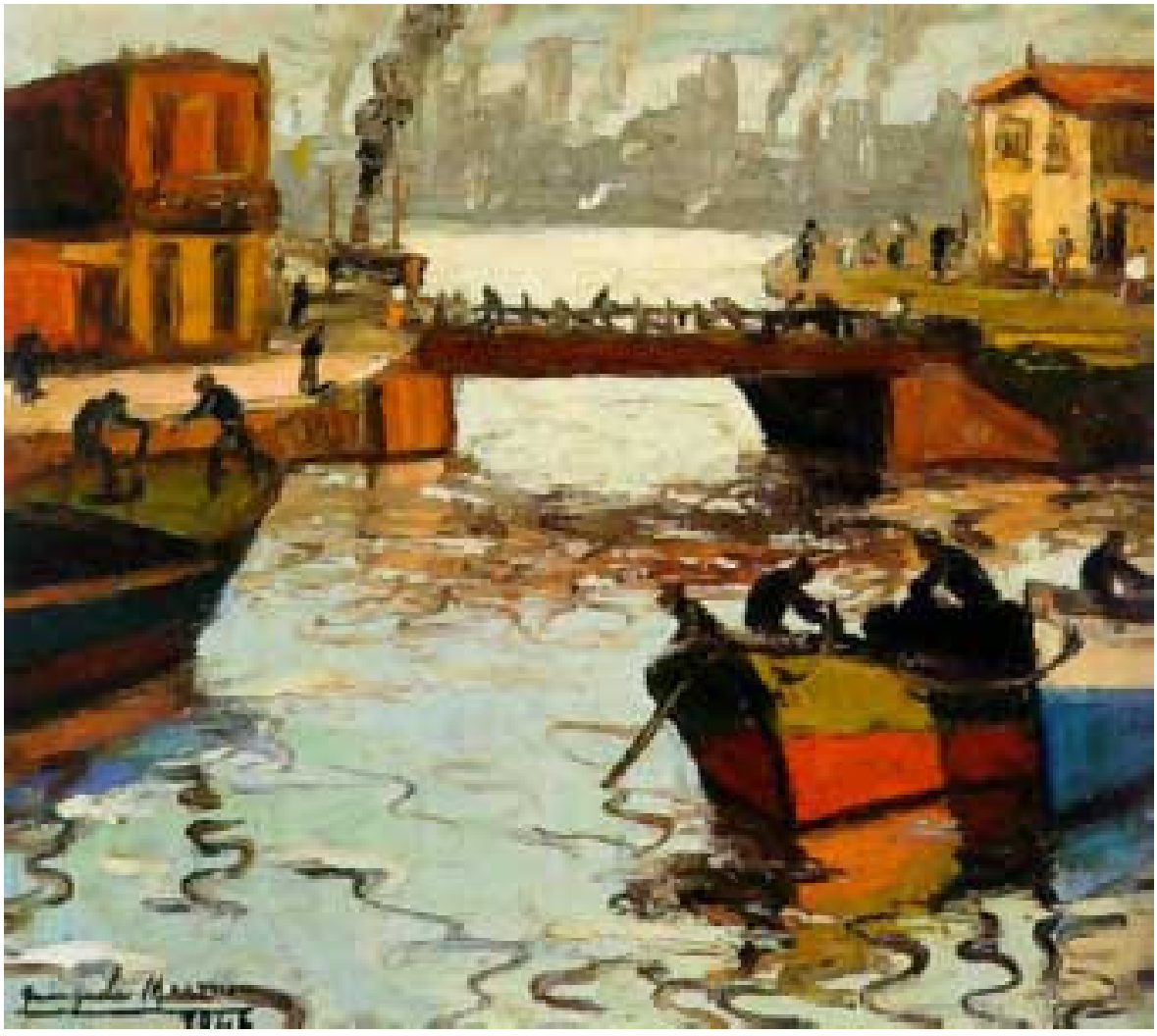
intellectus

REVISTA ACADÊMICA DIGITAL DO GRUPO POLIS EDUCACIONAL



Puente de la Boca – 1946 – Benito Quinquela Martín

ISSN 1679-8902

Ano VIII | Nº. 20 | Abr-Jun 2012
Ciências Sociais Aplicadas

ISSN 1679-8902

INTELLECTUS. Revista científica da Faculdade de Jaguariúna, da Faculdade Politécnica de Campinas e da Faculdade Max Planck de Indaiatuba.

Jaguariúna – SP

Eletrônica

Trimestral

Inclui bibliografia

EDITORIAL

É com grande satisfação que a Faculdade de Jaguariúna, a Faculdade Max Planck de Indaiatuba e a Faculdade Politécnica de Campinas disponibilizam para a comunidade acadêmica o número 20 da Revista Intellectus, uma publicação científica das três faculdades.

Este exemplar compreende oito artigos do campo das **Ciências Sociais Aplicadas**. Os resultados desses estudos ora divulgados são contribuições de professores e pesquisadores dessa grande área do conhecimento, constituindo-se em importante material de pesquisa para os nossos professores e estudantes, além de outros estudiosos desses temas.

Os artigos publicados e assinados são de responsabilidade dos autores e só poderão ser reproduzidos mediante autorização expressa dos mesmos.

Boas leituras.

Editor: Prof. Dr. Rubens Pantano Filho

Faculdade Max Planck

Editores Associados: Profª. Drª. Ana Maria Sperandio

Faculdade de Jaguariúna

Profª. Drª. Telma Dagmar Oberg

Faculdade de Jaguariúna

Conselho Editorial

Educação, Cultura e Sociedade

Prof. Dr. Adauto Fernandes Marconsin – Faculdade Max Planck

Profª. Dnda. Maria Ângela Lourençoni – Faculdade Max Planck

Prof. Dr. Samuel Mendonça – Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Profª. Drª. Solange Muglia Wechsler – Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Ciências Exatas e Tecnológicas

Prof. Dr. André Luís Helleno – Faculdade de Jaguariúna

Prof. Dr. André Mendeleck – Faculdade de Jaguariúna

Prof. Dr. Claudemir Adriano Borgo – Faculdade de Tecnologia César Lattes

Prof. Dr. Derval dos Santos Rosa – Universidade Federal do ABC

Prof. Dr. Pedro Luis Christiano – Universidade Federal da Paraíba

Profª. Drª. Vanice Aparecida Perin – US Nuclear Regulatory Commission

Ciências Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Cássio Modenessi Barbosa – Faculdade de Jaguariúna

Prof. Dr. Olavo Pudenci Furtado – Faculdade Max Planck

Prof. Dr. Oscar Mellin Filho – Faculdade de Jaguariúna

Profª. Drª. Tércia Zavaglia Torres – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Saúde

Profª. Drª. Celene Ferrari Audi – Faculdade de Jaguariúna

Profª. Drª. Helena Cruz Oliveira – Faculdade Max Planck

Prof. Dr. José Meciano Filho – Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Prof. Dr. Roberto Foz Filho – Faculdade Max Planck

Prof. Dr. Sérgio Fernando Zavarize – Faculdade de Jaguariúna

Correspondência

Núcleo de Publicação

Campus II – Rodovia Adhemar de Barros – km 127 – Pista Sul

Tanquinho Velho – Jaguariúna – SP – 13820-000

(19) 3837-8500 - http://www.seufuturonapratica.com.br/intellectus

ÍNDICE

* POLÍTICA PÚBLICA DE GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA NO MUNICÍPIO DE CAMPINAS – A FORMAÇÃO DE COOPERATIVAS DE RECICLAGEM 07

* COMUNICAÇÃO E QUALIDADE DE VIDA: a construção de um portal corporativo sobre estilo de vida 25

* LOGÍSTICA REVERSA DE PÓS-CONSUMO COMO FATOR ESTRATÉGICO E SUSTENTÁVEL DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES 54

* A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO 75

* ESTRATÉGIAS PARA FIDELIZAÇÃO DE ALUNOS DE GRADUAÇÃO: estudo de caso com alunos de Instituição de Ensino Superior particular da Região Metropolitana de Campinas 84

* DEFINIÇÕES DE RELACIONAMENTOS INTERPESSOAIS 99

* PROPOSTA PARA A DEFINIÇÃO DO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO EM COMUNIDADES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM 106

 ISSN 1679-8902

POLÍTICA PÚBLICA DE GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA NO MUNICÍPIO DE CAMPINAS – A FORMAÇÃO DE COOPERATIVAS DE RECICLAGEM

Public policy of work and income generation in Campinas city – the formation of waste recycling cooperatives

MARCONSIN, Adauto Fernandes
Faculdade Max Planck

RESUMO: O manuscrito relata uma experiência inicial do processo de construção da política pública de geração de trabalho e renda no âmbito da questão ambiental, realizada entre 2001-2007, no município de Campinas. Ao focar na organização de cooperativas voltadas para a reciclagem de resíduos domésticos e da construção civil, buscamos trazer a importância dos eixos norteadores iniciais da política - como a construção de um marco legal, a instituição de um espaço prático de construção da política pública de geração de trabalho e renda, a instituição de convênios com incubadoras de cooperativas populares e a definição de mecanismos de financiamento público.

Palavras-chave: cooperativas; políticas públicas; trabalho; reciclagem; incubadoras.

ABSTRACT: The manuscript reports an initial experience in the process of public policy´s construction of work and income in the context of environmental issues, occurred between 2001-2007, in Campinas. By focusing on the organization of Cooperatives specialized in recycling home and civil construction waste, we seek to bring the importance of initial guiding principles of politics – such as building a legal mark, establishing a practical space for the construction of public policy´s generation of work and income, the establishment of partnerships with incubators of popular Cooperatives and the definition of the public funding mechanisms.

Keywords: Cooperatives; public policy´s; work; recycling; incubators.

Introdução

O governo eleito[1] em 2002 – do Partido dos Trabalhadores (PT) -, frente ao alto índice de desemprego no município de Campinas - SP iniciou a construção de um programa de geração de trabalho e renda. Com a perspectiva de desenvolvimento social do município, o programa buscava entrelaçar a geração de trabalho e renda com a questão do meio ambiente. Foi inicialmente sediado na Secretaria Municipal de Governo até 2004 e na Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho até 2005. De 2005 até 2007 foi desenvolvido na Secretaria Municipal de Cidadania, Trabalho, Assistência e Inclusão Social (antiga Secretaria Municipal de Assistência Social), numa ação conjunta de assessoria de profissionais da área de Educação, Economia e Serviço Social. Sendo da área de Educação, a nossa perspectiva esteve voltada, permanentemente, para um trabalho integrado na efetivação plena dessa assessoria.

O marco inicial dessa experiência, em que estivemos envolvidos na assessoria, foi em 2001 com a renegociação do contrato do lixo com o Consórcio de Empresas Ecocamp - realizado no governo anterior (1997-2000). Nesse momento, foi introduzido o conceito de coleta seletiva, sendo a elaboração do projeto técnico e a implantação de responsabilidade do Grupo de Trabalho de Resíduos Sólidos (GTRS), da Secretaria Municipal de Governo, criado e nomeado por decreto municipal. A idéia central era oportunizar a criação de cooperativas de reciclagem em um programa municipal de coleta seletiva. Tais grupos associativos seriam formados por Incubadoras, a partir do marco legal existente no município - a Lei 10.039 de 09 de abril de 1999 – que criou o Programa de Cooperativas de Desempregados no Município de Campinas.

[1] O Prefeito Antônio da Costa Santos – do Partido dos Trabalhadores (PT), que deu início ao processo foi assassinado em 11 de setembro de 2001. Até a atualidade, sua morte não foi esclarecida pela polícia paulista. A vice-prefeita, também do PT, deu prosseguimento ao Programa.

 ISSN 1679-8902

Marco Legal da experiência: construído e referenciado

Para iniciarmos o relato da experiência, vale destacar alguns artigos da Lei 10.039, de 09 de abril de 1999, que criou o "Programa de Cooperativas de Desempregados no Município de Campinas", tendo em vista sua importância por ser o primeiro marco legal a orientar o trabalho desenvolvido.

O artigo 2º: define que o programa tem o objetivo de proporcionar aos desempregados ocupação profissional para obtenção de renda;

O artigo 3º: autoriza a Prefeitura Municipal de Campinas (PMC) a firmar convênios com entidades do município para apoio na organização das cooperativas;

O artigo 5º: remete à Secretaria Municipal da Assistência Social a responsabilidade pelo programa[2];

O artigo 6º: define que a PMC funcionará como agente incentivador da formação e consolidação das cooperativas, através da formação da consciência cooperativista, da qualificação de mão de obra dos cooperados e do financiamento dos equipamentos e da matéria-prima necessários ao funcionamento das cooperativas;

O artigo 7º: define a obrigatoriedade das cooperativas estarem legalizadas para serem contratadas pela municipalidade e remete à necessidade de que as contratações sejam feitas segundo a Lei das licitações vigente (Lei 8666);

O artigo 8º: define os tipos de cooperativas que poderão ser constituídas sem, contudo, vetar as de outra natureza: limpeza de terrenos, construção de muros e passeios, reforma de equipamentos públicos, construção de equipamentos públicos de pequena monta, coleta de lixo e sua separação,

[2] Em 2001, o programa foi sediado na Secretaria Municipal de Governo, a partir de 2002 até 2004, na Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho e, a partir de 2005, na Secretaria Municipal de Cidadania, Trabalho, Assistência e Inclusão Social (antiga Secretaria Municipal de Assistência Social). Importante ressaltar que após quatro anos de existência, o programa voltou a ser sediado na Secretaria cujo marco legal inicial o remetia.

reciclagem de resíduos domésticos, reciclagem de resíduos da construção civil, confecção de uniformes para funcionários públicos, reforma e consertos de veículos oficiais, produção de alimentos, produção de peças artesanais.

Os artigos mostram que a Lei é parte de um processo indutivo (HAM & HILL, 1984), aponta para o trabalho conjunto com entidades da sociedade civil na organização dos empreendimentos e deixa clara a responsabilidade pública com programas de geração de trabalho e renda. O modelo de construção do programa é tripartite, ou seja, poder público, sociedade civil organizada e trabalhadores desempregados. Aparece, aqui, o princípio da defesa do espaço público em que diversos sujeitos estão presentes (FRANÇA FILHO E LAVILLE, 2004). Entretanto, nela, há um artigo – o sétimo – que limita os contratos com a Prefeitura, pois estabelece a obrigatoriedade da legalização das cooperativas para isso, segundo a Lei vigente das licitações (Lei 8666).[3]

Tendo a lei Lei 10.039/99 como referência, já em março de 2001 inicia-se a discussão dos ramos de atividade a serem considerados prioritários. Aparecem dois ramos principais: reciclagem de resíduos sólidos (primeiro grupo) e alimentação (segundo grupo). Embora os dois ramos tenham sido trabalhados, em nosso relato vamos priorizar a experiência do ramo da reciclagem de resíduos sólidos. Vale destacar, de início, que a ênfase no ramo da reciclagem de resíduos sólidos, pela PMC, buscou aproveitar o que já estava sendo desenvolvido no município em termos de programa de coleta seletiva.

Em setembro de 2001, continuando a construção de um marco legal regulatório, a portaria nº 48.915 criou o Grupo de Trabalho de Resíduos Sólidos (GTRS), o qual constitui-se um espaço público de construção da política pública (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2044).

