar banhos nos seus animais em suas residências.

Para Rosa (2021), uma vantagem de manter esse mercado de pets aquecido foi devido ao grande investimento em marketing, caracterizado pelos avanços tecnológicos, reduzindo as distâncias geográficas. Pessoas que tinham o costume de executar a compra de forma presencial, passou a realizar seus pedidos on-line, adaptando seus clientes no período de isolamento a acostumar-se a novos hábitos, mostrando a segurança desse processo. O bom trabalho das empresas, demonstrando a confiabilidade desse processo de compra on-line, trouxe uma garantia de lealdade dos consumidores como clientes assinantes, obtendo um desconto maior, frete grátis, e entrega dos produtos o mais rápido possível. Tudo feito para o cliente se sentir à vontade com a compra, até mesmo para indicação de novos clientes, além das marcações em suas redes sociais, onde já viabilizam para que outras pessoas visem o produto/empresa, tornando o alcance das pessoas cada vez maior.

Diante de todo cenário e dificuldades que a pandemia trouxe, é perceptivo que muitas empresas não ficaram de braços cruzados. Arregaçaram as mangas e foram à luta, procurando

sempre a aproximação de seus consumidores, prospectando novos clientes, apresentando novas possibilidades de compras, fazendo com que esse mercado sempre se mantenha aquecido.

CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES E CONSUMIDORES

Mesmo com todo o crescimento que o segmento pet vem obtendo nos últimos anos, com projeções de crescimento cada vez maior, a pandemia trouxe desafios e protocolos a serem seguidos e respeitados, novos hábitos, entre fornecedor, cliente e consumidor, na busca de que todas as partes continuassem em alta, tanto para o fornecedor, mantendo suas vendas no topo, como para seus clientes e consumidores, fazendo com que tivesse o serviço prestado da melhor forma e segura possível, mantendo sempre o setor em crescimento. Diante desse cenário, em que passou a envolver protocolos de convivências e restrições, a ponto de passar pelo *lockdown*, empresas que trabalham com vendas de artigos e rações para pet tiveram que trabalhar muito sua logística com seus fornecedores e seus colaboradores.

O segmento de pet shop, que trabalha com serviços de banho, tosa, cirurgias, vendas de produtos e até hotelzinho, investiram muito no marketing, trabalhando muito suas redes sociais para que não caísse seu movimento. Para fidelizar seus clientes foram criadas promoções e até mesmo benefícios, como por exemplo, buscar o pet na residência, fazendo com que seus donos não precisassem sair e ter contato com outras pessoas. Outra forma que os estabelecimentos obtiveram para que suas vendas não caíssem foi oferecer banho grátis a quem adquirir certa vacina.

Muitos clientes se agradaram dos benefícios e repassaram para outras pessoas. O famoso “boca a boca” deu lugar às famosas trocas de mensagens pelo WhatsApp, gerando um alcance maior e obtendo uma gigantesca forma de divulgação, bem mais rápida, eficiente, atingindo um público maior, refletindo em aumento de novos clientes. (PORTAL, 2020).

Não se pode pensar que o mercado pet gira simplesmente em torno de casas de rações, pois este segmento cada vez mais vem se adaptando aos novos hábitos, novas realidades. Levando todo esse cenário em consideração, o mercado vem mudando seu comportamento habitual. Por exemplo, alguns shoppings que há pouco tempo só podiam transitar pessoas, com essa nova realidade de aumento do mundo pet passaram a permitir a entrada e circulação de animais, tendo em vista que muitas pessoas se sentem mais a vontade levando seu pet para que o mesmo não fique sozinho em casa.

Tudo isso virou um cadeia positiva, já que outros estabelecimentos viram essas oportunidades e começaram a se adaptar às novas tendências, como restaurantes que

permitem a entrada de pets e já possuem um cardápio para eles, fazendo com que seus donos enxergassem o lugar como um ambiente agradável e acolhedor. Na maioria das vezes ocorre que muitas pessoas que são donas de pets não saem de casa para fazer uma refeição ou se divertir porque não podem leva-los. (COSTA, 2021).

Outro setor que enxergou as vantagens de receber os pets foi a rede hoteleira. Hoje muitos hotéis e pousadas permitem a presença de animais junto a seus donos ou tutores. Para Accor (2021), a nova política de pets foi criada pensando nas famílias que agora poderão levar os bichinhos em suas viagens, sendo uma forma inteligente de captar e fidelizar clientes.

MUNDO PET E SEUS REFLEXOS NA ECONOMIA

Como citado anteriormente, o mundo pet vem crescendo num mercado cada vez mais atraente para novos investidores. O segmento pet vem na contramão de tempos difíceis, sendo um setor que cresceu e gerou oportunidades para que pequenos empreendedores entrassem no mercado, proporcionado reflexos positivos na economia, gerando maior arrecadação de impostos e assegurando empregos e novos empreendimentos por toda região. Para o Instituto Brasil Pet (2021), a maioria dos setores econômicos vem amargando perdas desde o início da pandemia, mas para o mercado pet tem sido um tempo de ganho, com um crescimento estimado de 13,5% em relação a 2019 cuja alta foi puxada pelo comércio de alimentos para animais e de produtos veterinários. O Brasil hoje é o terceiro país no ranking de faturamento no consumo de produtos pets.

Apesar dos grandes estabelecimentos terem uma grande carteira de clientes e aumentando cada vez mais, a oportunidade também chegou ao pequeno negócio no segmento de pets. Os pequenos empreendedores vislumbraram espaço para realizar investimentos em pequenas lojas de bairro, próximas às residências dos tutores. Enquanto que as grandes empresas levam umas duas horas para a entrega do produto ou até mesmo um dia, o pequeno empreendedor está próximo, fazendo com que o produto chegue mais rápido às residências dos clientes. Para Whow (2021), durante a pandemia, empreender representou uma grande oportunidade de negócio. Mesmo com toda essa concorrência, o setor pet só tem a ganhar. Os grandes estabelecimentos fornecem as mercadorias para os novos empreendedores, com isso têm que contratar novos empregados para dar conta da demanda de vendas de produtos e serviços. Tanto as grandes lojas como os pequenos empreendedores passaram a utilizar também o WhatsApp como uma ferramenta essencial para a efetuação dos pedidos e de comunicação com os clientes.

Na visão de Vázquez (2021), co-fundador e diretor comercial da Nuvem Shop, o e-commerce obteve uma aceleração histórica, fazendo com que a tendência de compra e venda pela internet, durante a pandemia, tivesse um crescimento positivo. No segmento pet muitas pessoas que não tinham o costume de comprar online, passaram a ter esse costume devido à pandemia. Para Bússola (2021), as vendas on-line de produtos pet triplicaram entre 2017 e 2020.

METODOLOGIA

O objeto de estudo desse artigo é formado pelo Mundo Pet, captação e fidelização de clientes e consumidores. O objetivo é compreender as principais características do segmento, as oportunidades e os desafios na captação e fidelização de clientes e consumidores em tempos de pandemia. A proposta consiste em:

a) Identificar as oportunidades dentro do mundo pet em tempos de pandemia;
b) Examinar os desafios dentro do mundo pet durante a pandemia;
c) Colaborar para a captação, fidelização de clientes e consumidores diante do cenário da pandemia, no mercado pet.

A pesquisa de campo foi realizada no Pet Shop Pata Minha[5], localizada na cidade de Jaboatão dos Guararapes, estado de Pernambuco.

O universo da pesquisa foi composto por 15 clientes da loja. O desenvolvimento da pesquisa teve os seguintes parâmetros:

a) Quanto à forma: Bibliográfica e de Campo;
b) Quanto à finalidade: Aplicada;
c) Quanto ao método de análise: Propositiva;
d) Quanto à abordagem: Qualitativa.