Como a Lei 10.039 – das cooperativas - não contemplava a doação de materiais recicláveis para os grupos associativos a serem formados e não

[3] Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

autorizava a permissão de uso de áreas institucionais para servir de espaço de trabalho, foi necessário criar, através do processo nº 61.087 de 2001, um instrumento jurídico adicional. A permissão de uso de áreas institucionais para servir de espaço de trabalho privilegiou os grupos associativos da área de reciclagem por se entender que a área possibilitava trabalho para os desempregados e o componente ambiental a ser desenvolvido pelas cooperativas significava, numa perspectiva de totalidade, uma política de desenvolvimento social.

No mesmo caminho de construir um marco legal regulatório para as cooperativas de reciclagem e se implantar uma política pública de geração de trabalho e renda o processo municipal nº 1.577 de 2002 avançou nas seguintes ações: autorização para doar o material proveniente da coleta seletiva aos grupos de reciclagem incubados; construção dos barracões de reciclagem; permissão de uso dos barracões pelos grupos incubados; aluguel de barracões de reciclagem para os grupos incubados em locais onde não havia disponibilidade de áreas públicas para construção.

Em 21 de março de 2003, o decreto 14.265 que "Dispõe sobre o Programa de Doação de Material Reciclável de Lixo Doméstico às Cooperativas ou Associações Populares de Trabalhadores em Reciclagem e dá outras Providências", avançando significativamente no sentido da construção do marco regulatório e de implantação de política pública de geração de trabalho e renda.

O espaço prático de construção de políticas públicas: o Grupo de Trabalho de Resíduos Sólidos – GTRS

A criação do Grupo de Trabalho de Resíduos Sólidos - GTRS é um marco prático importantíssimo de um espaço de construção da política pública de geração de trabalho e renda em Campinas. Esse grupo configura-se como um espaço de construção de cooperativas de reciclagem, parte intrínseca do

debate relativo ao desemprego, mas também às questões afetas ao meio ambiente no município.

O processo de construção da política pública de geração de trabalho e renda na área de reciclagem deu-se nesse espaço, pois, nele, os sujeitos do poder público, da sociedade civil organizada - representada pelas incubadoras tecnológicas de cooperativas populares (BERTUCCI, 2003; TELLES, 1994), pelos empreendimentos solidários - e os desempregados debateram, propuseram, conflitaram, convergiram em inúmeras discussões sobre espaço de trabalho, equipamentos, qualidade e quantidade do material reciclado, vendas coletivas, áreas de coleta, campanhas de divulgação, etc. (SINGER e SOUZA, 2003).

Os dirigentes do GTRS planejaram, em seus inícios, alcançar dezoito cooperativas de reciclagem, situadas em quatorze administrações regionais e quatro sub-prefeituras, ao longo de quatro anos. Nos oito anos do programa, foram instaladas quinze cooperativas de reciclagem, sendo uma delas, a Remodela – de produção de biodiesel a partir de óleo de cozinha reciclado -, e a Cooperativa Tatuapé - recicladora de resíduos da construção civil. O GTRS contribuiu decisivamente para que o governo municipal, no período 2001-2004, estendesse o programa de coleta seletiva para setenta e cinco por cento da coleta normal de material orgânico no município. Essa ação foi decisiva para que as cooperativas pudessem ter quantitativos de material que as colocasse em uma situação razoável de materialidade.

Segundo Singer (2002) e Singer e Souza (2003) é fundamental criar condições de materialidade para que empreendimentos solidários tenham sustentabilidade. Na experiência em debate, aspectos importantes dessas condições foram promovidos. Além do quantitativo de materiais possibilitado pela expansão da coleta seletiva, houve, também, a destinação de espaços de trabalho para as cooperativas de reciclagem através da permissão de uso de áreas institucionais, com a construção de barracões nessas áreas[4]. Outra modalidade desenvolveu-se através da locação de barracões em regiões em

[4] Importante ressaltar que o trâmite dos processos de permissão de uso de áreas institucionais continua até os dias atuais, dado à morosidade com que os processos tramitam na Prefeitura.

que se torna muito difícil a obtenção de áreas institucionais próprias para construção. Alguns desses barracões foram locados por instituições envolvidas pelas incubadoras a apoiar o programa.

O GTRS teve importante atuação no que se refere à necessidade de equipamentos, pois impulsionou, no período relatado, que secretarias responsáveis pelo trabalho os providenciassem. Para as cooperativas de resíduos, especificamente, os equipamentos mais demandados foram carrinhos para transporte de material no interior das cooperativas, balança e prensa de fardos tipo vertical. O Grupo foi decisivo, também, na época, para a criação da Associação das Cooperativas de Campinas e Região – ACOOP em 2004. A ACOOP surgiu pela necessidade de um canal de comunicação entre as cooperativas de reciclagem envolvidas no programa de economia solidária no município. Estimulada pelas incubadoras participantes do programa, a ACOOP passou a ser uma representação política das cooperativas, articulando-se, ao mesmo tempo, como uma pré-central de comercialização.

No escopo do trabalho desenvolvido pelo GTRS foi criada, recentemente, a Reciclamp, uma cooperativa de segundo grau – responsável pela comercialização do material coletado e produzido - que possibilitou às suas associadas agregarem um valor de até 30% a mais do que ocorria antes quando agiam isoladamente. Confirma, assim, as posições de Singer e Souza (2003) sobre a fundamentalidade da criação de redes de comercialização para crescimento e consolidação da economia solidária. Podemos dizer que a construção da política pública de geração de trabalho e renda no município de Campinas, segmento reciclagem, tem no GTRS o instrumento operacional da política, que soube utilizar os instrumentos legais construídos – sendo um deles a Lei 11.445, aprovada em 2007, que possibilita a contratação das cooperativas de reciclagem com dispensa de licitação (Lei 8.666). Conjugado a isso, a articulação dos sujeitos que o compõem tornou-se fundamental para a consolidação da política pública, segundo França Filho e Laville (2004). A materialidade dessa política pública ampliou ao longo dos anos, e, a partir de dezembro de 2006, conquistou 10% do valor do contrato de coleta de lixo para a coleta seletiva em Campinas. Todos os serviços tornaram-se garantidos por

força contratual e significam investimento público dos cidadãos do município em um programa de geração de trabalho e renda pelo fomento a cooperativas de reciclagem, cuidando, no processo, do meio-ambiente. Mas falarmos dos avanços dessas cooperativas exige, necessariamente, que abordemos outro aspecto: as incubadoras. No caso, vamos nos ater a quatro incubadoras cuja participação junto à Prefeitura foi crucial no desenvolvimento das experiências que casam geração de trabalho e renda com a preocupação com o meio-ambiente.

Incubadoras Conveniadas com a Prefeitura Municipal de Campinas: fomento aos Empreendimentos Solidários

Para Alves (2006), os processos de organização de cooperativas em programas de geração de trabalho e renda devem contar com incubadoras, sejam públicas ou oriundas de organizações não governamentais para que esses programas tenham maior possibilidade de êxito.

> As Incubadoras surgiram no Brasil por uma iniciativa das universidades. Apesar da relação ITCP Universidade ainda apresentar grandes problemas, aponta alternativas interessantes de geração de renda, trabalho e desenvolvimento social. A fundação da primeira incubadora ocorreu em 1996, na Coordenação dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia (COPPE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).[5]

Em Campinas, a experiência relatada aqui contou com quatro incubadoras, as quais descreveremos a seguir.

A Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares – ITCP/UNICAMP

A Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares - ITCP é um programa de Extensão da Unicamp. O objetivo é contribuir para o

[5] http://www.itcp.unicamp.br/drupal/?q=node/228 consultado em maio de 2011.

desenvolvimento da Economia Solidária, estimulando e assessorando a formação de grupos autogestionários e/ou de cooperativas populares.

> A Economia Solidária tem como proposta a geração de trabalho e renda para milhões de excluídos do mercado formal de trabalho, bem como o fortalecimento de grupos associativistas em prol da autonomia dos trabalhadores e trabalhadoras".[6]

Em 10 de setembro de 2001, a Prefeitura Municipal de Campinas e a Unicamp assinaram um primeiro convênio que visava um trabalho conjunto entre o poder público e a universidade para iniciar o processo de incubação dos grupos associativos a serem fomentados pelo município. Esse convênio foi possível em função da Lei 10.039 de 09 de abril de 1999, que em seu artigo 3º estabelece:

> - Fica a Prefeitura autorizada a firmar convênios com as entidades da sociedade civil sem fins lucrativos, com sede no município, com o fim de organizar as cooperativas por atividade profissional.

Após a assinatura do convênio, a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares – ITCP/UNICAMP - promoveu um curso de cooperativismo para quinze grupos associativos que vinham se formando, envolvendo cerca de quatrocentas pessoas oriundas do projeto "Frente de Trabalho Emergencial[7], criado ainda no início de 2001, em decorrência do alto índice de desemprego existente na região de Campinas à época.

Em janeiro de 2002, foi assinado um convênio com a Prefeitura Municipal de Campinas cujo objetivo era oferecer cursos de capacitação a 8 grupos, visando criar cooperativas. Estes cursos tiveram duração de 6 meses. O inicio do Projeto Campinas contou ainda com a realização da "I Capacitação

[6] http://www.itcp.unicamp.br/drupal/ Consultado em agosto de 2011.

[7] Essa frente objetivava a contratação emergencial de trabalhadores, sem concurso público, com a aprovação da Câmara Municipal, por tempo determinado de três meses, prorrogáveis por mais três meses. Foram contratados quatrocentos trabalhadores para realizar serviços de limpeza na cidade, encontrada em péssima situação de conservação. Havia uma determinação do Executivo Municipal que, findo o prazo de contratação emergencial, esses trabalhadores fossem organizados em cooperativas, através da recém criada Secretaria de Governo.

de Monitores da ITCP/UNICAMP", em 2002, formando os primeiros formadores que viriam a trabalhar neste projeto. Ao final de 2002, outro convênio foi estabelecido com a Prefeitura Municipal de Campinas, envolvendo 11 grupos para a formação de cooperativas populares, em um prazo de 24 meses (2003 a 2004). Os grupos trabalhavam nos seguintes setores: separação de resíduos sólidos, separação e reciclagem de resíduos da construção civil, produção de alimentos, costura e artesanato. Seis desses grupos acompanhados se tornaram cooperativas legalizadas. Durante a realização deste segundo convenio com a PMC foi realizada a "II Capacitação de Monitores da ITCP/UNICAMP", de setembro a dezembro de 2003. [8]

Ou seja, foi a primeira incubadora a atuar no Programa. Após a organização do curso, deu início ao processo de organização, propriamente dito, de diversas cooperativas, acompanhando, assessorando e dando suporte técnico e administrativo aos projetos em construção e aos que já se colocavam em andamento tendo tido uma contribuição extremamente importante. Não se restringiu, no período, apenas à área da reciclagem de Resíduos Sólidos, mais foi além, abarcando Agricultura Familiar, Artesanato, Turismo, Corte e Costura, Profissionais do Sexo, Pessoas vivendo com HIV/AIDS, Alimentação, etc. o que foge do escopo de nosso relato. Ao final de 2004 "a ITCP Unicamp rompe o convênio com a Prefeitura, alegando fundamentalmente condições inadequadas de trabalho por falta de suporte da Prefeitura, como atraso no repasse de recursos e infraestrutura para os grupos incubados" (MARCONSIN, 2008).

A Incubadora Centro de Referência em Cooperativismo e Associativismo – CRCA

O CRCA foi juridicamente fundado em dezoito de outubro de 2002. Antes de sua legalização já desenvolvia atividades de fomento a projetos de inclusão social em conjunto com a Cáritas Arquidiocesana Campinas, com a

[8] http://www.itcp.unicamp.br/drupal/?q=node/228 consultado em agosto de 2011.

Federação das Entidades Assistenciais de Campinas (FEAC) e com a PUC-Campinas. Em janeiro de 2003 foi assinado convênio com a Prefeitura Municipal de Campinas, através do processo nº 03/10/10207. Um convênio foi desenvolvido em duas etapas, sendo a primeira no ano de 2003 e a segunda, ampliando o número de grupos associativos envolvidos, em 2004. O objetivo geral era capacitar e acompanhar, inicialmente, seis grupos associativos demandados pela Prefeitura, a partir dos princípios da autogestão, gerenciamento, educação ambiental para a inclusão/reinclusão dos trabalhadores no processo de geração de trabalho e renda e para o exercício da cidadania.[9] Tinha como objetivos específicos: promover cursos, encontros para os cooperados e outras formas de interação/integração na área de gestão coletiva das cooperativas de reciclagem dentro dos princípios da autogestão e educação ambiental (MARTINEZ, 2000); promover a rede para venda dos materiais reciclados e troca de experiências dos grupos associativos; acompanhar semanalmente os grupos incubados; elaborar material didático para os cursos e acompanhamento dos grupos; promover a organização de compras coletivas e outras formas de socialização.[10]

O CRCA desenvolveu uma metodologia para a autogestão política, financeira e administrativa para os grupos cooperativados que compreendia: sensibilização, com diagnóstico do grupo, coesão grupal, viabilidade econômica do empreendimento; educação cooperativista para os membros dos grupos e multiplicadores, com material didático; acompanhamento semanal para gerenciamento administrativo, gerenciamento grupal e aspecto legal dos grupos; trabalho em rede, para comercialização conjunta, realização de feiras de economia solidária e rede de compra coletiva (cooperativa de consumo).

Os grupos associativos de reciclagem passaram pelo processo de incubação durante 2003 e 2004, após o que, desenvolveram suas atividades cooperativas.

O CRCA celebrou um convênio com a Petrobrás, em 2006, para constituir uma Central de Cooperativas – a Reciclamp - para venda dos

[9] Processo nº 03/10/10207. Incubação de Cooperativas CRCA, p. 88.
[10] Processo nº. 03/10/10207. Incubação de Cooperativas CRCA, p. 88.

materiais reciclados das cooperativas diretamente para a indústria. Incubava até a data em que encerramos nossa participação na assessoria e nossos estudos (final de 2008), sete cooperativas de reciclagem, todas na área de triagem de resíduos domésticos: Antônio da Costa Santos, São Bernardo, Santa Genebra, Dom Bosco, Divipaz, Unidos na Vitória e Nossa Senhora Aparecida.

A Incubadora Ecologia e Dignidade Humana – EDH

A EDH foi criada a partir do tema da Campanha da Fraternidade anualmente desenvolvida pela Igreja Católica do ano de 1999, intitulado "Sem Trabalho, por quê?" Trabalhava com materiais recicláveis, que não exigia qualificação, característica desse público alvo. Nasceu desse trabalho a cooperativa Aliança, hoje, uma cooperativa integrante do programa municipal de economia solidária da Prefeitura Municipal de Campinas. O objetivo geral voltava-se para capacitar e acompanhar inicialmente três grupos associativos demandados pela Prefeitura, utilizando princípios da autogestão e educação ambiental, com o intuito de gerar trabalho e renda para pessoas sem emprego[11].

Objetivos específicos: formação em princípios cooperativistas; formação prática no desempenho das atividades de reciclagem; acompanhamento prático do trabalho na cooperativa; assessoria jurídica; desenvolvimento social e educativo do cooperado e sua família.[12]

A EDH considerou a necessidade de buscar uma metodologia que levasse em consideração a baixa escolaridade dos participantes dos grupos, procurando adaptar os processos de formação em autogestão política, financeira e administrativa a essa realidade. Os grupos associativos demandados pela Prefeitura para incubação durante 2003 e 2004 foram todos de reciclagem. Em 2007, a incubadora EDH renovou seu convênio com a

[11] Processo nº 03/10/37826, Incubação de Cooperativas EDH, p. 12.
[12] Processo nº 03/10/37826, Incubação de Cooperativas EDH, p. 12.