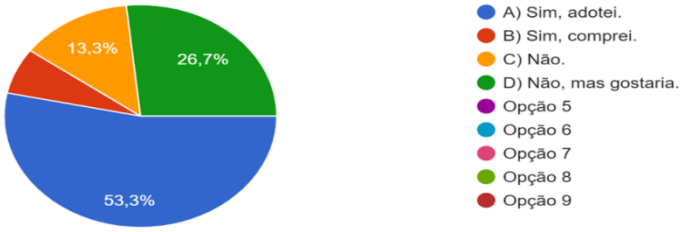
Na pesquisa de campo foi utilizado um questionário fechado, constante no apêndice deste artigo.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

[5] O pet shop Pata Minha é um estabelecimento comercial localizado na cidade de Jaboatão dos Guararapes – PE, no bairro de Piedade, com foco em vendas de produtos, prestações de serviços de banho, tosa e atendimento clinico veterinário (vacinas, cirurgias, dentre outros). Fundado desde 2015.

1. Você adotou ou comprou algum Pet no período da pandemia

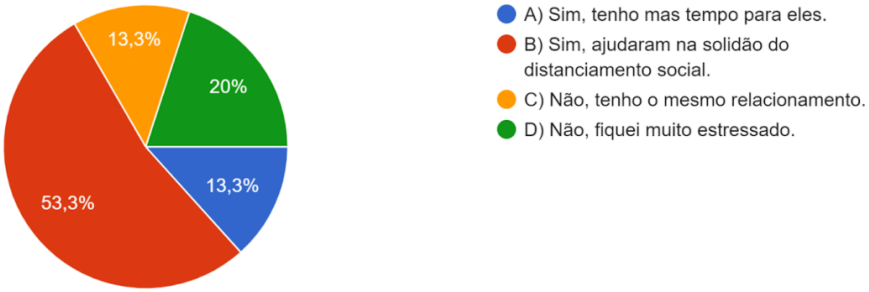
15 respostas



Inserra (UOL, 2021) dona de um abrigo em São Paulo, obteve um aumento de 300% nas adoções de pets no início da pandemia e a pesquisa mostra que 53,3% adotaram e 6,7% compraram animais, totalizando 60% de pets em novos lares. Esta relação deve-se ao fato da necessidade humana por companhia em tempo de pandemia.

2. O confinamento fez com que você se aproximasse do seu Pet.

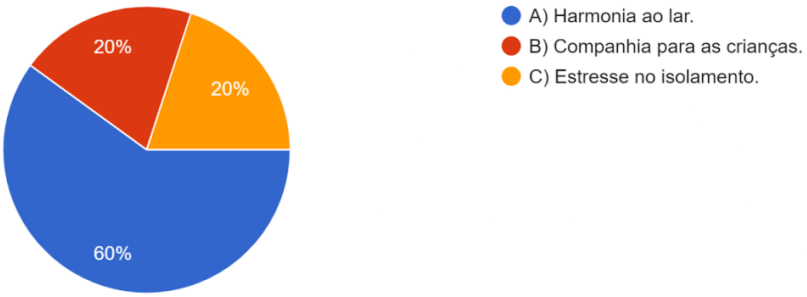
15 respostas



O distanciamento social trouxe uma aproximação no meio familiar, passando a dar mais atenção a seu pet. (MARRACCINI, 2021). Os dados mostram que 53,3% dos entrevistados consideram que os pets ajudaram neste momento de distanciamento social e 13,3% dizem ter mas tempo para seu pet, com 66,6% dos entrevistados confirmando sua aproximação com seu pet em tempo de pandemia.

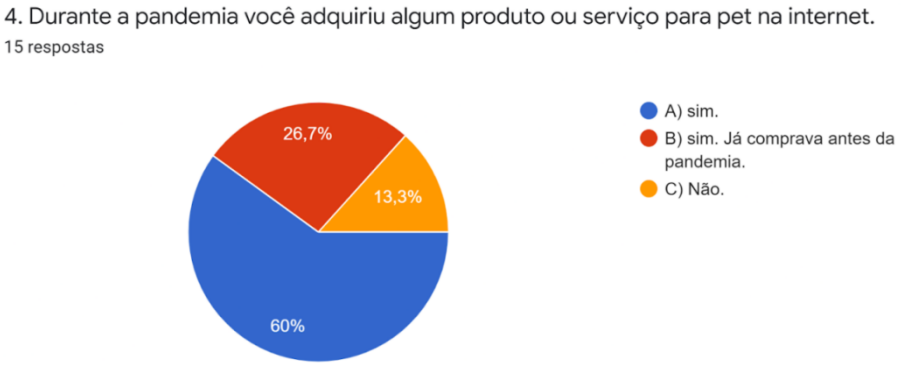
3. Em sua opinião, qual a principal consequência que o distanciamento social trouxe para as famílias que possuem pets.

15 respostas



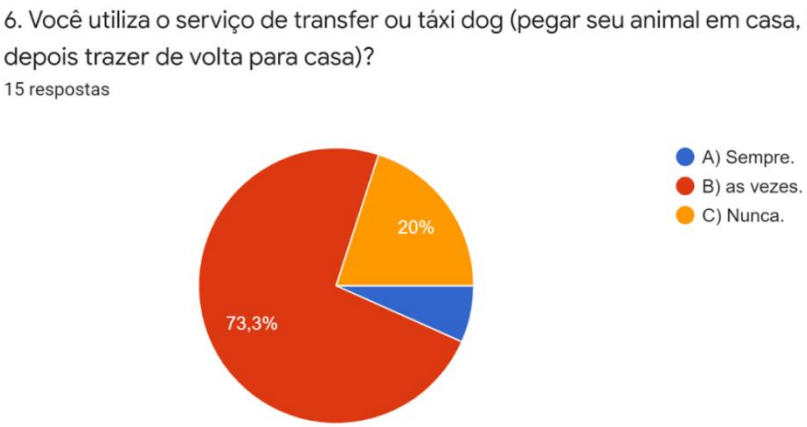
Maraccini (2021) citou a respeito da aproximação dos pets no meio familiar na pandemia. Para os investigados 60% responderam que o pet trouxe harmonia ao lar e, ainda,

20% afirmaram que o pet serviu de companhia para as crianças, totalizando 80% de aspectos positivos para a família, corroborando com a afirmativa do autor.



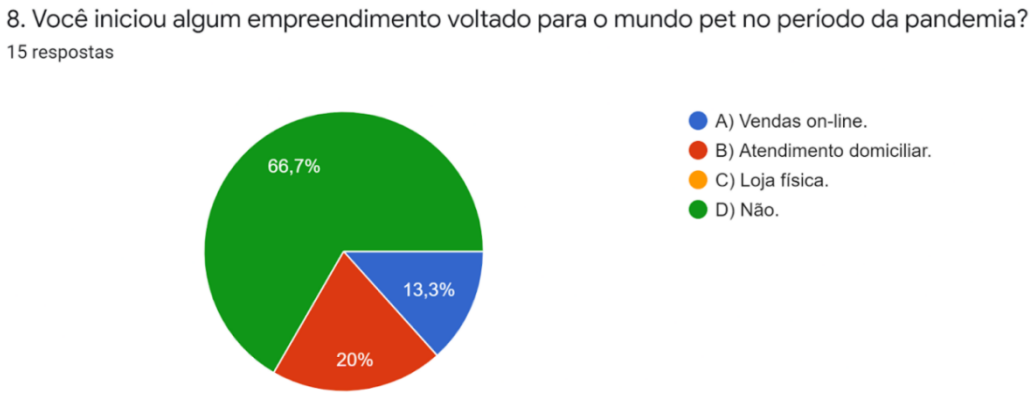
As vendas online de produtos pet triplicaram entre 2017 e 2020. Os dados mostram que 60% passaram a comprar pela internet na pandemia e que 26,7% já compravam antes, totalizando 86,7% de compras online.

O aplicativo de mensagens WhatsApp é uma das redes mais utilizadas para se manter conectados e informados, aproximando cada vez mais as pessoas (PORTAL, 2020). A pesquisa mostrou que 60% dos investigados não gostam de receber mensagens de promoções via WhatsApp. Isso mostra que mesmo que seja para economizar com produtos, os investigados não têm paciência para ficar recebendo promoções repetidas via aplicativo.