Prefeitura Municipal de Campinas por dois anos para incubar as cooperativas: Aliança, Santo Expedito, Santos Dumont, Barão, Tatuapé, Bonsucesso.

A Incubadora Municipal

A incubadora municipal está prevista na Lei 10.039 de 09 de abril de 1999 que dispõe sobre a "Criação do Programa de Desempregados no Município de Campinas". Embora não constasse claramente com essa denominação, quando observamos as atribuições da municipalidade definidas no artigo 6º, vimos aparecer o agente incentivador da formação e consolidação de cooperativas, através de processos formativos, tecnológicos e de infraestrutura.

O início da atuação da incubadora municipal ocorreu em final de 2006, com a reestruturação do Departamento de Trabalho e Renda da Secretaria Municipal de Cidadania, Trabalho, Assistência e Inclusão Social, com a criação da Coordenadoria de Economia Solidária em sua estrutura. A incubadora municipal tem como objetivo o acompanhamento de todos os empreendimentos e realiza um processo de incubação daqueles empreendimentos não incubados pelas conveniadas. Dentre as cooperativas com as quais atua, são duas de reciclagem: Cooperativa de reciclagem Havilá e Cooperativa de produção de biodiesel Remodela[13].

A incubadora municipal definiu como pressuposto metodológico o acompanhamento dos processos desenvolvidos pelas incubadoras [14] e incubação própria.

O acompanhamento dos processos de incubação desenvolvidos pelas incubadoras ocorria mediante reuniões mensais com as incubadoras conveniadas e cooperativas para discussão de aspectos relacionados à gestão das cooperativas visando sua perenidade, independência, processos de autogestão, estabelecimento de redes, encontros, etc.

[13] Além desses atua com dois grupos associativos de costura, uma Cooperativa de arte e artesanato Cidarte, uma cooperativa de construção civil, Cooperblocos.
[14] Documentos internos da Secretaria Municipal de Cidadania, Trabalho, Assistência e Inclusão Social – SMCTAIS.

O processo de incubação desenvolvido pela incubadora municipal junto às cooperativas sob sua supervisão incluía visitas semanais, também visando sua perenidade, independência, processos de autogestão, estabelecimento de rede, encontros, etc.

Mecanismos de financiamento público

Observamos que ao longo da implantação do Programa de Geração de Trabalho e Renda no município de Campinas houve uma definição de alguns mecanismos de financiamento público em âmbito municipal, além dos financiamentos federais da Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES. Um desses mecanismos criados, em 2003, foi o Banco do Povo de Campinas, sendo um marco regulatório para a experiência de cooperativas de reciclagem no município. Trata-se de uma associação de crédito popular solidário que, segundo o artigo 3º

> ...tem como público alvo: as pessoas físicas de baixa renda, inclusive para primeiros negócios e os micro-empreendedores, pessoas físicas ou jurídicas de baixa renda, que exerçam atividades produtivas formais ou informais geradoras de renda e de ocupação, instalados no Município, que tenham dificuldades de acesso às operações tradicionais de crédito.[15]

Para as cooperativas inseridas no programa da Prefeitura o referido banco tem uma linha de crédito especial, que difere em limite e condições em relação ao crédito de empreendimentos não inseridos.

Mas houve, também, financiamento orçamentário da Prefeitura Municipal de Campinas. A tabela 1 mostra o total de recursos aplicados ao longo de sete anos.

[15] A associação de micro crédito tem a denominação de "Banco Popular da Mulher" e continua com sua vocação básica de disponibilizar crédito de fácil acesso para população de baixa renda que queira montar ou expandir seu pequeno negócio.

Tabela 1 – Investimentos públicos realizados e desempenho dos empreendimentos solidários (ES)

Total dos investimentos públicos nos ES 2001-2007 (R$)	2.142.845,00
Faturamento médio anual dos dezessete ES (R$)	2.050.000,00
Total dos investimentos públicos nos ES ano (R$)	300.000,00
Faturamento médio anual para cada ES (R$)	170.000,00
O investimento ano em cada um dos dezessete ES (R$)	18.000,00
Total dos investimentos públicos por cooperado ano (R$)	940,00
Rendimento Médio por Cooperado ano (R$)	6.300,00
Rendimento Médio por Cooperado mês (R$)	523,00
Taxa de investimento público por retorno para o cooperado no ES	15%

Fonte: Marconsin (2008).

Observa-se na tabela que o financiamento da política pública de economia solidária no município de Campinas teve retorno positivo por parte das cooperativas. As cooperativas multiplicaram por R$ 7,00 cada R$ 1,00 aplicado pelo Poder Público ao longo dos sete anos. Se o financiamento público fosse maior, certamente, teria sido ainda mais fundamental para a sustentabilidade desses empreendimentos (SINGER e SOUZA, 2003).

Considerações finais

A experiência relatada, aqui, embora o espaço para sua exposição não nos permita avançar em todos os aspectos que a constituem, mostra que a política pública de economia solidária desenvolvida no município de Campinas utilizou um marco legal para o fomento às cooperativas, ocorreu em espaços públicos de construção da política através da formação do Grupo de Trabalho de Resíduos Sólidos (GTRS). Vale destacar o papel desse grupo, que constitui-se um indicador importante na construção da política (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004) já que permite a presença de diversos sujeitos como as cooperativas, as incubadoras e o Estado, ou seja, a estrutura de Estado está presente enquanto um indicador importante a ser considerado, quando observamos o investimento da PMC nas cooperativas e suas demandas ao longo desse período (HAM & HILL, 1984).

Observamos que a experiência de Campinas utilizou convênios com incubadoras de cooperativas populares entre 2001 e 2004 e em 2005 iniciou o processo de estruturação de um modelo misto, ao organizar uma Incubadora Municipal. É fato que o processo educativo desenvolvido pelas Incubadoras foi crucial para a formação, na prática, da consciência associativista e de autogestão priorizada pelo Programa. Fez avançar o conhecimento dos trabalhadores nelas envolvidos sobre o processo administrativo, financeiro e de relações democráticas internamente aos empreendimentos.

Quando avaliamos o financiamento público efetuado, percebemos que uma política pública de geração de renda pode vir a ser um vetor de desenvolvimento sustentável (ONU, 1987; BRYAN e COUTO, 2005), entretanto, a aplicação dessa política pública em Campinas não permite categorizá-la como tal.

O primeiro elemento que permite essa afirmativa refere-se à aplicação muito baixa de recursos em relação ao total do orçamento/ano do município, apesar de haver financiamento constante ao longo dos sete anos estudados. Se tomarmos o orçamento de 2007[16] (R$ 1.950.321.751,00) como exemplo dessa afirmativa, veremos que o aplicado no Programa situa-se em torno de 0,1% do total dos investimentos públicos aplicados nos empreendimentos solidários de 2001-2007 (R$ 2.142.845,00).

Em segundo lugar e em relação com a primeira consideração tem a ver com o fato da participação econômica e social das cooperativas no município ser residual frente aos processos econômicos desenvolvidos pelo mercado e pela própria Prefeitura, ou seja, o financiamento da política pública deve ser institucionalizado pelo Estado em nível Federal, descendo para Estados e Municípios (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004; SINGER e SOUZA, 2003) e ser bem mais robusto.

Assim, se o marco legal implantado desde a Lei 10.039 de 09 de abril de 1999 foi fundamental e desobstruiu os óbices para a aplicação de recursos

(LEBOUTTE, 2003), é possível detectar problemas a serem enfrentados para que a política pública se materialize efetivamente como desenvolvimento sustentável. Um desses elementos apareceu na precariedade da coleta seletiva praticada pela PMC ao longo dos últimos cinco anos já que, para as cooperativas fomentadas, esse processo é condição fundamental para que haja sustentabilidade. A precariedade ocorre em termos de estrutura de coleta, de divulgação e comunicação com a população sobre o programa, ma também dos espaços de triagem.

Esses aspectos têm a ver com a limitação histórica do papel do Estado na definição de políticas públicas em nossa sociedade, agravando-se ainda mais na atualidade, tendo em vista a condução neoliberal que busca desresponsabilizar o Estado pelo financiamento dessas políticas. A nosso ver, Ham & Hill (2004) estão corretos quando apontam a dificuldade de se alterar o *status quo* do Estado, que é voltado prioritariamente ao atendimento dos interesses do mercado e a manter e aumentar o poder da burocracia estatal. Assim, embora a experiência de Campinas seja extremamente positiva, esses elementos, colocados em estreita conexão, permitem que caracterizemos a política pública de geração de trabalho e renda aqui relatada como em construção, ainda instável e com perfil de política de governo e não de Estado.

Referências

BERTUCCI, A. A., SILVA, R. M. A. (Orgs.). *20 Anos de Economia Popular Solidária: Trajetória da Cáritas Brasileira dos PACs à EPS*. Brasília, Cáritas Brasileira: 2003.

BRYAN, N. A. P., COUTO, A. P. (Orgs.). Conhecimento e Desenvolvimento Sustentável: dos problemas societais aos fundamentos multidisciplinares. In: BRYAN, N. A. P. (org), *Desenvolvimento e Desenvolvimento Sustentável: metamorfoses do conceito e as suas relações com a Educação*. Covilhã, Portugal: UBI, Campinas, SP: UNICAMP, Gráf. FE: 2005.

[16] LEI Nº 12.798 DE 27 DE DEZEMBRO DE 2006 (Publicação DOM de 30/12/2006:02). Dispõe sobre o Orçamento Programa do Município de Campinas para o Exercício de 2007. http://www.campinas.sp.gov.br/bibjuri/lei12798.htm. Acesso em 08/09/2011.

FRANÇA FILHO, G. C., LAVILLE, J. L. *Economia Solidária: Uma Abordagem Internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRJ: 2004.

_____ MEDEIROS, A., MAGNEN, J. P. *Ação Pública e Economia Solidária: uma perspectiva internacional*. Porto Alegre. Editora UFRGS: 2006.

HAM, C. & HILL, M. *The Policy Process in the Modern Capitalist State*. New York: Ed. Harvester; 1984.

LEBOUTTE, P. *Economia Popular Solidária e Políticas Públicas: a Experiência Pioneira do Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro, ITCP/COPPE: 2003.

MARCONSIN, A. F. *Política pública de economia solidária* : uma política em construção. Tese (doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação. Campinas, SP: 333 p, 2008.

ONU. Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1987). *Nosso Futuro Comum.* Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1988

POCHMANN, M. *Proteção Social na Periferia do Capitalismo, Considerações sobre o Brasil*. São Paulo em Perspectiva, 18 (2): 2004.

SINGER, P. *Utopia Militante*. São Paulo: Vozes, 1998.

_____. *Introdução à Economia Solidária. São Paulo*: Fundação Perseu Abramo: 2002.

SINGER, P.; SOUZA, A. R. *A Economia Solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego*. São Paulo, Contexto: 2003.

TELLES, V. S. Sociedade civil e a Construção de Espaços Públicos. In DAGNINO, E. (org.) *Anos 90, política e sociedade no Brasil*. São Paulo, Ed. Brasiliense: 1994.

COMUNICAÇÃO E QUALIDADE DE VIDA:
a construção de um portal corporativo sobre estilo de vida

Communication and quality of life:
the construction of a corporate portal on healthy lifestyle

GUERRA, Ana Káthia
Faculdade de Jaguariúna

CALDAS, Graça
Faculdades Metropolitanas de Campinas

RESUMO: A busca por resultados de negócio, as novas tecnologias exigindo dos profissionais uma constante reciclagem independente de sua área de atuação e o excesso de oferta de trabalho para a demanda das empresas têm provocado mudanças estruturais nas organizações, influenciando diretamente o bem-estar dos cidadãos. Este estudo objetivou verificar o nível de atividade física do trabalhador e a influência de programas de qualidade de vida no trabalho (PQVT) para a manutenção de um estilo de vida ativa. O ponto de partida foi a discussão da criação de um portal corporativo para disseminar o conhecimento sobre os benefícios da manutenção de um estilo de vida ativa como meio de agregar valor aos Programas de Qualidade de Vida, em particular aos Programas de Ginástica Laboral desenvolvidos pela Labor Fit. Estender o acesso à informação aos familiares dos funcionários é, sem dúvida, uma importante ferramenta de estímulo na manutenção dos novos hábitos adquiridos.

Palavras-chave: Comunicação; Multimídia; Portal Corporativo; Saúde; Qualidade de Vida.

ABSTRACT: The search for results of business, new technologies for professionals requiring a constant recycling independent of their area of expertise and the excessive supply of work for the demand of enterprises has caused structural changes in organizations, directly affecting the welfare of the citizens. This study aimed to verify the physical activity level of the worker and

the influence of programs for the quality of life at work (PQVT) for the maintenance of a lifestyle active. The starting point was the discussion of the creation of a corporate portal to disseminate knowledge about the benefits of maintaining a healthy lifestyle active as a means of adding value to the programs Quality of Life, in particular the Labour Gymnastics Programs developed by Labor Fit. Extend access to information to the relatives of officials is undoubtedly an important tool for stimulating the maintenance of the new habits.

Keywords: Communication; Multimedia; Corporate Portal; Health; Quality of Life.

1. INTRODUÇÃO

Promoção de Saúde e Qualidade de Vida são compromissos adotados pelas empresas de sucesso que desejam manter uma posição de liderança no mercado por meio do investimento nas pessoas, sejam elas clientes internos ou externos (LADEIRA, 2002).

A Organização Mundial da Saúde[17] (OMS) afirma que a qualidade de vida em Saúde não é um conceito restrito apenas à ausência de sintomas, mas sim, a uma harmonia dinâmica entre o indivíduo, sua família, seu trabalho e sua comunidade. Pressupõe conhecimento, conscientização e mudança de atitude, enfim a busca constante do bem-estar geral.

RIO & PIRES (1999, p. 128) definem saúde do trabalhador como: “Bem-Estar Físico e Psíquico, capacidade de interação construtiva com o mundo, capacidade de ação. A saúde não é apenas uma condição fundamental para a Qualidade de Vida, mas também sua expressão mais evidente”. Portanto, a

[17] A Organização Mundial da Saúde (OMS) é uma agência especializada em saúde, fundada em 7 de abril de 1948 e subordinada à Organização das Nações Unidas (ONU). Segundo sua constituição, a OMS tem por objetivo desenvolver ao máximo possível o nível de saúde de todos os povos. A proposta de criação da OMS foi de autoria dos delegados do Brasil, que propuseram o estabelecimento de um "organismo internacional de saúde pública de alcance mundial”. Desde então, Brasil e a OMS desenvolvem intensa cooperação.

saúde pode ser entendida como bem-estar-bio-psico-social do indivíduo, relacionado também à condição do trabalho.

No Brasil, o impulso para a melhoria do desempenho operacional e organizacional tem feito várias empresas de diferentes setores e tamanhos, optarem pela implantação dos chamados Programas de Qualidade de Vida no Trabalho (PQVT). Entretanto, com a importância que a questão vem assumindo no ambiente de trabalho e no contexto empresarial, autores como NEVES (1993, p. 276) e MÔNACO (1998, p. 294) questionam como esses programas tratam a questão do trabalho argumentando que:

> O trabalho não pode ser compreendido apenas sob a ótica do processo gestionário, e a empresa não pode estar desvinculada da sociedade. Pensar uma política de qualidade nas empresas implica pensar na qualidade de vida de seus trabalhadores, no efetivo exercício de seus direitos trabalhistas, consolidando cada vez mais as instituições da sociedade para afirmação do processo democrático na sociedade brasileira (MÔNACO, 1998, p. 294).

Considerando o contexto exposto, a revisão da literatura existente e a análise do mapeamento do nível de atividade física de uma população amostral pré-definida e reflexões sobre pesquisas associadas, algumas questões são colocadas neste estudo: O estilo de vida interfere na boa condição de saúde do trabalhador? Os PQVT influenciam na manutenção de um estilo de vida ativa? Tem reflexo no comportamento dos familiares?

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo geral

Verificar o nível de atividade física do trabalhador e a influência de programas de qualidade de vida no trabalho (PQVT) para a manutenção de um estilo de vida ativa e examinar o papel de um Portal Corporativo sobre Qualidade de Vida para a mudança no estilo de vida das pessoas.

2.2. Objetivos específicos

- Conceituar qualidade de vida nas empresas;
- Verificar o nível de atividade física dos trabalhadores e a relação do estilo de vida ativa para a manutenção da saúde e seus benefícios no combate ao estresse ocupacional;
- Iniciar o planejamento de um portal corporativo sobre estilo de vida;
- Examinar o impacto (custos e benefícios) para os trabalhadores e as corporações com a implantação de Programas de Qualidade de Vida no Trabalho (PQVT).

3. JUSTIFICATIVA

A qualidade de vida está diretamente relacionada ao estilo de vida das pessoas, tendo repercussão direta no bem-estar físico e emocional. Atualmente, é um dos temas mais comentados e discutidos no mundo inteiro. Não é por acaso, portanto, que as empresas modernas têm procurado inserir no ambiente de trabalho Programas de Qualidade de Vida.

Couto (2001) afirma que a qualidade de vida dos funcionários é um novo paradigma da administração moderna. Do presidente da empresa aos CEOs – Chief Executive Officer, a preocupação com o bem-estar dos funcionários passa por pesquisas de clima organizacional e a construção e consolidação da imagem institucional. Saber administrar as alterações nas empresas faz parte das competências essenciais dos gestores. É necessário, ao mesmo tempo, gerar resultados com a manutenção ou aumento de produtividade e preservar a equipe.

Estilo de Vida é o fator-chave para a manutenção da saúde, pois é ele que empobrece a saúde e desfavorece a qualidade de vida. Mas não são somente os fatores de ordem física que afetam a capacidade do indivíduo manter-se saudável: a falta de objetivos definidos, a vida afetiva vazia, a fé pouco consistente e a ansiedade fora de controle também podem levá-lo a um estado de doença porque a saúde está relacionada com a pessoa inteira: corpo, mente e espírito, ou seja, todas as dimensões do ser humano. Portanto,

quando estas dimensões funcionam em harmonia, temos uma base sólida para a construção de uma ótima saúde (LADEIRA, 2002).

Segundo esse enfoque, saúde não é apenas ausência de doenças, mas também o completo bem-estar biológico, psicológico e social. Esta definição, adotada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 1986, abre espaço significativo para a compreensão e administração de fatores psicossociais na vida moderna, especialmente no ambiente de trabalho. Um desses fatores é o estresse.

Justifica-se, portanto, a inegável condição de que para um ser humano traçar seus objetivos e metas ele precisa acima de tudo de informação. A participação em Programas de Qualidade de Vida possibilita a proximidade e o acesso a informações e conhecimentos sobre diversos temas relacionados ao estilo de vida como a prática de atividade física e o combate ao sedentarismo. Através de um programa de educação continuada orientada por um portal corporativo, este acesso pode ser extensivo à família. O Portal Corporativo de Qualidade de Vida pode, portanto, transformar-se em uma importante ferramenta de estímulo na criação e consolidação de novos hábitos adquiridos no cotidiano, em diferentes ambientes, seja no profissional ou pessoal.

4. POPULAÇÃO AMOSTRAL E METODOLOGIA

4.1. Histórico da empresa Elektro Eletricidade e Serviços S.A.

A Elektro Eletricidade e Serviços S.A., empresa escolhida para o desenvolvimento deste estudo, é uma das maiores empresas distribuidoras de energia elétrica do Brasil. Foi constituída em 6 de janeiro de 1998, durante o programa estadual de privatização da rede de distribuição de energia elétrica da CESP (Companhia Energética de São Paulo). Em 17 de julho daquele mesmo ano, o controle acionário da empresa, que até então era do Governo do Estado de São Paulo, foi adquirido pela americana ENRON.

A Segurança é o principal valor da Elektro. Ela permeia toda a organização institucional e está presente nas políticas relacionadas aos colaboradores, aos clientes, aos fornecedores, à tecnologia e ao meio ambiente.

Um exemplo é que a Elektro foi pioneira na implementação do procedimento conhecido como "Passo Padrão", que orienta todo o trabalho operacional, determinando a quantidade necessária de empregados, recursos exigidos, ferramentas, tempo de realização da tarefa e controle dos riscos.

O treinamento dos profissionais é outro ponto fundamental para prevenir acidentes e, por isso, a Elektro mantém um Centro de Excelência para treinamento, onde todos os eletricistas são capacitados para o trabalho em campo. Considerado uma referência no setor elétrico, o Centro é utilizado também como local de preparação para funcionários de outras empresas.

Além das ações voltadas à segurança, a empresa mantém vários programas com foco na saúde. Exame médico periódico, vacinações, campanhas sobre os riscos do tabagismo e ginástica laboral são alguns exemplos do trabalho desenvolvido visando à Qualidade de Vida dos funcionários.

4.2. Metodologia

A pesquisa desenvolvida para este projeto é de natureza descritiva, bibliográfica e de campo. Appolinário (2006, p. 62) diz que o estudo descritivo tem a finalidade de descrever a realidade sem nela interferir. Para o mesmo autor, os estudos bibliográficos usam basicamente as contribuições dos autores sobre determinado assunto, baseada em material já elaborado, disponível em diversas fontes.

A apresentação dos dados obtidos ocorreu de forma que o contexto do estudo fosse mantido. A análise dos resultados teve um tratamento capaz de fundamentar, sistematizar e relacionar entre si as informações originadas das fontes de consulta.

 ISSN 1679-8902

Os dados primários foram coletados por meio de uma pesquisa exploratória, via levantamento bibliográfico e a aplicação de questionário na cidade de Campinas/SP, exclusivamente na sede corporativa da empresa Elektro Eletricidade e Serviços S.A., onde definimos uma população alvo dentre seus funcionários.

O método de coleta de dados foi qualitativo e realizado em duas etapas:

- A 1º etapa foi por meio de uma entrevista semi-estruturada aplicada aos gestores responsáveis pelo Programa de Ginástica Laboral da empresa;
- A 2ª etapa se deu através da aplicação do Questionário IPAQ[18] Versão Curta, à população-alvo definida dentre seus funcionários.

Em sua sede, a Elektro possui em média 650 funcionários. Deste total foi selecionada aleatoriamente a amostragem e mapeada da seguinte forma:

- Total de trabalhadores avaliados = 378 (58,0% do total de funcionários).
  - Trabalhadores do sexo masculino = 267 (70,6%)
  - Trabalhadores do sexo feminino = 111 (29,4%)

A pesquisa foi exclusivamente diagnóstica e o plano de análise dos dados coletados realizado por meio de gráficos e análises estatísticas, a partir do referencial teórico e das observações de campo durante o período de estágio realizado na referida empresa, de Janeiro a Dezembro de 2007.

Paralelamente, houve a implantação do Projeto Ações de Conscientização[19], a partir de Janeiro/2007 com o objetivo de estimular os funcionários da empresa à prática da Ginástica Laboral e da atividade física em

[18] O IPAQ (International Physical Activity Questionnaire) é um questionário internacional de atividade física proposto pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 1998 e que pretende servir como um instrumento mundial para determinar o nível de atividade física em nível populacional.

[19] Projeto desenvolvido nos clientes Labor Fit em virtude da necessidade de informação aos colaboradores sobre temas focados à qualidade de vida e atividade física em geral. As ações do projeto envolvem mini-palestras e divulgações via templates para mural e intranet, variando de acordo com disponibilidade e interesse de cada cliente. Todas as atividades do Projeto são parte integrante do Programa de Ginástica Laboral. Este projeto não é extensivo à família.

geral, utilizando como fator motivacional a aquisição de conhecimentos sobre atividade física e sua aplicação para a melhoria da qualidade de vida diária.

Este projeto impulsionou o desenvolvimento deste estudo para a idealização e planejamento de um portal corporativo sobre estilo de vida que atendesse a este objetivo e também pudesse ser um instrumento de acesso à informação sobre estilo de vida aos familiares desses funcionários.

5. UM BREVE HISTÓRICO SOBRE QUALIDADE DE VIDA (QV)

5.1. Qualidade de vida dentro e fora do trabalho

Como afirma Handy apud Rodrigues (1994, p. 93), "o trabalho organizacional é vital e pode ser visto como parte inseparável da vida humana. E a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) influencia ou é influenciada por vários aspectos da vida fora do trabalho. Logo, se faz necessária uma análise da vida do trabalhador fora do meio organizacional, para que possa ser aferida a importância e interligação dessas 'duas' vidas", que do ponto de vista da saúde, precisa ser desenvolvida de forma que uma possa manter o equilíbrio da outra.

Embora vários autores e instituições abordem o termo Qualidade de Vida e até mesmo busquem contribuir para a evolução de seu conceito, é consensual que a satisfação no trabalho não ocorre isolada da vida do indivíduo como um todo, daí a importância de uma visão holística do indivíduo em seus diferentes ambientes para uma integração harmônica, bem como, compreender o papel do estilo de vida na manutenção da saúde.

Pesquisa realizada por Rodrigues (1994, p. 97) indica que "a família ou a vida fora do trabalho como os primeiros em maiores motivos para a Qualidade de Vida. O trabalho aparece em segundo plano, ou seja, "atividades fora do trabalho" em 1ª posição; "vida familiar" em 2ª; "padrão de vida" (que depende do trabalho) em 3ª; e trabalho em 4º lugar. Mas, 50,0% dos entrevistados nesta mesma amostra concordam que a maioria das coisas que acontecem em suas

vidas envolve diretamente ou indiretamente seus funcionários". Esta pesquisa foi realizada com um grupo de 50 empresas brasileiras, apenas para liderança em 2º grau (líderes, supervisores e gerentes) com uma amostragem de 1.500 entrevistados.

5.2. Qualidade de vida no trabalho (QVT)

A QVT é vista como um movimento de reação ao rigor dos métodos Tayloristas e Fordistas[20], conseqüentemente como uma forma de propiciar maior humanização do trabalho, aumento do bem-estar dos trabalhadores, melhores condições de trabalho e maior participação dos trabalhadores no contexto das organizações.

> Inicialmente, a QVT foi definida em termos de reação e/ou percepção das pessoas em relação ao trabalho, particularmente aos resultados individuais relacionados à satisfação com as tarefas e saúde mental. O foco era dirigido, portanto, às conseqüências pessoais e à forma de enriquecer tal atividade, tendo em vista à satisfação das necessidades individuais". "Mais tarde, a QVT foi concebida como abordagem ou método. Ela passou a ser definida em termos de técnicas e métodos específicos usados para reelaborar o trabalho, como o enriquecimento do conteúdo da tarefa, grupos de trabalhos autônomos, dentre outros". "Em seguida, a QVT foi conceituada como um movimento, uma ideologia a ser promovida em função de seus valores sociais positivos. Termos como administração participativa e democracia industrial caracterizam essa ideologia". "Enfim, a QVT também foi definida como um conceito global incluindo todos os tipos de programas e perspectivas que visam a competição externa, programas de qualidade ou, mesmo, questões que lidam com a insatisfação de empregados (PAIVA, 1999, p. 185).

A QVT, de acordo com Chiavenato (1999, p. 391) "representa em que graus os membros da organização são capazes de satisfazer suas necessidades pessoais através do seu trabalho na organização". Em seguida, o mesmo autor destaca os fatores envolvidos na QVT: "a satisfação com o trabalho executado; as possibilidades de futuro na organização; o

[20] O Taylorismo tem como características a intensificação da divisão do trabalho, ou seja, o fracionamento das etapas do processo produtivo de modo que o trabalhador desenvolvesse tarefas ultra-especializadas e repetitivas, diferenciando o trabalho intelectual do trabalho manual, fazendo um controle sobre o tempo gasto em cada tarefa. Já o Fordismo, absorveu aspectos do taylorismo, mas consistia em organizar a linha de montagem de cada fábrica para produzir mais, controlando melhor as fontes de matérias-primas e de energia, os transportes, a formação da mão-de-obra através de três princípios básicos: da intensificação, da Economia e da Produtividade.

reconhecimento pelos resultados alcançados; o salário recebido; os benefícios auferidos; o relacionamento humano dentro do grupo e da organização; o ambiente psicológico e físico do trabalho; a liberdade e responsabilidade de decidir e as possibilidades de participar".

Para Silva & De Marchi (1997, p. 10-13), a adoção de programas de qualidade de vida e promoção da saúde proporcionariam ao indivíduo maior resistência ao estresse, maior estabilidade emocional, maior motivação, maior eficiência no trabalho, melhor auto-imagem e melhor relacionamento. Por outro lado, as empresas seriam beneficiadas com uma força de trabalho mais saudável, menor absenteísmo/rotatividade, menor número de acidentes, menor custo de saúde assistencial, maior produtividade, melhor imagem e, por último, um melhor ambiente.

De modo geral, qualidade de vida no trabalho diz respeito à renda capaz de satisfazer às expectativas pessoais e sociais; orgulho pelo trabalho realizado; vida emocional satisfatória; auto-estima; imagem da empresa/instituição junto a opinião pública; equilíbrio entre trabalho e lazer; horários e condições a de trabalho sensatos; oportunidades e perspectivas de carreira; possibilidade de uso do potencial; respeito aos direitos; justiça nas recompensas.

Tem sido definida de diferentes formas por diversos autores, no entanto, praticamente todas as definições têm em comum que este movimento visa propiciar maior humanização do trabalho. Viver com qualidade de vida implica, portanto, em saber manter o equilíbrio no dia-a-dia, procurando sempre melhorar o processo de interiorização de hábitos saudáveis. Dessa forma, aumenta a capacidade de enfrentar pressões e dissabores e vivendo mais consciente e harmônico em relação ao meio ambiente, às pessoas e a si próprio.

Atualmente, nota-se o esforço das organizações pela sobrevivência, buscando mudanças de paradigmas nos modelos capitalistas e administrativos para equacionar a busca do lucro empresarial com a redução do desgaste e os sacrifícios impostos aos trabalhadores. Para isto são desenvolvidas técnicas de

reengenharia incluindo o processo de humanização nas empresas, mudanças que têm ajudado, também, na melhoria da imagem institucional. Percebe-se, então, a grande preocupação na criação e aprimoramento constante de propostas de gestão que atendam às necessidades dos trabalhadores e, ao mesmo tempo, dêem resultados satisfatórios aos investidores. A qualidade de vida tem se tornado uma importante ferramenta de gestão.

5.3. Os programas de qualidade de vida (PQV)

A implantação dos Programas de Qualidade de Vida nas empresas tem crescido consideravelmente nos últimos anos. Segundo Alvarez (2002), na sociedade atual existe um interesse cada vez maior sobre "qualidade de vida", especialmente no setor empresarial, uma vez que para a obtenção do certificado de "Qualidade Total" faz-se necessário proporcionar conforto, bem-estar, segurança e um nível de satisfação no trabalho. Essas exigências estão na Norma Regulamentadora 17 (NR17), publicada em 1978, e modernizada em 1990.