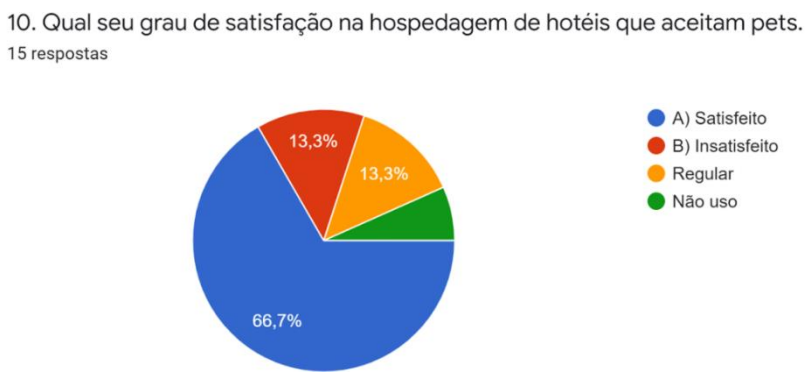
A pesquisa mostra que 73,3% dos entrevistados utilizam o serviço de transferência ou táxi dog às vezes, e 6,7% usam sempre, totalizando 80% dos clientes que se beneficiam com este diferencial do Pet shop Pata Minha.

O gráfico mostra que 80% dos entrevistados estão satisfeitos com os serviços. Essa aprovação é resultado do comprometimento da empresa com seu público, respeitando os protocolos e buscando inovar, melhorando a captação e fidelização dos seus clientes/consumidores.



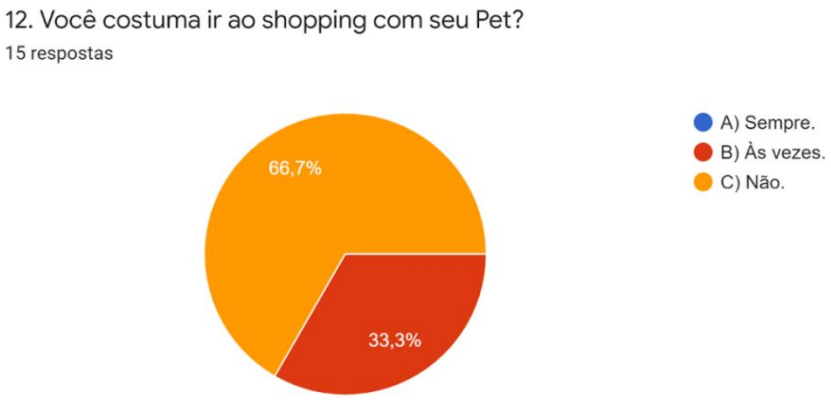
Durante a pandemia, empreender representou uma grande oportunidade de negócio (WHOW, 2021). O gráfico mostra que apenas 33,3 % dos investigados ingressaram neste mercado, sendo 20% em atendimento domiciliar e 13,3% em vendas on-line. Apesar de ser um empreendimento vantajoso, a crise econômica dificultou a entrada de novos empreendedores neste mercado.

A nova política de pets foi criada pensando nas famílias que agora poderão levar os bichinhos em suas viagens (ACCOR, 2021), proporcionando aos donos novas oportunidades de viagens, algo confirmado na pesquisa, já que 86,7% dos investigados afirmaram ter deixado de viajar por não terem onde deixar seu pet. 66,7% deixam de viajar, às vezes, e 20% deixam de viajar, sempre.



O gráfico mostra que 66,7% dos investigados estão satisfeitos com o serviço de hospedagem prestado. Isto acontece porque as empresas oferecem mimos para os pets que deixam toda a família satisfeita.

A pesquisa confirma que 80% dos investigados deixam de ir a lugares que não permitem a entrada de pets. 66,7% afirmam que isto acontece às vezes e 13,3% diz ser sempre assim. Para algumas famílias não existe lugar onde seus pets não possam entrar e, quando isso acontece, elas também não frequentam.



O gráfico mostra que 66,7% dos respondentes não costumam levar seu pet para o shopping. Isto acontece por causa do período de pandemia e da não aceitação em muitos locais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve o objetivo de compreender as principais características do mundo pet. Considerando que o espaço/convivência do pet está vinculado com o ser humano, foi possível visualizar a grandeza deste mercado, sendo possível afirmar que os propósitos maiores deste artigo foram alcançados.

De modo geral, a pesquisa realizada demonstrou que o isolamento social alavancou o consumo de produtos pets, e um fator significativo neste cenário foi o grande aumento nas adoções/compras de um novo pet. Isto acontece pelo fato de que o pet deixa de ser simplesmente um animal em casa, para ser considerado um membro da família. Sendo assim, passou a ter toda assistência possível com boa alimentação, vacinas, consultas, brinquedos e outros benefícios dedicados a eles.

Neste sentido, o presente estudo apresenta que, com toda dificuldade que a pandemia trouxe para todos os segmentos, o mercado pet conseguiu manter-se aquecido neste período graças à necessidade humana de acabar com a solidão deixada pelo isolamento social. Assim, confirma-se que esse mercado tem grande potencial, e que devem ser aproveitadas todas as oportunidades do mercado pet, buscando vantagens competitivas e inovando a cada fase, que caracteriza uma tendência irreversível de mercado.

REFERÊNCIAS

ACCOR, Hotéis. **Mais de 300 hotéis prontos para receber pets em todo o Brasil.** Melhores destinos, 2021. Disponível em:https://www.melhoresdestinos.com.br/accor-hotel-aceita-pets-brasil.html. Acesso em: 14 out. 2021.

Instituto Brasil Pet. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. Economia, 2021. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm?cmpid=copiaecola. Acesso em: 11 set. 2021.

LIVE, Bússola. **Economia animal: o crescimento do mercado Pet no Brasil.** Pet Care, 2021. Disponível em: https://petcare.com.br/13064-2/#:~:text=22%20%2F%20fev%20%2F%202021&text=Entre%202017%20e%202020%2C%20as,despertado%20o%20interesse%20das%20marcas. Acesso em: 11 set. 2021.

BRASIL, Instituto Pet. **Por que a crise não atinge o mercado pet, com alta de 13,5% durante a pandemia?** Exame, 2021. Disponível em: https://exame.com/bussola/bussola-live-economia-animal-o-crescimento-do-mercado-pet-no-brasil/. Acesso em: 14 out. 2021.

COSTA, Mariana. **Setor de pet shops foi dos poucos que teve crescimento durante a pandemia.** Estado de Minas, Economia, 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/04/16/internas_economia,1257890/setor-de-pet-shops-foi-dos-poucos-que-teve-crescimento-durante-a-pandemia.shtml. Acesso em: 14 out. 2021.

DASA, Equipe. **Lockdow durante a pandemia do Coronavírus: o que é e quais países adotaram.** Dasa, 2021. Disponível em: https://dasa.com.br/blog/coronavirus/lockdown-coronavirus-significado/. Acesso em: 14 out. 2021.

INSERRA, Marina. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. Economia, 2021. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm?cmpid=copiaecola. Acesso em: 11 set. 2021.

INTERNACIONAL, Euromonitor. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. Economia, 2021. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm?cmpid=copiaecola. Acesso em: 11 set. 2021.

MARRACCINI, Nelo. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. Economia, 2021. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm?cmpid=copiaecola. Acesso em: 11 set. 2021.

PORTAL, Comunique-se. Coronavírus: **a importância do WhatsApp em meio a pandemia e as oportunidades pelo aplicativo para vencer a crise.** Portal Comunique-se, 2020. Disponível em: https://portal.comunique-se.com.br/jornalista-mostra-a-importancia-do-whatsapp-em-meio-a-pandemia/. Acesso em: 03 nov. 2021.

ROSA, Heloisa. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. Economia, 2021. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm?cmpid=copiaecola. Acesso em: 11 set. 2021.

VÁZQUEZ, Alejanfro. **Pandemia consolida a tendência de crescimento de vendas na internet.** G1, 2021. Disponível em: https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/01/11/pandemia-consolida-a-tendencia-de-crescimento-de-vendas-na-internet.ghtml. Acesso em: 14 out. 2021.

WHOW, Redação. **Oportunidade de Negócio na Pandemia: Mercado e Cases de Sucesso**, Whow, 2021. Disponível em: https://www.whow.com.br/pessoas/empreender-na-pandemia-negocios-que-nasceram-durante periodo/?gclid=Cj0KCQjw5oiMBhDtARIsAJi0qk2iBELYyLEzLT9b2Bj9yftfC-CiIfupIue-A4xW--pk7QPm947ebXgaAvK0EALw_wcB. Acesso em: 03 nov. 2021.

ZIMERMAN, Sergio. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. Economia, 2021. Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm?cmpid=copiaecola. Acesso em: 11 set. 2021.

APÊNDICE A – Questionário utilizado na pesquisa de campo

O objetivo desta pesquisa é compreender as principais características do mundo pet: oportunidades e desafios na captação e fidelização de clientes e consumidores, em tempos de pandemia.

1. Você adotou ou comprou algum pet no período da pandemia?
   a) Sim, adotei. b) Sim, comprei. c) Não tenho condições de cuidar.
   d) Não, mas gostaria.
2. O confinamento fez com que você se aproximasse mais do seu pet?
   a) Sim. Tenho mais tempo para eles.
   b) Sim. Ajudaram-me a superar a distância dos parentes.
   c) Não. Tenho o mesmo relacionamento.
   d) Não. Fiquei muito estressado (a).
3. Em sua opinião, qual a principal consequência que o distanciamento social, trouxe para as famílias que possuem pet?
   a) Harmonia ao lar. b) Companhia para as crianças. c) Estresse no isolamento.
   d) Outros_____
4. Durante a pandemia, você adquiriu algum produto ou serviço para pet pela internet?
   a) Sim.
   b) Sim. Já comprava/utilizava antes da pandemia.
   c) Não.

5. Com que frequência você gostaria de receber mensagens de promoção via WhatsApp?

   a) Diariamente. b) Semanalmente. c) Mensalmente. d) Nunca.

6. Você utiliza o serviço de transferência ou táxi dog. (pegar seu animal em casa, levar para o pet shop e depois trazer de volta para casa)?

   a) Sempre. b) Às vezes. c) Nunca.

7. Qual seu grau de satisfação com o pet shop Pata Minha?

   a) Muito satisfeito.
   b) Satisfeito.
   c) Insatisfeito.

8. Você iniciou algum empreendimento voltado para o mundo pet no período da pandemia?

   a) Vendas on-line.
   b) Loja física.
   c) Atendimento domiciliar.
   d) Não.
   e) Outros_____

9. Já deixou de viajar por não ter onde deixar seu pet?

   a) Sim.
   b) Não.

10. Qual seu grau de satisfação na hospedagem de hotéis que aceitam pets?

    a) Satisfeito.
    b) Regular.
    c) Insatisfeito.
    d) Outros_____

11. Você deixa de frequentar algum lugar por não poder levar seu pet?

    a) Sim. b) Não. c) Às vezes.

12. Você costuma ir ao shopping com seu pet?

    a) Sempre. b) Às vezes. c) Nunca.

PEDAGOGIA HOSPITALAR: COMPREENDER AS CONTRIBUIÇÕES DA EDUCAÇÃO HUMANIZADA NAS PRÁTICAS PEDAGÓGICAS EM HOSPITAIS

https://dx.doi.org/10.48097/2674-8673.2023n8p15

Marcela Eduarda Mauricio da Silva[1]
Maria Elidiane de Moura Morais[2]
Maria Marta Lins[3]
Mikaely Xavier da Silva[4]
Palloma Araújo Saldanha[5]
Fabiana Maria da Silva[6]

RESUMO

O conhecimento dos cidadãos sobre o direito a educação no ambiente hospitalar é uma lei obrigatória, no entanto, as informações sobre esse direito ainda são pouco divulgadas. Por essa razão, o estudo trata-se de um artigo de revisão sobre a compreensão das contribuições da educação humanizada nas práticas pedagógicas em hospitais, refletindo sobre a importância de humanizar a educação nesses ambientes a partir das necessidades educacionais dos alunos hospitalizados. Refletiu nesse artigo sobre os aspectos legais em relação a formação pedagógica dos profissionais de pedagogia para atuar no ambiente hospitalar, observando que ainda é uma pauta pouco discutida na graduação e com poucas especializações na área no estado de Pernambuco.

Palavras-chave: Educação. Criança. Humanização. Pedagogia Hospitalar.

Data de submissão: 20/06/2022
Data de aprovação: 30/08/2022

ABSTRACT

The knowledge about the education rights in the hospital environment is a mandatory law, however, the information about this right is still not widely disseminated. For this reason, this review article aims to comprehend the contributions of humanized education to pedagogical practices in hospitals, focusing on the importance of humanizing education in these scenarios based on the educational requirements of hospitalized students. It has been reflected about the

[1] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: eduarda8379@gmail.com
[2] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: elidianemoraes@hotmail.com
[3] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: maria1000marta@gmail.com
[4] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: xaviermikaelly079@gmail.com
[5] Concluinte do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: pallominharaujo@gmail.com
[6] Professora orientadora do curso de Pedagogia da Faculdade Metropolitana da Grande Recife.
E-mail: fabiana.silva1@gmail.com

legal aspects related to pedagogical training of pedagogues professionals to work in the hospital environment, realizing that it is a theme little discussed in graduation and with few post-graduation specializations in the field in Pernambuco state.

Keywords: Education. Kids. Humanization. Hospital Pedagogy.

INTRODUÇÃO

A educação é direito de todos e dever do Estado e da família garantir esse direito. (BRASIL, 1988). A educação é um meio de transformação social de grande impacto na formação e desenvolvimento do indivíduo. Nesse sentido, a pedagogia tem alcançado diversos campos de atuação e torna-se importante que o pedagogo esteja atento e preparado para atuar neles. De acordo com Libâneo (2013), a educação ultrapassa o ambiente escolar e pode acontecer em ambientes diferentes da sala de aula tradicional.

Dentre esses ambientes, destaca-se o hospitalar. Este é um campo em expansão profissional para o pedagogo, que mesmo ainda sendo pouco explorado, não é um segmento tão novo quanto parece. As escolas hospitalares tiveram seu início como Classe Hospitalar em meados 1935, em Paris, pelo professor Henri Sellier, com intuito de amenizar as dores e percas das crianças hospitalizadas. Sellier, àquela época, inaugurou primeira escola para crianças inadaptadas e assim gerou o despertar de outras regiões para esse tipo de escola, uma vez que, devido ao grande número de crianças e adolescentes amputados, mutilados e impossibilitados de ir à escola em decorrência da Segunda Guerra Mundial, essas escolas eram uma necessidade tanto para os pais, quanto para as crianças dessa época.

No Brasil, a primeira escola hospitalar foi no Hospital Escola Menino Jesus, no Rio de Janeiro, na década de 1950. No entanto, apenas na década de 1990, com o surgimento do Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA e a Lei dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes Hospitalizados (BRASIL, 1995) elaborada pela Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) e pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), que esta modalidade de ensino começou a ser difundida.

Mesmo existindo há bastante tempo, a população, assim como alguns pedagogos, ainda não tem conhecimento desse direito, bem como alguns pedagogos. É evidente que no decorrer da graduação que algumas áreas da pedagogia são pouco exploradas, o que acarreta a falta de conhecimento nas demais possibilidades de áreas de atuação do pedagogo, por conseguinte, dificultando as oportunidades de interesse profissional. Ao percebermos esta realidade, surgiu a motivação em compreender mais sobre uma dessas áreas pouco exploradas, a pedagogia hospitalar.