Conforme a Associação Brasileira de Qualidade de Vida[21] – ABQV (1995), nos Estados Unidos, as 500 maiores empresas têm programas estruturados sobre qualidade de vida, e pelo menos 80,0% das companhias americanas desenvolvem algum tipo de ação nesse sentido. Afinal, de acordo com Almeida (1997), quanto melhor a qualidade de vida, maiores são as condições que alguém possui de realizar e externar todas as suas potencialidades dentro e fora do trabalho.

Segundo dados da ABQV (1995), nos Estados Unidos foi realizado um diagnóstico e da experiência de grandes empresas americanas nos últimos 18 anos e os principais pontos observados foram:

1. Qualidade de vida, atualmente, faz parte da estratégia das organizações;

[21] A ABQV é uma entidade sem fins lucrativos e que tem como missão promover a interação e desenvolvimento de profissionais multidisciplinares voltados para atuação em Qualidade de Vida, divulgando tendências, provocando discussões, reflexões e formando opiniões balizadoras de estilo de vida em ambientes saudáveis.

2. Antes de implantar programas de qualidade de vida é preciso diagnosticar as necessidades, prioridades, metas e desenvolvimento dos objetivos a serem atingidos;
3. O sucesso dos programas depende do comprometimento das lideranças;
4. Entusiasmo e autenticidade na comunicação são indispensáveis para se obter adesão ao programa e disseminar a consciência da saúde;
5. É fundamental que as áreas relacionadas à saúde desenvolvam um trabalho integrado.

Outro ponto que merece ser destacado é que grande parte das empresas procuram implantar Programas de Saúde e Qualidade de Vida, como a Ginástica Laboral e a Ergonomia[22], em busca da diminuição de seus índices de absenteísmo com muito sucesso. Conforme Couto (1987, p. 53), este não é um problema de análise simples, a ponto de não ser prudente que o médico do trabalho assuma a responsabilidade de redução do absenteísmo, porque se trabalhar sozinho, certamente irá falhar. A abordagem do problema é complexa e exige um trabalho multiprofissional na empresa. Porém, o autor ressalta que "... há uma concordância: à medida que a empresa dedica maior atenção aos empregados, há uma tendência do absentismo diminuir".

Vale finalmente ressaltar que, apesar do esforço e das evidências práticas quanto à contribuição dos Programas de Qualidade de Vida para as empresas, deve-se considerar que há um longo caminho a ser percorrido até que se possa de fato crer que as organizações estejam realmente preocupadas com a saúde e o bem-estar de seus funcionários. Isto porque, a busca desenfreada pelo acúmulo de capital ainda é um fator imperativo para grande parte das empresas.

Nos últimos anos, a imposição da responsabilidade social às empresas tem gerado programas educativos e ambientais que resultam na melhoria da

[22] Segundo FONTES (2001) a Ginástica Laboral é uma atividade física diária, realizada durante a jornada de trabalho, com exercícios de compensação aos movimentos repetitivos, à ausência de movimentos ou posturas incorretas durante o período de trabalho e que tem como objetivo promover adaptações fisiológicas, físicas e psíquicas, por meio de exercícios dirigidos e adequados ao ambiente de trabalho. Já a Ergonomia é o estudo científico de adaptação dos instrumentos, condições e ambiente de trabalho às capacidades psicofisiológicas, antropométricas e biomecânicas do homem.

imagem empresaria. Percebe-se que atualmente há o reconhecimento da importância de um tratamento humanístico nas relações trabalhistas, mesmo que permeado por muitas outras prioridades e interesses. A implantação de Programas de Qualidade de Vida nas empresas constitui-se, portanto, num novo diferencial de mercado e fator de competitividade empresarial.

5.4. Estilo de vida, atividade física e sedentarismo

Todas as facilidades que o modo de vida moderno proporciona às pessoas podem inicialmente parecer uma grande vantagem. No entanto, quando se analisa mais profundamente a relação custo-benefício, observa-se que a médio e longo prazo, as conseqüências não são tão vantajosas assim, e muito pelo contrário, podem ser até mesmo desastrosas (LIMA, 2003).

Hoje, a influência dos processos de globalização, a competitividade desenfreada do mercado financeiro, a quebra progressiva dos vínculos trabalhistas, com a substituição da pessoa física pela jurídica, a busca de resultados considerados inatingíveis, as novas tecnologias exigindo dos profissionais uma constante reciclagem independente de sua área de atuação e o excesso de oferta de trabalho para a demanda das empresas tem provocado mudanças estruturais na organização do trabalho influenciando diretamente no bem-estar de cada um de nós (CARNEIRO, 1999).

Dados epidemiológicos levantados por Haskell (1994) sobre a influência de diferentes fatores evidenciam a grande importância do estilo de vida adotado pelo indivíduo. Os fatores levados em consideração são aqueles ligados à assistência à saúde, aos aspectos biológicos, ao meio ambiente a ao estilo de vida. Este último é apontado como responsável por 54,0% dos infartos, 50,0% dos acidentes vasculares cerebrais e até 34,0% dos cânceres.

Os dados confirmam a importância de promover na população um estilo de vida mais ativo como um instrumento valioso na melhoria nos padrões de saúde. Por outro lado, em termos de saúde pública, trabalhos recentes demonstram que o impacto mais benéfico do exercício acontece quando este é realizado em intensidade leve ou moderado. Essas afirmações ocasionam um

grande alento para aqueles que apresentam um estilo de vida hipoativa, pois a mudança de hábitos mostrou-se fundamental para a diminuição dos índices do risco de morte e, por conseqüência, para uma melhor qualidade de vida (LIMA, 2003).

Neste sentido a OMS e os outros órgãos locais dos diversos países dos cinco continentes têm desenvolvido programas de promoção da atividade física como o Agita São Paulo[23], criado com o objetivo de aumentar o conhecimento da população sobre a relação atividade física-saúde, bem como, aumentar o nível desta atividade das pessoas. Estes programas visam à melhoria da saúde e, em última instância, uma melhor qualidade de vida.

A mensagem central destes programas está baseada em evidências científicas mais atuais e enfatiza que todo ser humano deveria realizar, pelo menos, 30 minutos de atividade física por dia. A atividade pode ser feita de uma só vez, de intensidade moderada na maior parte dos dias da semana, ou de forma acumulada em sessões de 15 ou até 10 minutos (PATÊ, 1995).

6. RESULTADOS DA PESQUISA NA ELEKTRO

O diagnóstico da Qualidade de Vida aplicado à Elektro Campinas, objeto deste estudo, no período de Janeiro a Dezembro de 2007, foi possível observar que do total de 378 funcionários avaliados, 160 (42,3%) pessoas eram Insuficientemente Ativas, 150 (39,7%) Ativas e 68 (18,0%) Muito Ativas, como pode ser verificado no Gráfico 1, abaixo. É possível verificar, somando as ativas com as muito ativas, que totalizam 57,7% do universo pesquisado, que a maioria desenvolve algum tipo de atividade.

Para melhor compreensão dos índices avaliados a definição de pessoas insuficientemente ativas, ativas e muito ativas, corresponde, respectivamente, a

[23] O Programa Agita São Paulo foi criado para combater o sedentarismo no Estado de São Paulo promovendo o nível de atividade física e o conhecimento dos benefícios de um estilo de vida ativa. O Agita São Paulo é o resultado de um convênio entre a Secretaria de Estado da Saúde e o Centro de Estudos do Laboratório de Aptidão Física de São Caetano do Sul (CELAFISCS), em parcerias que hoje envolvem mais de 200 instituições governamentais, não governamentais e empresas privadas.

uma pessoa sedentária, a uma pessoa que pratica atividade física esporadicamente e uma pessoa que pratica atividade física regularmente.

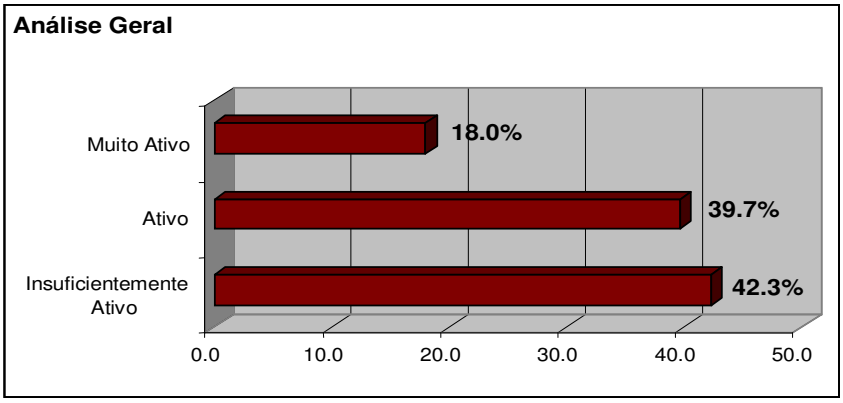


Figura 1 - Classificação geral - Fonte: Pesquisa desenvolvida para este estudo por GUERRA (2007).

Analisando os dados separadamente por sexo, temos um equilíbrio na classificação onde em média 40,0% dos funcionários do sexo masculino (107 pessoas) e feminino (44 pessoas) são Ativos (Figuras 2 e 3).

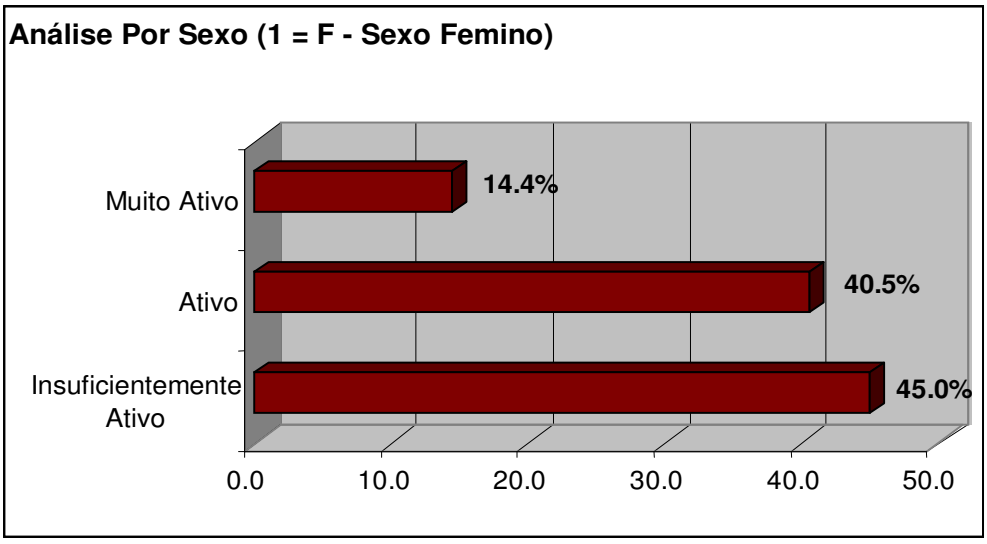


Figura 2 - Classificação dos funcionários do sexo feminino - Fonte: Pesquisa desenvolvida para este estudo por Guerra (2007).

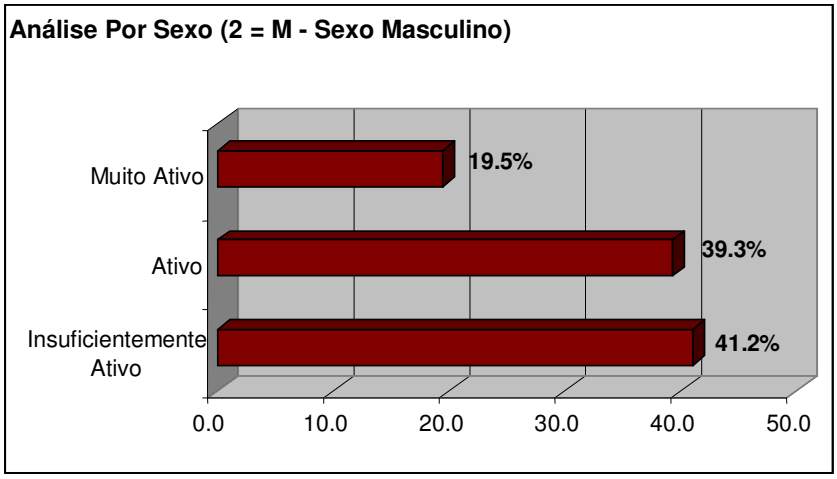


Figura 3 - Classificação dos funcionários do sexo masculino - Fonte: Pesquisa desenvolvida para este estudo por Guerra (2007).

Analisando os dados sob a ótica da implantação de PQVT, especificamente de Programa de Ginástica Laboral nas empresas e em particular o Programa Estar Bem Elektro [24], tem beneficiado muitos trabalhadores, uma vez que visa somar os esforços com pessoas e instituições conscientes da sua importância na prevenção, melhora e até solução de males ocasionados pelo estresse ocupacional.

Os profissionais de Educação Física, através da atividade física e, até mesmo, em parceria com as demais áreas voltadas à saúde e a de recursos humanos, são os agentes ideais para evitar que as pessoas percam parte de seu equilíbrio físico, mental e social. Isto porque, as atividades físicas e recreativas objetivam melhorar a qualidade de vida e aumentar a capacidade de resistência de gasto energético e físico exigidos pelo trabalho, assim como

[24] Em 2004, a Elektro criou o Programa Estar Bem Elektro, com ações em três vertentes: Saúde, Movimento e Cultura. O objeto deste estudo é a vertente Movimento que tem foco na atividade física. Nessa vertente, estão as academias de ginástica, as equipes de esportes, o Grupo Correr (Corredores Unidos Elektro), a participação nos Jois (Jogos Industriários do Sesi), Torneio dos Trabalhadores e competições internas, entre outros. O programa Estar Bem Elektro é oferecido gratuitamente a todos colaboradores da empresa. Para aqueles que trabalham na Sede Corporativa da companhia, em Campinas, a Elektro mantém uma academia própria com profissionais qualificados que acompanham e orientam os usuários. Já para os colaboradores que atuam nas Regionais de Andradina, Atibaia, Guarujá, Itanhaém, Limeira, Rio Claro, Tatuí e Votuporanga, a empresa fechou convênios com academias de ginástica. Além de melhorar a qualidade de vida dos participantes do programa, o Estar Bem Elektro

 ISSN 1679-8902

permitir a integração entre as pessoas (LIMA & COSTA, 2001). Dessa forma, podemos considerar que a prática de atividade física requer a dedicação de um tempo que atribuímos à saúde em geral.

O Programa de Ginástica Laboral permite colaborar com a melhoria da qualidade de vida ao orientar as pessoas para viverem melhor e exercerem o seu papel na comunidade em que estão inseridas. Cada profissional, independente da função que exerce, pode reavaliar seu modo de pensar, organizar seu tempo, espaço e atuação, ter uma alimentação saudável e momentos de descontração, em que todos esses itens reunidos constituam um conjunto de fatores que nos protejam de vilões que estão associados à males a saúde, e que denominamos como sinais de estresse. Estes foram os principais benefícios conquistados com o Projeto Ações de Conscientização: conhecimento e informação ao alcance de todos, aplicado no Programa de Ginástica Laboral Elektro, Vertente Movimento do Programa Estar Bem Elektro.