Considerando a importância desse tema, essa pesquisa visa responder a seguinte pergunta condutora “como a educação humanizada e a presença do pedagogo no ambiente hospitalar podem ser importantes para o aluno em processo de internamento”?

Para elucidar esse questionamento, o objetivo geral dessa pesquisa busca compreender as contribuições da educação humanizada nas práticas pedagógicas hospitalares, visando o bem-estar do estudante hospitalizado, considerando que o processo de hospitalização propicia mudanças na vida das crianças, como o convívio social, familiar e escolar. E como objetivos específicos buscou-se abordar as necessidades educacionais de crianças hospitalizadas, assim como, discutir o direito a educação hospitalar na visão acadêmica.

PEDAGOGIA HOSPITALAR

O conceito de saúde, adotado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) refere-se ao completo bem-estar físico, social e mental do indivíduo, e não está relacionado apenas com a ausência de enfermidades. Com base neste conceito, a hospitalização de um indivíduo deve levar em consideração não apenas o tratamento de sua doença, assim como, a continuidade de seu desenvolvimento. Nesse contexto, a Pedagogia Hospitalar tem o papel de dar continuidade ou início à escolarização, assim como, reduzir os impactos negativos causados pelo internamento (MATOS; MUGGIATI, 2006). Por essa razão, que a educação humanizada é tão importante neste espaço, pois há uma valorização das relações humanas, das emoções e das particularidades de cada aluno, visando o bem-estar do estudante. Além disso, a educação humanizada no ambiente assegura o pleno desenvolvimento e resguarda os danos causados por esse adoecimento.

A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO HUMANIZADA

Ao falar sobre humanização, logo há o pensamento de conceder condição humana, reafirmando a importância de valorizar o indivíduo de forma única, respeitando os seus conhecimentos e as experiências. O conceito de humanização, de acordo com o dicionário Aurélio é “ação ou efeito de humanizar ou humanizar-se; tornar-se mais sociável, gentil ou amável”.

Nos dias atuais, tem-se observado um uma reflexão para a educação humanizada, por ser um movimento que entende que o desenvolvimento das crianças e adolescentes vai muito além dos conhecimentos curriculares. Nesse sentido, surge então a necessidade de ofertar uma educação que respeite as individualidades dos estudantes, abrindo espaço para eles expressarem suas ideias e sentimentos. Esse movimento une cada vez pessoas que entendem a

necessidade da valorização das relações humanas em sua plenitude e lutam pelos direitos devidos aos alunos.

A educação humanizada está acontecendo em vários espaços formativos inclusive nos hospitais, para onde essa pesquisa lança o olhar investigativo. No entanto, sobre esse aspecto, Matos e Mugiatti (2006, p. 20) alertam quando afirmam que "é notória, ainda hoje, na maioria dos hospitais, a existência de um clima deveras preocupante, de despersonalização do doente."

A educação humanizada no contexto dessa pesquisa refere-se aos direitos e necessidades educacionais e sociais do aluno hospitalizado, que segundo o Ministério da Educação (MEC), visando que ele se sinta ainda pertencente ao mundo normal que outrora vivia. Ressalta-se, portanto, que neste contexto se insere a pedagogia hospitalar, pois, entende-se que o pedagogo deve utilizar-se de várias ferramentas para suavizar o ambiente e envolver o aluno, tais como dinâmicas, novas técnicas de aprendizagem menos tradicionais que trazem mais ludicidade e afetividade, promovendo assim, a humanização da assistência educacional no campo hospitalar.

Sobre a afetividade Matos e Mugiatti (2006) destacam que:

> Há ainda que se considerar que os procedimentos conservadores da maioria dos hospitais sempre contribuíram, e ainda hoje contribuem, para que a sua realidade se mostre fria, impessoal e impregnada de carência de afetividade". (MATOS; MUGIATTI, 2006, p. 21).

Observa-se, a partir das autoras, o quão é importante humanizar os atendimentos com o intuito de deixar o ambiente mais agradável para o aluno, e assim, não somente auxiliar na continuidade escolar, como também na sua plena recuperação, amenizando a pressão psicológica exercida sobre ela. Nesse sentido, Matos e Mugiatti (2006) ressaltam que:

> a assistência pedagógica na hospitalização, sugere uma ação educativa que se adapta às manifestações de cada criança/adolescente, em diferentes circunstâncias, nos enfoques didáticos, metodológicos, lúdicos e pessoais. Neste sentido, ela apresenta, em todos os momentos, um alto grau de flexibilidade e adaptabilidade às estruturas. (MATOS; MUGIATTI, 2006, p. 101).

Destaca-se, portanto, que na assistência educacional hospitalar é importante enfatizar que a relação entre professor e aluno seja a mais próxima possível, e que o professor utilize de diversas metodologias de aprendizagem, pois cada um tem um ritmo diferente de aprendizagem que deve ser respeitado.

Freire (1999, p. 43) esclarece que "não há educação fora das sociedades humanas e não há homem no vazio. Portanto, a educação sozinha não forma o indivíduo e nem o

indivíduo se educa sozinho". Em consonância com esse pensamento de Freire (1999), é importante citar a relevância da comunicação e do diálogo entre as equipes no ambiente hospitalar. É notória a necessidade da observação de cada caso em particular, para que haja uma ação integrada entre equipe pedagógica, hospitalar e familiar. Essa ação integrada deve levar em consideração a particularidade de cada aluno, compreender as suas limitações para que assim, consiga explorar o melhor das crianças. Além do mais, sugere-se a necessidade de utilizar uma linguagem simples e direcionada para que os familiares compreendam os processos pedagógicos aplicados aos enfermos.

Lopes e Tenório (2011) afirmam que a educação é por excelência um meio de humanizar. A partir desse ponto de vista, tem-se que a educação é a melhor forma de fazer com que os seres humanos se preocupem mais uns com os outros, de modo a aprenderem com os outros o valor da vida em sociedade e sobre os impactos que uns causam nos outros.

É nesse sentido que a importância de humanizar a educação baseia-se no desenvolvimento de crianças e adolescentes de forma integral em qualquer ambiente. A educação humanizada no contexto da assistência educacional hospitalar tem justamente a função social de conscientizar sobre a necessidade de enxergar os indivíduos em sua totalidade, sobretudo, os aspectos socioemocionais e psicológicos dos educandos hospitalizados.

Brandão (2012), afirma que:

> Não se educa para ser "isso ou aquilo", mas para se reconstruir continuamente o frágil e maravilhoso "ser-de-si-mesmo". A educação não é, um bem provisório ou um direito transitório a formar pessoas para o acesso a bens supostamente duradouros situados fora dela. A educação é um bem em si mesmo. É um fator-vida destinado a acompanhar uma história infinda de troca de saberes, de valores, de sentidos e de sensibilidades em cada um de nós e nas comunidades. (BRANDÃO, 2012, p. 67).

Aborda-se, nesse contexto, sobre a necessidade nos dias atuais de repensar o paradigma da educação e buscar uma abordagem que contemple o indivíduo de forma completa, seja na escola ou no hospital. Uma educação que conceba não apenas o aspecto intelectual e acadêmico do indivíduo, sobretudo, o desenvolvimento humano para os avanços educacionais, contribuindo, assim, para a melhora da saúde desses indivíduos.

Política Nacional de Humanização

Visando normatizar essa forma de educação, a Política Nacional de Humanização (PNH), lançada em 2003, busca pôr em prática os princípios da educação no cotidiano dos

serviços de saúde, produzindo mudanças nos modos de gerir e cuidar dos indivíduos que precisem de assistência. (BRASIL, 2013).

Salienta-se que a PNH atua estimulando a construção coletiva de ações e trabalhos afetivos, pois, muitas vezes, as relações de poder em determinados ambientes, produzem atitudes e práticas desumanizadas que inibem a autonomia e a corresponsabilidade dos profissionais de saúde em seu trabalho. (BRASIL, 2013).

A PNH é uma política vinculada à Secretaria de Atenção à Saúde (SAS) do Ministério da Saúde (MS), formada por equipes regionais de apoiadores que se articulam às secretarias estaduais e municipais de saúde. A partir desta articulação, os planos de ação para promover e disseminar inovações nos modos de fazer saúde são construídos de forma articulada. (BRASIL, 2013).

A PNH não tem um direcionamento específico para a educação, porém em termos práticos, evidencia-se a sua importância para a educação humanizada, tanto em hospitais quanto em sala de aula regular.

AS NECESSIDADES EDUCACIONAIS DO ESTUDANTE HOSPITALIZADO

Para discutir a questão das práticas pedagógicas humanizadas no contexto hospitalar se faz necessário compreender as necessidades educacionais dos estudantes. Essas necessidades vão além da promoção de espaço pedagógico dinâmico e alegre, no qual os estudantes adquiram o conhecimento de forma mais leve, amenizando as suas rotinas hospitalares e o emocionais. (MUNÕZ; OLIVEIRA, 2007).

Nesse sentido, torna-se fundamental tratar sobre a sensibilidade do pedagogo diante das necessidades educacionais dos alunos hospitalizados, para que novas estratégias de ensino sejam elaboradas com conforto e segurança para o desenvolvimento construtivo e crescente dos estudantes. (CARDOSO; SILVA; SANTOS, 2012).

Segundo Fonseca e Ceccim (1999, p. 14) “o atendimento pedagógico educacional no ambiente hospitalar deve ser entendido como uma escuta pedagógica às necessidades e interesses da criança, buscando atendê-las o mais adequadamente possível neste aspecto”. Portanto, o termo escuta pedagógica é recorrente nas explicações sobre atendimento educacional às crianças hospitalizadas.

Já Ceccim (1999) retratou sobre a escuta pedagógica para agenciar conexões, necessidades intelectuais, emoções e pensamentos, uma vez que:

> O termo escuta provém da psicanálise e diferencia-se da audição. Enquanto a audição se refere à apreensão/compreensão de vozes e sons audíveis, a escuta se refere à apreensão/compreensão de expectativas e sentidos, ouvindo através das

> palavras as lacunas do que é dito e os silêncios, ouvindo expressões e gestos, condutas e posturas. A escuta não se limita ao campo da fala ou do falado, [mais do que isso] busca perscrutar os mundos interpessoais que constituem nossa subjetividade para cartografar o movimento das forças de vida que engendram nossa singularidade. (CECCIM, 1999, p. 31).

Nesse sentido, para Ceccim (1999), escutar as crianças vai muito além de emprestar os ouvidos, e precisa-se considerar os aspectos sociais e familiares, assim como observar a realidade da criança e do adolescente internados. É relevante nesse processo de escuta, observar as necessidades desses alunos e explorar conhecimentos, dos quais como dever do pedagogo poderá despertar o ânimo e estimular sua autonomia.

Em 2002, o Ministério de Educação e Cultura (MEC) publicou o documento "Classe Hospitalar e atendimento pedagógico domiciliar: estratégias e orientações" que trata sobre os aspectos da normatização e implementação das classes hospitalares no Brasil e da integração entre os sistemas de saúde e educação. (BRASIL, 2002). Apesar desse documento garantir ao aluno hospitalizado o seu direito a escolarização, essa legislação ainda é desconhecida por grande parte das unidades escolares do Brasil e dos próprios hospitais.

O atendimento educacional hospitalar e o atendimento pedagógico domiciliar devem estar vinculados aos sistemas de educação, como uma unidade de trabalho pedagógico das Secretarias Estaduais, do Distrito Federal e Municipais de Educação, e das direções clínicas dos sistemas e serviços de saúde em que se localizam. Compete, portanto, às Secretarias de Educação, atender à solicitação dos hospitais para o serviço de atendimento pedagógico hospitalar e domiciliar, assim como, a contratação e capacitação dos professores, a provisão de recursos financeiros e materiais para os referidos atendimentos. (BRASIL, 2002).

Para esse atendimento educacional hospitalar, aspectos importantes como espaço físico, e instalações de equipamentos em todos os ambientes onde os educandos estejam, devem ser levados em consideração de acordo com as necessidades educacionais de cada aluno.

De acordo com Fiorini (2003) e Gorayeb (2002), as atividades pedagógicas oferecidas no ambiente hospitalar proporcionam, às crianças hospitalizadas, a integração social e melhor qualidade de vida, preserva sua integridade física e emocional, respeita seus limites dentro do quadro clínico e oferece os estímulos necessários para atender às suas necessidades imediatas. Portanto, o atendimento pedagógico hospitalar ultrapassa o linear da educação e desenvolve um papel importante no tratamento do aluno, psicologicamente e socialmente, humanizando o processo de hospitalização.

Em suma, a presença do pedagogo é relevante nesse contexto de educação humanizada em hospitais, sobretudo, por apresentar uma maneira mais leve de passar por esse período difícil. (CARDOSO; SILVA; SANTOS, 2012; FIORINI, 2003). A interação do aluno hospitalizado e a equipe em conjunto pode auxiliar, inclusive, na realização de procedimentos e exames, diminuindo o tempo ocioso do indivíduo, que pode gerar desconforto emocional e aumentar o período de internação.

DETERMINAÇÕES LEGAIS PARA A FORMAÇÃO DO PEDAGOGO NA ATUAÇÃO EM HOSPITAIS

Nesse contexto do trabalho, é de suma importância também direcionar o olhar para as determinações legais que orientam o trabalho do pedagogo em hospitais, visando apontar as determinações legais referente a formação do pedagogo para que ele esteja apto a atuar no ambiente hospitalar.

Dentre essas legislações, a Resolução CNE/CP nº 1, de 15 de maio de 2006 – CNE/CP nº1/200, institui Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação (licenciatura) em Pedagogia. (BRASIL, 2006). De acordo com essa resolução, o egresso do curso de Pedagogia deverá estar apto a:

> Atuar com ética e compromisso com vistas à construção de uma sociedade justa, equânime, igualitária; Compreender, cuidar e educar crianças de zero a cinco anos, de forma a contribuir, para o seu desenvolvimento nas dimensões, entre outras, física, psicológica, intelectual, social; Fortalecer o desenvolvimento e as aprendizagens de crianças do Ensino Fundamental, assim como daqueles que não tiveram oportunidade de escolarização na idade própria; Trabalhar, em espaços escolares e não-escolares, na promoção da aprendizagem de sujeitos em diferentes fases do desenvolvimento humano, em diversos níveis e modalidades do processo educativo. (BRASIL, 2006, p. 11).

Outra legislação vigente é a Resolução do Conselho Nacional de Educação, CNE/CEB número 2/01, que institui as Diretrizes Nacionais para Educação Especial a Educação Básica (BRASIL, 2001a), e trata as especificidades do atendimento pedagógico hospitalar:

> Art.13. Os sistemas de ensino, mediante ação integrada com os sistemas de saúde, devem organizar o atendimento educacional especializado a alunos impossibilitados de frequentar as aulas em razão de tratamento de saúde que implique interação hospitalar, atendimento ambulatorial ou permanência prolongada em domicílio. Essa mesma Resolução ressalta-se o objetivo das classes hospitalares:
> § 1. As classes hospitalares e o atendimento em ambiente domiciliar devem dar continuidade ao processo de desenvolvimento e ao processo de aprendizagem de alunos matriculados em escolas da Educação Básica, contribuindo para seu retorno e reintegração ao grupo escolar, e desenvolver currículo flexibilizado com crianças, jovens e adultos não matriculados no sistema educacional local, facilitando seu posterior acesso à escola regular. (BRASIL, 2001a, p. 4).

Nesse contexto, ao se matricular no curso de pedagogia, o estudante se compromete de acordo com os princípios éticos a ajudar na formação das crianças, assim como, na formação das pessoas fora da faixa etária de escolarização social e intelectual, em ambientes escolares e não escolares.