7. A CONSTRUÇÃO DO PORTAL CORPORATIVO

7.1. Conceito de portal corporativo

Segundo Freitas, Quintanilla e Nogueira (2004) pode-se definir um portal corporativo como sendo uma plataforma tecnológica que reúne um conjunto de ferramentas de comunicação, colaboração, conhecimento e produtividade, e que é capaz de: proporcionar às empresas a infra-estrutura necessária para dar apoio nas transformações de seus modelos de negócios; prover dados, informações, conhecimentos, e; promover a interação entre profissionais, clientes, parceiros e fornecedores que compartilham de interesses comuns, em uma única interface *Web*.

Pode-se afirmar que um portal corporativo é um *site*, destinado às organizações e que possui um único ponto de acesso para todas as fontes de informações, sejam elas estruturadas ou não. Proporcionam facilidades de

também contribuiu para melhorar o desempenho dos colaboradores no trabalho, promover uma melhor integração e relacionamento das pessoas e um melhor clima organizacional na empresa.

obtenção e manutenção da informação e permitem a integração e compatibilização de dados e informações. O objetivo do Portal Corporativo é disseminar o conhecimento como meio para as empresas administrarem suas informações e facilitar a tomada de decisões de negócios, além de atender às expectativas funcionais dos usuários, sendo considerado um ambiente estratégico e essencial para permitir uma efetiva comunicação e interação interna e externa da organização.

7.2. O portal corporativo "Estilo Labor Fit"

A construção do Portal Corporativo surgiu com a necessidade de levar aos Clientes Labor Fit, empresa especializada em consultoria de programas de qualidade de vida para corporações, informações e conteúdos mais específicos sobre qualidade de vida como meio complementar ao estímulo a prática regular de atividades físicas no ambiente de trabalho, além de ampliar estes benefícios às famílias dos funcionários.

O estímulo para esta construção partiu do Projeto Ações de Conscientização, atividade desenvolvida como parte integrante do Programa de Ginástica Laboral dos clientes Labor Fit. Com início em Janeiro/2007, este projeto teve um resultado muito positivo e trouxe como principal feedback a necessidade de oferecer mais informações aos funcionários, assim como a seus familiares.

Uma ação futura deste projeto piloto é criar um novo serviço que disponibilize informações aos familiares dos funcionários das empresas clientes da Labor Fit, a fim de que estes possam ser multiplicadores de informação e grandes incentivadores de um estilo de vida mais ativa também e, principalmente, fora do ambiente de trabalho e/ou nos momentos de lazer. O projeto do Portal Corporativo da Labor Fit teve como principais objetivos:

- Possibilitar o conhecimento sobre diversos temas relacionados ao estilo de vida como a prática de atividade física e o combate ao sedentarismo, através de um programa de educação continuada via portal corporativo para clientes Labor Fit;

 ISSN 1679-8902

- Estender o acesso e conteúdos do Portal aos familiares dos funcionários Clientes da Labor Fit para que sejam ferramentas de estímulo na criação e manutenção de novos hábitos adquiridos;
- Possibilitar o estímulo à prática da atividade física para minimizar doenças ocupacionais que ocorrem em decorrência da falta de continuidade de ações corretivas desenvolvidas dentro do ambiente corporativo, como o estresse ocupacional.

As principais ferramentas utilizadas na construção do projeto piloto do Portal Corporativo "Estilo Labor Fit" foram:

Tabela 1. Ferramentas utilizadas na construção do portal

Módulos Selecionados	**Funcionalidade**
Home	Chamar atenção às principais enquetes e conteúdos postados no portal.
Calendário	Atualização de eventos da Labor Fit e datas comemorativas importantes sobre Qualidade de Vida.
Conteúdo	Inserir as principais informações sobre estilo de vida e atividade física em geral.
Enciclopédia	Disponibilizar conceitos dos principais termos técnicos utilizados nos conteúdos e enquetes, o que facilitará a leitura e interpretação dos artigos publicados.
Enquetes	Conhecer e mapear a opinião do público-alvo e direcionar as ações de interatividade do portal e dos conteúdos divulgados.
Estatísticas	Identificar as características do público-alvo como acesso, horários, preferências, etc. Será utilizado como suporte direto para a criação de novas enquetes e conteúdos.
Sua Conta	Orientar o usuário na utilização e acesso ao portal e suas principais ferramentas.
Ações Futuras (previstas para ampliação do Portal)	
Módulos Selecionados	**Funcionalidade**
Podcast	Apresentar vídeo aulas de atividade física para todas as idades.
Em cartaz	Divulgar e oferecer cursos e palestras sobre Qualidade de Vida.
Chat	Tirar dúvidas e proporcionar um canal aberto de comunicação com profissionais de diversas áreas (Nutrição, Educação Física, Fisioterapia, etc.) com informações sobre estilo de vida e atividade física em geral.

Fonte: GUERRA, 2008, adaptado do gerenciador de conteúdo PHP NUKE.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Campinas tornou-se um dos centros mais avançados de pesquisas sobre o estresse ocupacional e conta com um Laboratório de Estudos Psicofisiológicos do Estresse, um Centro Psicológico de Controle do Estresse e a PUC-Campinas já produziu 12 dissertações de Mestrado sobre este assunto. Deste modo, contrário ao que ocorre em muitas áreas da Psicologia, onde a produção do conhecimento é importada do exterior, o Brasil já conta com muitos especialistas que pesquisam e publicam sobre o estresse, entre eles Marilda Lipp, da PUC-Campinas.

Segundo Netto apud Ignacio (2001), o estresse é quase sempre motivado por estímulos externos que provêm do trabalho, do lar ou dos demais afazeres da vida. Estes estímulos agem no psicológico da pessoa, estimulando sentimentos como medo, raiva, ambição exagerada e culpa que irão provocar as conseqüências físicas e emocionais do estresse.

A Ginástica Laboral também atua na prevenção e no combate ao estresse, pois durante a atividade física o ser humano libera a endorfina, o que causa o bem-estar e alívio das tensões. Os exercícios, além da compensação física, também ajudam a reavaliar o modo de pensar, organizar seu tempo, espaço e atuação, compreensão, alimentação saudável, descontração, fatores preventivos dos sinais de estresse.

Os resultados da pesquisa IPAQ apontaram que o nível de atividade física do trabalhador da Elektro é satisfatório e considerado como estilo de vida ativa. O fundamental neste processo, quando se fala em Programas de Qualidade de Vida ou de Ginástica Laboral é que a informação é o principal aliado para a continuidade destas ações preventivas, além de ser uma ferramenta eficaz na gestão da saúde ocupacional.

A utilização de um Portal Corporativo facilita o acesso a estas informações, a qualquer hora ou dia da semana. Pode ser acessado em casa pelos funcionários e seus familiares. Desenvolve-se, assim, um processo motivacional rico em estímulos positivos para garantir a manutenção de um

estilo ativo e, conseqüentemente, a manutenção da saúde e da qualidade de vida do trabalhador.

8.1. Pesquisar continuamente

Este estudo possibilitou a reflexão sobre o papel desempenhado pelos PQVT, sua eficácia e como as informações sobre estilo de vida saudável podem ser multiplicadas. Um fator importante e pouco valorizado pelas empresas e gestores de PQVT é de que a família tem um papel fundamental neste processo e pode contribuir sobremaneira para o seu sucesso e aderência.

Outro ponto que chama atenção é o fato de muitas empresas optarem por contratar mão-de-obra desqualificada para o desenvolvimento deste tipo de programa, levando em consideração, na maioria das vezes, apenas o investimento feito e o quanto podem economizar para mantê-lo. Porém, desconhecem e/ou não praticam um estudo detalhado sobre o custo evitado com a redução de doenças e de afastamentos dos funcionários, a partir da implantação de PQVT. Não se percebe, claramente, o quanto esta análise é importante para justificar o investimento realizado em programas de qualidade de vida junto à Diretoria da empresa. Hoje, o custo evitado é um grande desafio para empresas que prestam serviços neste ramo de atuação.

Por último e não menos importante, é a dificuldade em comunicar os resultados obtidos com a implantação de PQVT para justificar sua manutenção. Esta ação estratégica cabe ao profissional de Comunicação para reforçar, com argumentos à direção da empresa, as possibilidades de ampliação para atendimento familiar dos benefícios de mudança de estilo de vida como uma importante ferramenta de estímulo para adesão às práticas propostas com os PQVT.

Este artigo relata os resultados preliminares de uma grande jornada cientifica que tem como intuito principal validar junto ao meio corporativo a inegável importância e o papel fundamental da prática regular e continua da atividade física no ambiente de trabalho. Ressalta, também, o papel dos portais

na construção da imagem corporativa e como meio facilitador de consolidação de atividades físicas no ambiente de trabalho e familiar, a partir do acesso a informações essenciais para a manutenção da saúde, da qualidade de vida e do bem-estar geral, tanto corporativo quanto pessoal.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, A. C. (1993) O estresse psicológico e o coração. *Arquivo Brasileiro de Cardiologia*, 60 (4) 211-214.

BASSO, A. L. *Ginástica laboral: perspectiva de difusão no pólo industrial de Piracicaba.* 1989. TCC – Faculdade de Educação Física – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro.

CARNEIRO, R. L., LIMA, F. V. *Flexibilidade: uma qualidade importante para a prevenção de lesão no esporte*. Brasília: INDESP, 1999.

CASAGRANDE, M. F. *Ginástica laboral nas empresas visando a prevenção por esforços repetitivos. Anuário Fitness Brasil,* São Paulo, 1997.

CHANLAT, J. F. *Modos de gestão, saúde e segurança no trabalho*. In: DAVEL, Eduardo, VASCONCELOS, João (Orgs.). Recursos humanos e subjetividade. Petrópolis: Vozes, 1995.

COUTO, H. A. *Informativo ergo*, n. 65/68, ago., set., out./2001; fev., mar.,/2002.

DIAS, M. F. M. *Ginástica laboral*. Revista Proteção, v. 26, 1999.

FREITAS, R. A.; QUINTANILLA, L. W.; NOGUEIRA, A. S. *Portais Corporativos:* uma ferramenta estratégica para gestão do conhecimento*.* Ed. Brasport Livros e Multimídia. Brasil. 2004

LADEIRA, D. M. L. *A ginástica laboral e seus impactos na saúde do trabalhador*. Pedro Leopoldo: Faculdade de Ciências Humanas de Pedro Leopoldo, 2002. (Dissertação - Mestrado Profissional em Administração).

LAURELL, A. C., NORIEGA, M*. Processo de produção e desgaste operário*. São Paulo: Hucitec, 1989.

LIMA, V. *Ginástica laboral: atividade física no ambiente de trabalho*. São Paulo: Phorte, 2003.

LIPP, M. E. N. *O estresse e suas implicações: estudos de psicologia (3-4):* 5-19, 1984.

LUTUFFO, Z. *Controle de stress e crescimento pessoal.* In.: OLIVEIRA, M. Org. *Disfunções do comportamento na organização... e como tratá-las.* São Paulo, 1987.

RIO, R. P., PIRES, L. *Ergonomia: fundamentos da prática ergonômica*. Belo Horizonte: Heath, 1999.

ROSSI, A. M. *Autocontrole: nova maneira de controlar o stress.* 2a. edição. RJ: Editora Rosa dos Tempos, 1991.

SÃO PAULO. *Agita SP. http://* www.agitasp.com.br. Acesso em 20 nov. 2007.

SÃO PAULO. *Agita SP. http://* www.celafiscs.com.br/n. Acesso em 10 dez. 2007.

SÃO PAULO. *Agita SP. http://* www.agitasp.com.br/agitamundo. Acesso em 22 jan. 2008.

SELYE, H. *Stress: a tensão da vida.* 2a. edição. São Paulo, 1965.

SILVA, A. C. A. *Estresse em Bancários: Qualidade de Vida, Estresse e Estressores Presentes em uma Amostra de Funcionários do Banco do Brasil*. Dissertação de Mestrado. PUC-Campinas, 1992.

VILELLA, M. V. *O stress no relacionamento conjugal*. Tese de Doutorado, PUC–Campinas, 2001.

ANEXOS

ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO INTERNACIONAL DE ATIVIDADE FÍSICA VERSÃO CURTA

Nome: _____

Data: ____ / _____ / _____ **Idade:** _____ **Sexo: F ( ) M ( )**

Nós estamos interessados em saber que tipos de atividade física as pessoas fazem como parte do seu dia a dia. Este projeto faz parte de um grande estudo que está sendo feito em diferentes países ao redor do mundo. Suas respostas nos ajudarão a entender que tão ativos nós somos em relação a pessoas de outros países.

As perguntas estão relacionadas ao tempo que você gasta fazendo atividade física na **ÚLTIMA** semana. As perguntas incluem as atividades que você faz no trabalho, para ir de um lugar a outro, por lazer, por esporte, por exercício ou como parte das suas atividades em casa ou no jardim. Suas respostas são **MUITO** importantes. Por favor, responda cada questão mesmo que considere que não seja ativo.

Obrigado pela sua participação!

Para responder as questões lembre que:

- Atividades físicas **VIGOROSAS** são aquelas que precisam de um grande esforço físico e que fazem respirar **MUITO** mais forte que o normal.
- Atividades físicas **MODERADAS** são aquelas que precisam de algum esforço físico e que fazem respirar **UM POUCO** mais forte que o normal.

Para responder as perguntas pense somente nas atividades que você realiza **por pelo menos 10 minutos contínuos** de cada vez.

 ISSN 1679-8902

1a Em quantos dias da última semana você **CAMINHOU** por pelo menos 10 minutos contínuos em casa ou no trabalho, como forma de transporte para ir de um lugar para outro, por lazer, por prazer ou como forma de exercício?

Dias _____ por **SEMANA** ( ) Nenhum

1b Nos dias em que você caminhou por pelo menos 10 minutos contínuos quanto tempo no total você gastou caminhando **por dia**?

Horas: _____ Minutos: _____

2a. Em quantos dias da última semana, você realizou atividades **MODERADAS** por pelo menos 10 minutos contínuos, como, por exemplo, pedalar leve na bicicleta, nadar, dançar, fazer ginástica aeróbica leve, jogar vôlei recreativo, carregar pesos leves, fazer serviços domésticos na casa, no quintal ou no jardim como varrer, aspirar, cuidar do jardim, ou qualquer atividade que fez aumentar **moderadamente** sua respiração ou batimentos do coração **(POR FAVOR, NÃO INCLUA CAMINHADA):**

Dias _____ por **SEMANA** ( ) Nenhum

2b. Nos dias em que você fez essas atividades moderadas por pelo menos 10 minutos contínuos, quanto tempo no total você gastou fazendo essas atividades **por dia**?

Horas: _____ Minutos: _____

3a Em quantos dias da última semana, você realizou atividades **VIGOROSAS** por pelo menos 10 minutos contínuos, como, por exemplo, correr, fazer ginástica aeróbica, jogar futebol, pedalar rápido na bicicleta, jogar basquete, fazer serviços domésticos pesados em casa, no quintal ou cavoucar no jardim, carregar pesos elevados ou qualquer atividade que fez aumentar **MUITO** sua respiração ou batimentos do coração.

Dias _____ por **SEMANA** ( ) Nenhum

3b Nos dias em que você fez essas atividades vigorosas por pelo menos 10 minutos contínuos quanto tempo no total você gastou fazendo essas atividades **por dia**?

Horas: _____ Minutos: _____

Estas últimas questões são sobre o tempo que você permanece sentado todo dia, no trabalho, na escola ou faculdade, em casa e durante seu tempo livre. Isto inclui o tempo sentado estudando, sentado enquanto descansa, fazendo lição de casa, visitando um amigo, lendo, sentado ou deitado assistindo TV. Não inclua o tempo gasto sentando durante o transporte em ônibus, trem, metrô ou carro.