Pela legislação, as crianças não podem ser privadas ou impossibilitadas de assistirem as aulas por motivos de saúde, seja ele internação ou permanência continua. (BRASIL, 2018). As crianças nessas condições necessitam de aula especializadas para não serem prejudicadas por seu estado de saúde, e por conseguinte, ter um desenvolvimento mais justo tanto educacional como social.

O Art. 1º da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), art. 4ºA (BRASIL, 1996), sustenta os diretos de assistência desses indivíduos hospitalizados, quando afirma que:

> Art. 4º-A. É assegurado atendimento educacional, durante o período de internação, ao aluno da educação básica internado para tratamento de saúde em regime hospitalar ou domiciliar por tempo prolongado, conforme dispuser o Poder Público em regulamento, na esfera de sua competência federativa. (Incluído pela Lei nº 13.716, de 2018). (BRASIL, 1996).

De acordo com essa lei, o pedagogo deve estar preparado para atuar também em espaços não-escolares, tal como os hospitais e demais áreas fora da escola. Mesmo sendo previsto por lei, o contato com as áreas não escolares durante a graduação em pedagogia é superficial, e por isso, acaba não despertando o interesse dos discentes nessas áreas ou até mesmo o desconhecimento de alguns campos de trabalhos não formais.

Diante de uma vasta gama de bases curriculares de instituições de ensino superior, sejam elas a distância ou presenciais, públicas ou privadas, observa-se que elas não contêm em suas grades curriculares disciplinas genéricas ou que abordem o atendimento não escolar realizado por pedagogos, deixando a desejar, inclusive, o incentivo ao interesse dessas áreas. Em contrapondo com a Resolução nº. 41 de 1995 da CONANDA (Conselho Nacional da Criança e do Adolescente) determina que os jovens hospitalizados tenham o direito de continuar estudando mesmo doentes ou impossibilitados de frequentar a escola por alguma enfermidade. (BRASIL, 1995).

Vale ressaltar que o pedagogo de formação não é apto a trabalhar no ambiente hospitalar, sendo necessário cursar uma pós-graduação específica. Em decorrência desse fato, após pesquisas sobre quais instituições oferece esse curso de formação específica, não encontrada nenhuma instituição em Recife, o que reflete na falta da introdução ao interesse nessa área durante a graduação, que consequentemente, demonstra a falta de procura.

METODOLOGIA

Nesta pesquisa foi utilizado como procedimento metodológico a investigação qualitativa, ou seja, aquela que não é mensurável, em que o papel pesquisador é fundamental pois ele irá interpretar os fatos, descrevendo-os conforme a percepção das análises realizadas. Segundo Zanelli (2002, p. 83), o principal objetivo da pesquisa qualitativa "é buscar entender o que as pessoas apreendem ao perceberem o que acontece em seus mundos".

Com relação ao tipo de pesquisa, a mesma enquadra-se no tipo exploratória. A pesquisa exploratória procura conhecer as características de um fenômeno com a finalidade de buscar explicações das causas e consequências de dito fenômeno. (RICHARDSON, 2010).

A presente pesquisa seguiu as etapas de uma pesquisa bibliográfica e de campo, a partir de um formulário compartilhado na plataforma Google, onde primeiramente foi escolhido o tema, em seguida determinou-se os objetivos. O plano de trabalho foi elaborado, os materiais foram obtidos e, por fim, procedeu-se a análise do material.

Segundo Chizzotti (2001), a etapa de coleta de dados provém de documentos, de observação ou por meio de respostas e declarações de considerações sobre essa pesquisa, a partir de pessoas que contêm as informações necessárias aos objetivos da pesquisa, permitindo posteriormente o registro e a análise de tais informações. Nesse sentido, as técnicas mais utilizadas para a coleta de dados são: análise documental, entrevista, questionário e observação. A opção por uma ou outra combinação delas depende do tipo, da abordagem e do objetivo da investigação. Nesse estudo, optamos por questionários via plataforma do Google.

Para a realização da coleta de dados, optou-se por uma pesquisa bibliográfica, que de acordo com Marconi e Lakatos (1999), refere-se ao levantamento de toda a bibliografia já publicada sobre o tema central "pedagogia hospitalar" em forma de livros, artigos de periódicos, patentes e imprensa escrita. A coleta de dados do material bibliográfico foi realizada com 25 artigos, a partir de uma busca nas plataformas SciELO e Google acadêmico, utilizando as seguintes palavras: pedagogia hospitalar, humanização, educação hospitalar. O período selecionado foram artigos e materiais de referências publicados entre 2011 e 2021. Alguns dos materiais de referências utilizadas foram: a Lei de Diretrizes e Bases (LDB) (BRASIL, 1996) e Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) (BRASIL, 1990) e Resolução CNE/CEM nº/02 da Secretaria de Estado da Educação (BRASIL, 2001b).

Neste tópico a seguir será apresentada os principais resultados e discussões sobre o tema abordado nesse trabalho.

RESULTADOS

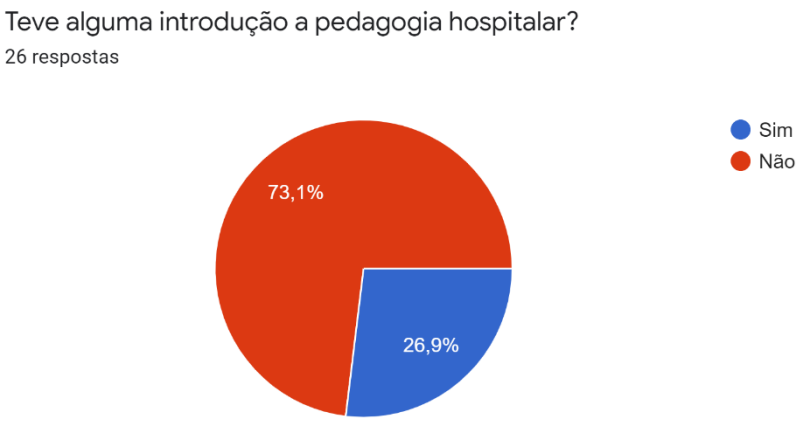
A partir da pesquisa bibliográfica desse artigo, foi possível observar que a pedagogia no ambiente hospitalar ainda é algo pouco utilizado na prática e relativamente novo sobre a obrigatoriedade legal, visto ser uma leia apenas aprovada em 2018. Reflete a importância desse tema tanto para os pedagogos em formação, bem como para a população, uma vez que é um direito obrigatório a oferta desse serviço público. Ainda, foi verificado que os órgãos públicos estaduais voltados para a educação e saúde ainda possuem pouco conhecimento relativo ao tema.

A existência de aspectos legais que determinam a formação de profissionais capazes de atuar na área deveria garantir o acesso e disseminação desse conhecimento, contudo, na prática existe uma deficiência de formação específica de pedagogos atuantes em ambientes hospitalares no estado de Pernambuco, uma vez que, nenhuma instituição privada oferece esse curso de formação na modalidade presencial.

Visando dar robustez a nossa pesquisa, foi elaborado um formulário com 5 perguntas na plataforma Google, que ficou ativo por 24 horas para resposta, contendo questões voltadas a formação e introdução a pedagogia hospitalar em discentes e profissionais da pedagogia. Entre essas perguntas foi questionado se essas pessoas tiveram alguma introdução à pedagogia hospitalar (Figura 1). Enviamos para 32 pedagogos e, durante esse período, 26 pessoas responderam a esse questionário. Com isso obtivemos o seguinte resultado: um total de 19 pessoas, ou seja, 73,1% relataram que não tiveram nenhuma introdução à pedagogia hospitalar, e apenas 7 pessoas, ou seja 26,9% informam que tiveram a disciplina.

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

Figuras 1 e **2– A pedagogia hospitalar na visão dos pedagogos em formação ou já formado**



Para as pessoas que responderam sim ao primeiro questionamento, quando questionadas se essa introdução foi capaz de despertar o interesse na área, 23 pessoas, ou seja, 88,5% relatam falta de interesse na área por não ter vivência acadêmica, e apenas 3 pessoas ou 11,5% do público relatou que quando se interessou e procurou em alguma instituição pelo curso, essas instituições não tinham um quantitativo suficiente de pessoas matriculadas para abrir novas turmas.

Portanto, fica o questionamento: como incentivar o profissional a atuar em hospitais se não existe um despertar desse interesse durante a graduação em pedagogia e nem formação específica disponível?

Em suma, a partir dessa pesquisa de campo respondida por alguns profissionais formados e em formação em pedagogia, apenas dois tiveram interesse pela área, apesar da pouca ou total falta de informação na graduação. Atualmente existe um direcionamento de estudo para as áreas mais tradicionais, como escolas infantis e nas instituições de ensino superior. No entanto, torna-se fundamental a divulgação científica nesse tema, visto que a educação humanizada nas práticas pedagógicas em hospitais é de suma importância para a formação social dos indivíduos que encontram em situação de saúde vulnerável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da experiência relatada nesse artigo, foi possível observar que apesar das legislações vigentes no Brasil, escolarização de crianças e adolescentes hospitalizados não tem merecido atenção suficiente por parte do poder público, seja em nível municipal, estadual ou federal. Mesmo com a ampliação dessa modalidade de ensino nos últimos vinte anos, os avanços e conquistas que aconteceram para a escolarização de crianças e adolescentes dentro dos hospitais em algumas cidades brasileiras, principalmente no que diz respeito à estrutura, funcionamento, currículo e práticas inovadoras de educação, foram graças à luta de pequenos grupos da sociedade para fazer valer um direito que compete as nossas crianças e adolescente hospitalizadas. No entanto, esta assistência não tem ocorrido de forma simétrica em todas as regiões do nosso país.

Sobre as práticas pedagógicas em ambientes escolares é importante ressaltar a importância de utilizar praticas mais humanizadas, que carregam consigo mais afetividade, trazendo uma maior proximidade a vida social. Essa prática humanizada permite que o aluno enfermo se sinta menos preso ao hospital, oferece oportunidade de continuidade ao período escolar, visando não somente o conteúdo curricular, como também o bem-estar físico, psíquico, emocional e psicossocial do aluno. Os alunos a partir dessa prática são capazes de

terem uma aprendizagem efetiva, carregando uma bagagem de conhecimentos que serão utilizados por toda a vida, como cultura, valores e comportamentos.

Humanizar as práticas pedagógicas em ambiente hospitalar é mais do que tornar humano, ou seja, vai além da classificação da raça humana, é proporcionar uma forma mais cooperativa entre as pessoas, é "convidar" as pessoas a reconhecerem-se em suas necessidades, desejos, limitações e capacidades, possibilitando, assim, uma forma diferenciada de relacionar-se, respeitando o outro para ser respeitado.

A pesquisa revelou ainda que, embora a classe hospitalar seja uma modalidade de atendimento educacional reconhecida por lei como um direito da criança e adolescente hospitalizados, a lei pouco disseminada haja posto a falta de conhecimento dos próprios funcionários dos órgãos reguladores da mesma. Nesse contexto, também observou que as políticas de formação pedagógicas existentes também são pouco disseminadas, e por essa razão, muitos pedagogos nem possuem o conhecimento suficiente para adquirir interesse na área hospitalar. Por essa razão, deixa-se um questionamento para pesquisas futuras, pois, se existe uma área tão vasta e importante na pedagogia porque não a tornar mais evidente e convidativa aos alunos de graduação?

Em suma, conclui-se que a contribuição que o desenvolvimento desta pesquisa sugere que os caminhos para expandir os atendimentos de pedagogos em ambientes hospitalares devem ser vistos com seriedade e engajamento pela sociedade e pelas políticas públicas brasileiras, especialmente no estado de Pernambuco, que possui poucos hospitais que desenvolvem esse tipo de atendimento. Haja vista que a classe hospitalar é um dever do hospital e um direito adquirido pelas crianças que estão internadas e impossibilitadas de frequentar a escola regular, devemos promover um diálogo com a sociedade pois, a criação de classes hospitalares é uma problemática de saúde, política e sobretudo, social.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, C. R. **Humanizar é educar: o desafio de formar pessoas através da educação**. *In:* Escritos abreviados – Série cultura/Educação 3, 2012. Disponível em: http://www.aaparomeopolis.seed.pr.gov.br/redeescola/escolas/16/164/130/arquivos/File/4_HUMANIZAR_EH_EDUCAR.pdf. Acesso em: 02 dez. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Ministério da Justiça. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Brasília: Diário Oficial da União, 13 de julho de 1990.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. **Direitos da Criança e do Adolescente**. Resolução N° 41, de 13 de outubro de 1995. Brasília: Diário Oficial da União, 17 de outubro de 1995, Seção 1, p. 15.

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília: Diário Oficial da União, 23 de dezembro 1996, Seção 1, p. 1.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Nacionais para a educação especial na educação básica**. Secretaria de Educação Especial. MEC: SEESP, 2001a.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CEB nº 2, de 11 de setembro de 2001**. Secretaria de Estado da Educação. Departamento de Educação Especial. Brasília: Ministério da Educação, 2001b.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Especial. **Classe hospitalar e atendimento pedagógico domiciliar: estratégias e orientações**. Brasília: MEC; SEESP, 2002. 35 p. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/livro9.pdf. Acesso em: 02 dez. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. **Resolução CNE/CP nº 1, de 15 de maio de 2006**. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Pedagogia, licenciatura. Brasília: Diário Oficial da União, 16 de maio de 2006, Seção 1, p. 11. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rcp01_06.pdf. Acesso em: 02 dez. 2021.

BRASIL. **Política Nacional da Humanização**. 1. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2013.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 13.716, de 24 de setembro de 2018.** Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional) [...]. Brasília: Secretaria Geral da Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13716.htm. Acesso em: 02 dez. 2021.

CARDOSO, C. A.; SILVA, A. F.; SANTOS, M. A. A importância do pedagogo no processo de recuperação de crianças hospitalizadas. **Revista Cadernos da pedagogia**, São Paulo, v. 10, n. 5, p. 1-10, 2012.

CECCIM, R. B. Classe hospitalar: encontros da educação e da saúde no ambiente hospitalar. **Pátio**, [*s.l.*], a. 3, n. 10, p. 41-44, 1999.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

FIORINI, T. M. M. S. **Classe hospitalar: implantação e implementação.** Monografia (Curso de Especialização em Educação Especial), São Carlos, SP: UNICEP, 2003.

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 23. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

FONSECA, E. S. da; CECCIM, R. B. Atendimento pedagógico educacional hospitalar: promoção do desenvolvimento psíquico e cognitivo da criança hospitalizada. **Temas Sobre Desenvolvimento**, São Paulo, v. 7, n. 42, p. 24-36, 1999.

GORAYEB, R. P. **Intervenção psicológica realizada em crianças submetidas a cirurgias eletivas e suas mães.** Dissertação de Mestrado em Psicologia. Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, Universidade Estadual de São Paulo, Ribeirão Preto, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1996.

LIBÂNEO, J. C. **Didática**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2013.

LOPES, U. M.; TENÓRIO, R. M. **Educação como fundamento da sustentabilidade**. Salvador: EDUFBA, 2011.

MATOS, E. L. M.; MUGIATTI, M. M. Teixeira de Freitas. **Pedagogia Hospitalar**: a humanização integrando educação e saúde. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

MUNÕZ, M. B.; OLIVEIRA, J. P. O escolar hospitalizado e suas implicações para a saúde e educação. **Revista Salus**, Guarapuava-PR, v. 1, n. 1, p. 65-74, 2007.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social, métodos e técnicas.** São Paulo: Editora Atlas, 2010.

ZANELLI, J. C. Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. **Estudos da Psicologia**, Campinas, v. 7, p. 79-88, 2002.