4a. Quanto tempo no total você gasta sentado durante um **dia de semana**?

_____horas ____minutos

4b. Quanto tempo no total você gasta sentado durante em um **dia de final de semana**?

_____horas ____minutos

PERGUNTA SOMENTE PARA O ESTADO DE SÃO PAULO:

5. Você já ouviu falar do Programa Agita São Paulo? ( ) Sim ( ) Não

6. Você sabe o objetivo do Programa? ( ) Sim ( ) Não

 ISSN 1679-8902

ANEXO 2 - CLASSIFICAÇÃO DO NÍVEL DE ATIVIDADE FÍSICA IPAQ

SEDENTÁRIO: Não realizou nenhuma atividade física por pelo menos 10 minutos contínuos durante a semana.

INSUFICIENTEMENTE ATIVO: Realiza atividade física por pelo menos 10 minutos por semana, porém insuficiente para ser classificado como ativo. Pode ser dividido em dois grupos:

A) Atinge pelo menos um dos critérios da recomendação
   a) Freqüência: 5 dias /semana OU
   b) Duração: 150 min / semana
B) Não atingiu nenhum dos critérios da recomendação

Obs. Para realizar essa classificação soma-se a freqüência e a duração dos diferentes tipos de atividade (CAMINHADA **+** MODERADA **+** VIGOROSA)

ATIVO: Cumpriu as recomendações

a) VIGOROSA: ≥ 3 dias/sem e ≥ 20 minutos por sessão
b) MODERADA OU CAMINHADA: ≥ 5 dias/sem e ≥ 30 minutos por sessão
c) Qualquer atividade somada: ≥ 5 dias/sem e ≥ 150 minutos/sem

   (CAMINHADA **+** MODERADA **+** VIGOROSA)

MUITO ATIVO: Cumpriu as recomendações e:

a) VIGOROSA: ≥ 5 dias/sem e ≥ 30 minutos por sessão OU
b) VIGOROSA: ≥ 3 dias/sem e ≥ 20 minutos por sessão **+** MODERADA e/ou CAMINHADA: ≥ 5 dias/sem e ≥ 30 minutos por sessão

Exemplos:

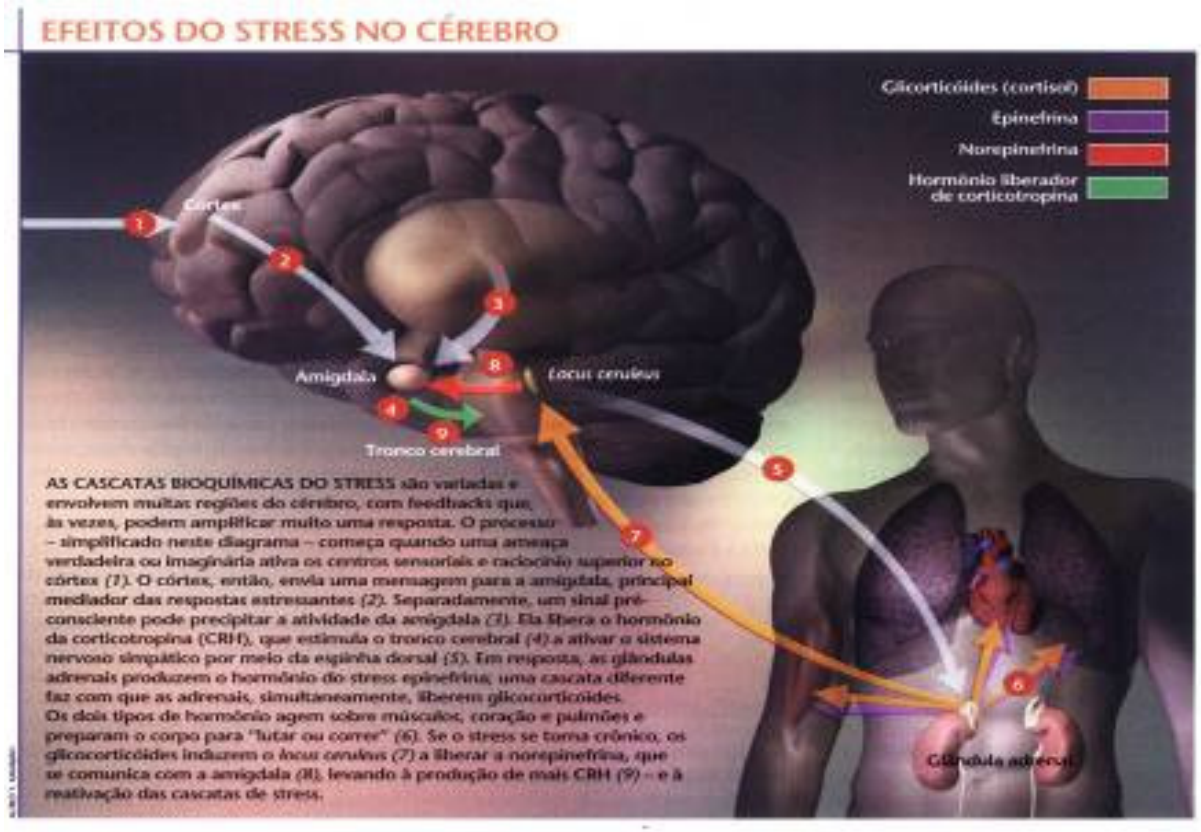
Indivíduos	***Caminhada***		**Moderada**		**Vigorosa**		**Classificação**
	F	**D**	**F**	**D**	**F**	**D**	
1	-	-	-	-	-	-	Sedentário
2	4	20	1	30	-	-	Insuficientemente Ativo A
3	3	30	-	-	-	-	Insuficientemente Ativo B
4	3	20	3	20	1	30	Ativo
5	5	45	-	-	-	-	Ativo
6	3	30	3	30	3	20	Muito Ativo
7	-	-	-	-	5	30	Muito Ativo

F = Freqüência D = Duração

 ISSN 1679-8902

ANEXO 3 - EFEITOS DO ESTRESSE NO CÉREBRO HUMANO

"A cascata bioquímica do estresse"



Fonte: SELYE, H. *Stress: a tensão da vida.* 2a. edição. São Paulo, 1959, p. 28.

LOGÍSTICA REVERSA DE PÓS-CONSUMO COMO FATOR ESTRATÉGICO E SUSTENTÁVEL DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Reverse logistics after-consume as a strategical and sustainable factor inside the organizations

FERREIRA, Leonardo
Faculdade de Jaguariúna
Faculdade de Engenharia Agrícola - UNICAMP

Resumo: Este trabalho propõe o acompanhamento da aprendizagem e do estudo da metodologia usada na logística reversa de pós-consumo e os benefícios adquiridos na utilização da mesma. A logística reversa é um novo instrumento da logística empresarial que atua de forma a gerenciar o retorno de bens e materiais após sua venda e consumo para sua fonte de origem, fazendo com que seja agregado valor aos mesmos. Dentro da realidade econômica, social e ambiental, esse novo instrumento vem ajudar de maneira expressiva o reaproveitamento de produtos e materiais depois de suas utilizações, diminuindo os prejuízos causados ao meio-ambiente, pela grande produção de bens fabricados pelos meios produtivos. Tornando assim de extrema importância as ações de planejamento estratégico, elaboração e implementação de projetos relacionados à preservação ambiental que visem à competitividade dessas empresas. Assim como a logística, a sustentabilidade é uma fonte de vantagem competitiva para uma estratégia empresarial, já que a crescente sensibilização ambiental e social das sociedades modernas configura novas exigências dos consumidores.

Palavras-chave: Logística reversa, estratégia empresarial, sustentabilidade.

Abstract: this work considers the accompaniment of the learning and the study of methodology used on reverse logistics after-consume and its benefits. Reverse logistics is a new instrument of enterprise logistics that acts as a way of manage the return of goods and materials after its sales and consumption for its source of origin, adding value on the same ones. Inside of the economic,

social and ambient reality, this new instrument comes to help in an expressive way the reuse of products and materials after its applications, diminishing the damages caused to the environment, for the great production of goods manufactured by the productive ways. Thus it is of an extreme importance the actions of strategic planning, elaboration and implementation of projects related to the ambient preservation that they aim at to the competitiveness of these companies. As well as the logistics, the sustainability is a source of competitive advantage for an enterprise strategy, since the increasing ambient and social sensitization of the modern societies configures new requirements of the consumers

Key-words: reverse logistics, enterprise strategy, sustainability.

INTRODUÇÃO

A crescente evolução no mundo corporativo, diante do desenvolvimento da sociedade industrial em busca de novas tecnologias, novos mercados para aumentar a competitividade e crescimento dos negócios, contribui diretamente aos crescentes níveis de poluição e degradação ambiental. Diante deste contexto, as empresas cada vez mais executam estratégias em decorrência desta evolução, a fim de amenizar os impactos ambientais, reduzir custos e buscar soluções para destinação dos resíduos causados pelo processo produtivo.

Apesar de se tratar de assuntos relativamente recentes no cenário econômico, há uma crescente valorização pelos consumidores e pela sociedade das empresas que adotam medidas compensatórias para minimizar os impactos ambientais. A redução da utilização dos recursos naturais por meio da reutilização e reciclagem associa vantagens econômicas com preservação ambiental.

A logística reversa e a aplicação de ações de sustentabilidade têm se tornado ferramentas essenciais para que, cada vez mais, as empresas consigam

vantagens econômicas em relação aos seus concorrentes, além de agregarem valor aos seus clientes.

> *Um [...] aspecto diz respeito ao aumento da consciência ecológica dos consumidores, que esperam que as empresas reduzam os impactos negativos de sua atividade ao meio ambiente. Isso tem gerado ações por parte de algumas empresas que visam comunicar ao público uma imagem institucional "ecologicamente correta" (LACERDA, 2003).*

O objetivo deste artigo é apresentar aos leitores como os canais de distribuição reversos de pós-consumo são importantes estratégias para que as empresas atinjam uma fatia maior do mercado, conciliando fator de sustentabilidade.

Definições da logística reversa

Para Stock (1998), Logística Reversa refere-se ao papel da área no retorno de produtos, redução na fonte, reciclagem, substituição de materiais, reuso de materiais, disposição de resíduos, reforma, reparação e remanufatura.

Logística reversa posiciona todas as operações relacionadas com o reuso de produtos e materiais. Refere-se a todas as atividades de coleta, desmonte e processo de produtos usados, partes de produtos, e/ou materiais para fazer assegurar a recuperação sustentável do meio ambiente (REVLOG, 2001).

Leite (2003) define a Logística Reversa como a gestão eficiente e de baixo custo do fluxo de materiais, estoques em processos, produtos acabados e informações relacionadas para o reprocessamento, reciclagem, reutilização ou disposição, recuperação total ou parcial do valor, diminuindo os impactos e os custos ambientais.

 ISSN 1679-8902

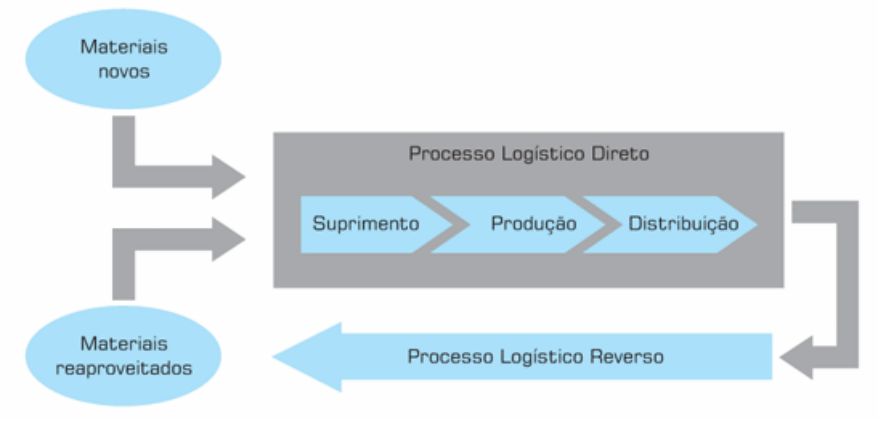


Figura 1: Representação esquemática dos processos logísticos diretos e reverso (LACERDA, 2002).

Inclui todas as atividades físicas e de gestão que apoiam a coleção destes produtos, transporte, produção, ponto de distribuição ou consumo, ponto de recuperação ou ponto de eliminação adequada. A Logística Reversa trilha o caminho inverso da logística dos canais de distribuição, pois ao invés de levar um produto da fábrica para consumidor, faz todo o processo inverso, traz de volta um bem ou produto (seja por defeitos ou até mesmo o final de sua vida útil), do consumidor para a fábrica ou lugar de eliminação (ROGERS E TIBBE-LEMBKE, 1998).

Trata-se da recuperação e reciclagem das embalagens e resíduos, bem como o processo de retorno de excesso de estoque, estoques obsoletos e produtos sazonais. Ainda antecipa o fim da vida útil do produto, a fim de dar saída em mercados com alta rotatividade (LEITE, 2003).

Segundo Leite (2003), o processo de Logística Reversa tem aumentado consideravelmente desde a sua criação, na década de oitenta. Embora começasse inicialmente pela necessidade das indústrias que experimentaram retornar à fábrica os produtos defeituosos. O termo evoluiu ao longo do nascimento da consciência ambiental em todo o mundo, quando as empresas começaram a perceber os benefícios econômicos trazidos pela utilização deste tipo de processo, em seguida, reforçada pela pressão exercida pela escassez e alto custo de algumas matérias-primas tornar-se-ia um fator estratégico empresas.

Atividades da Logística Reversa

Para Leite (2003), as atividades da Logística Reversa podem ser subdivididas em três cadeias independentes, sendo elas: (i) Resíduos Industriais; (ii) Bens de Pós-Vendas e (iii) Bens de Pós-Consumo.

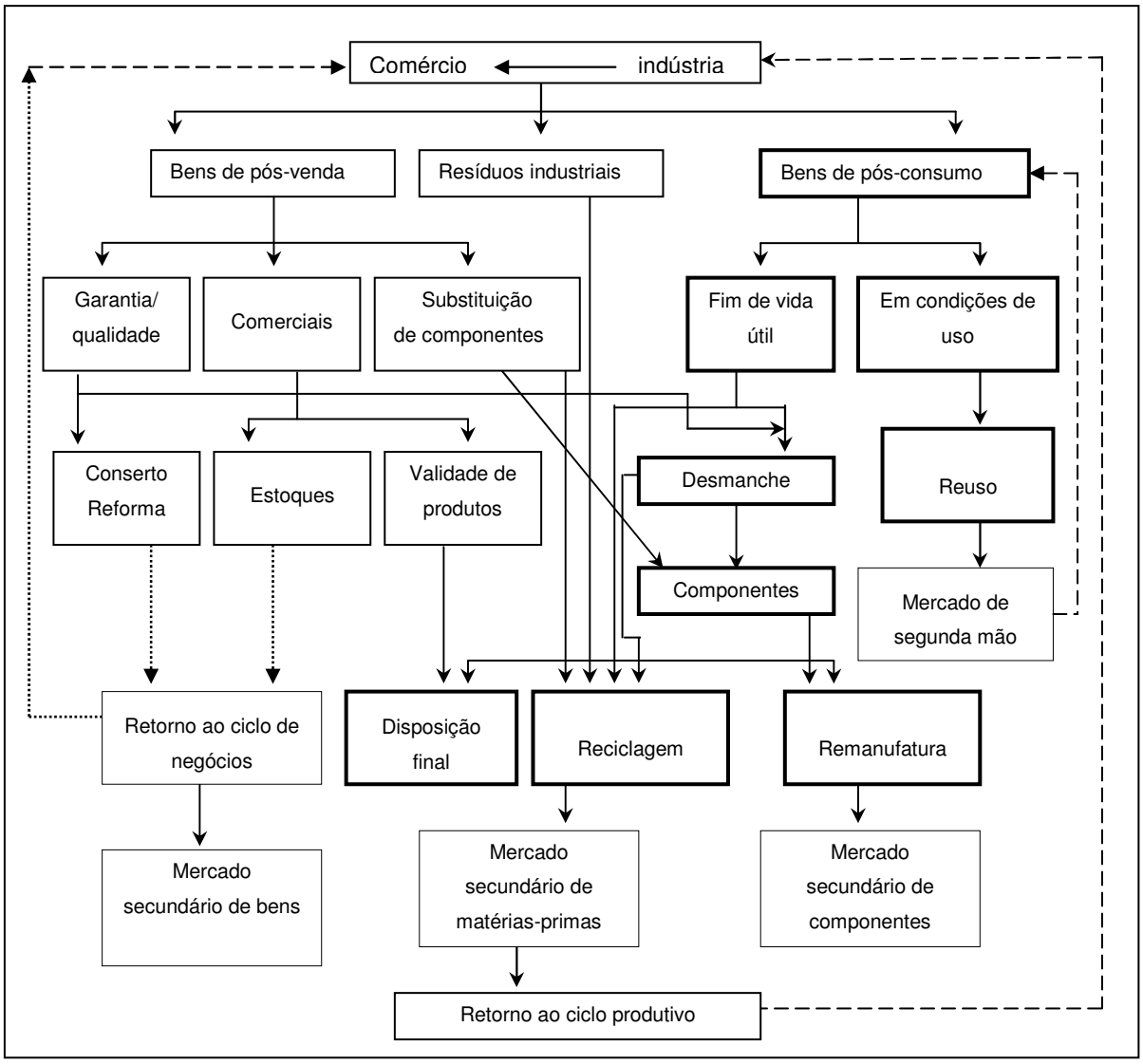


Figura 2: Foco de atuação da Logística Reversa (Fonte: LEITE; 2003, p. 19)

Os resíduos industriais são as sobras dos resultados dos processos industriais. Como exemplo, podemos citar uma marcenaria onde na fabricação

de uma cadeira se tem o ***pó de serra***, resíduo do corte da madeira descartado em grande quantidade. A reutilização em ciclo secundário (utilização para outra função), e/ou a reciclagem (venda para empresas especializadas) são as ações mais viáveis nesta cadeia reversa.

Através destas cadeias, podem-se destacar alguns benefícios para a organização tais como: competitividade, retorno financeiro e imagem corporativa.

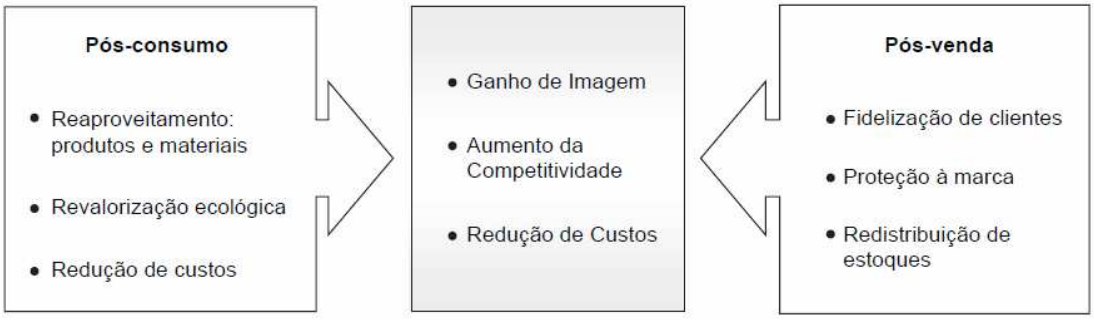


Figura 3: Fluxos reversos: agregando valor (adaptado de LEITE, 2003, p. 207)

Logística Reversa de pós-consumo

De acordo com Leite (2003), Logística Reversa de pós-consumo é a forma pela qual os bens duráveis, semiduráveis, descartáveis e os resíduos industriais são descartados ou disponibilizados depois de extinto seu uso original, pelos seus proprietários ou consumidores. Assim inicia-se o ciclo do canal de distribuição reverso, os materiais / produtos recolhidos são reintegrado ao ciclo produtivo como bens de segunda mão, reutilização de peças ou componentes, e reciclagem, gerando novas atividades comerciais e industriais.

O ciclo reverso é de total importância, já que era comum encontrar produtos que apresentavam condições de reuso e mesmo assim serem descartados, desperdiçando assim o valor agregado do mesmo. Verifica-se uma forte tendência do crescimento da Logística Reversa de pós-consumo, pois tem se verificado um aumento demasiado no lançamento de novos

produtos, como também o uso de outras fontes de materiais constituintes dos produtos. Neste último verifica-se a substituição de metais por plásticos, em que no setor automobilístico e de tecnologia da informação, percebe-se um crescimento demasiado na produção de acessórios e periféricos para os mesmos (LEITE, 2003).

Para Leite (2003), existem inúmeros motivos para que as empresas adotem e pratiquem a Logística Reversa de pós-consumo, motivos esses de ordem econômica, ecológica, legal, tecnológica, entre outros, que diferem em intensidade e sentido de empresa para empresa.

O fluxograma apresentado na figura 3 demonstra diversas alternativas de atividades dos canais de distribuição diretos e como se tornam fontes de suprimento para a cadeia de logística reversa de pós-consumo. A coleta de lixo urbano, a coleta seletiva, o desmanche de bens duráveis e o comércio de segunda mão são as principais fontes de suprimento de produtos e materiais de pós-consumo (LEITE, 2003).

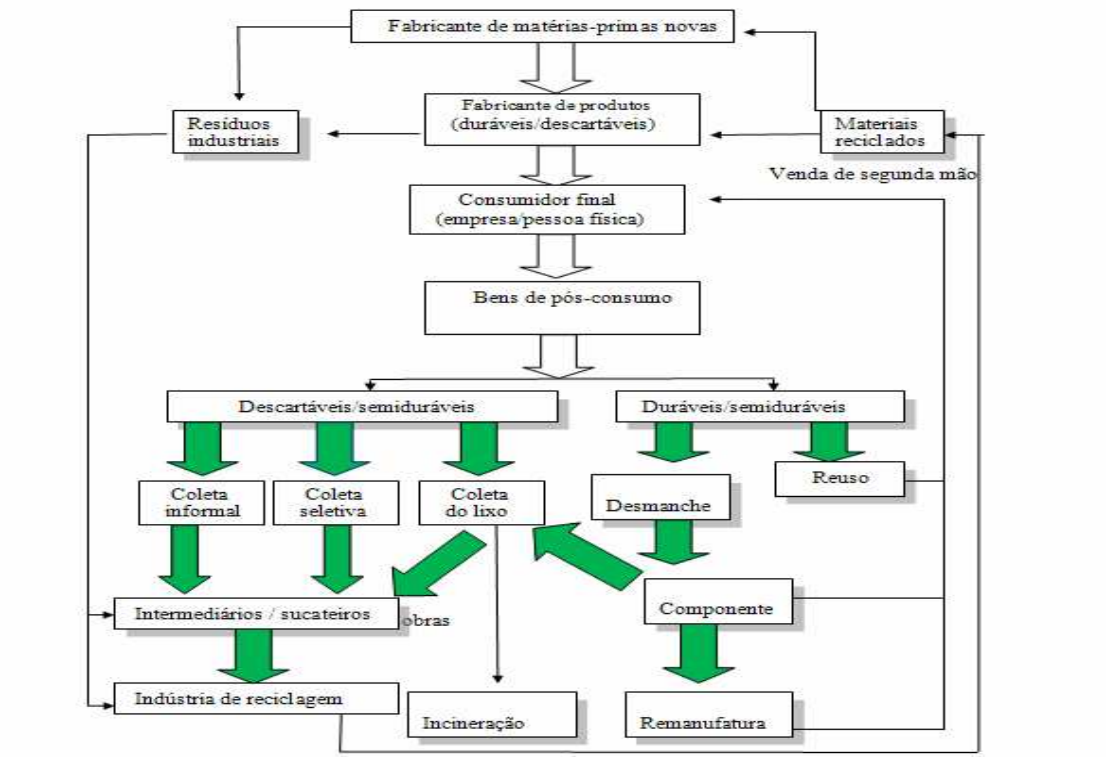


Figura 4: Canais de distribuição de pós-consumo: diretos e reversos (LEITE, 2003)

Leite (2003) reforça que a aplicação da Logística Reversa de pós-consumo gera vantagens econômicas, tendo em vista a utilização de matérias-primas secundárias ou recicladas reintegradas ao ciclo produtivo, que geralmente apresentam preços menores em relação às matérias-primas virgens. Consequentemente também gera uma redução no consumo de insumos energéticos, como economia de energia elétrica, energia térmica, dentre outros, atentando ao fator sustentabilidade, ou seja, menor custo produtivo com menor utilização de recursos naturais. Com isso, beneficia a empresa de forma econômica, preservando o meio ambiente, com menor utilização de recursos naturais e garantindo assim melhor qualidade de vida à sociedade.

Definições de Sustentabilidade

Pedroso e Zwicker (2007, apud MAWHINNEY, 2000) definem sustentabilidade como conceito relativamente novo que envolve diferentes interpretações e contextos específicos, normalmente é incorporado às políticas governamentais, a gestão pública regional, a de gestão das empresas e até mesmo do comportamento humano, no que se refere a adotar ideias sustentáveis.

> *"Sustentabilidade é um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana. Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e atividade humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior potencial no presente, e ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais, planejando e agindo de forma a atingir pró-eficiência na manutenção indefinida desses ideais. A sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro"* (Portal da Sustentabilidade, 2011).

A sustentabilidade caminha na mesma velocidade que a Logística Reversa às empresas, considerando os valores atribuídos pela crescente conscientização ecológica dos consumidores e da sociedade em geral.

MATERIAL E MÉTODO

Trata-se de um estudo quantitativo de revisão bibliográfica, realizado através do levantamento de publicações científicas nacionais disponibilizadas na base de dados eletrônica da "Scientific Eletronic Library Online" (SCIELO). Foi utilizado o seguinte descritor: logística reversa. Foram incluídos todos os artigos publicados em periódicos científicos nacionais que abordaram a logística reversa de pós-consumo como fator estratégico e sustentável dentro das organizações.

Desta forma, foram encontradas oito referências nas bases de dados pesquisadas referentes à temática "logística reversa de pós-consumo como fator estratégico e sustentável dentro das organizações", das quais todas foram selecionadas.

Os dados foram coletados no período de maio a junho de 2011. Para a análise dos dados, os artigos selecionados foram considerados quanto ao seu conteúdo, sendo então extraídas informações específicas de cada estudo: inicialmente, os artigos foram classificados quanto a: autor, ano de publicação e tipo de estudo; posteriormente, foi realizada a comparação entre as publicações, para verificar os pontos em comum e as divergências.

RESULTADOS

Foram encontrados oito artigos nas bases de dados pesquisadas, dos quais todos foram selecionados, referentes à temática "logística reversa de pós consumo como fator estratégico e sustentável dentro das organizações". Na Tabela 1, observam-se algumas características dos oito estudos analisados.

Tabela 1 - Caracterização dos artigos selecionados quanto ao ano de publicação, autores e tipo de estudo.

Ano	Título	Autor(es)	Tipo de estudo
2006	Os Consumidores Valorizam a Coleta de Embalagens Recicláveis? Um Estudo de Caso da Logística Reversa em uma Rede de Hipermercados	CHAVES e BATALHA	Estudo de Caso
2006	Logística Reversa numa Empresa de Laminação de Vidros: um Estudo de Caso	GONÇALVES e MARINS	Estudo de Caso
2006	Há Vida após a Morte: um (Re)Pensar Estratégico para o Fim das Embalagens	GONÇALVES-DIAS	Revisão
2006	Estrutura da Cadeia Reversa: "Caminhos" e "Descaminhos" da Embalagem PET	GONÇALVES-DIAS e TEODÓSIO	Transversal
2006	WMS – Warehouse Management System: Adaptação Proposta para o Gerenciamento da Logística Reversa	GUARNIERI et al	Transversal
2007	Embalagens Retornáveis para Transporte de Bens Manufaturados: um Estudo de Caso em Logística Reversa	ADLMAIER e SELLITTO	Estudo de Caso
2008	Fatores Críticos de Sucesso para a Criação de um Processo Inovador Sustentável de Reciclagem: um Estudo de Caso	GIOVANNINNI e KRUGLIANSKAS	Estudo de Caso
2009	A Organização em Rede dos Catadores de Materiais Recicláveis na Cadeia Produtiva Reversa de Pós-consumo da Região da Grande Florianópolis: uma Alternativa de Agregação de Valor	AQUINO, CASTILHO JR e PIRES	Transversal

Os dados indicam que todos os artigos são recentes, pois foram publicados entre 2006 e 2008. Em relação ao tipo de estudo, quatro são estudos de caso, três são transversais e um de revisão.

DISCUSSÃO

São grandes as alterações que envolvem a competitividade e exigência entre as organizações, destacando-se as legislações ambientais que estão cada vez mais rígidas, de forma a ampliar a responsabilidade do fabricante sobre o produto, onde, além dos resíduos gerados no processo produtivo, o fabricante está sendo responsabilizado por todo ciclo de vida do produto, ou seja, até o final de sua vida útil.

Esta nova realidade está alterando uma prática usual, onde os produtores não se sentiam responsáveis pelo produto após consumo; o que vem gerando um grande impacto ambiental devido às grandes quantidades de descartes, lixos, gerados pelo consumismo da sociedade. Diversos autores

destacam a importância de se planejar, ainda no projeto, o processo reverso do produto, considerando o descarte e ou reaproveitamento de peças e partes do final do ciclo do produto.

Daher et al (2006) enfatiza que para um efetivo desenvolvimento da cadeia reversa é necessário que esta seja planejada em toda a cadeia de suprimentos garantindo um ganho para todos os participantes.

Giovanninni e Kruglianskas (2008) destacam que ainda existem inúmeras dificuldades para se estruturar uma cadeia de logística reversa, principalmente para materiais de baixo valor e oriundos de pós-consumo. No entanto, algumas práticas já vem sendo utilizadas neste universo de pós-consumo gerando benefícios múltiplos na cadeia.

Um exemplo bem sucedido é a empresa Reciclanip – responsável pela coleta e reciclagem de pneus pós-consumo – foi fundada em 2007, pelos fabricantes de pneus novos Bridgestone, Goodyear, Michelin, Pirelli e mais tarde pela Continental que em 2010 se juntou à entidade. O programa é desenvolvido por meio de parcerias, na maioria dos casos com prefeituras, que cedem um terreno para recolher e armazenar o material vindo de diversas origens, como borracharias, revendedoras e dos próprios cidadãos (RECICLANIP, 2010).

Essa é considerada uma das maiores iniciativas da indústria brasileira na área de responsabilidade pós-consumo. Demonstra a responsabilidade da iniciativa privada com as questões ambientais e com o estabelecimento de condições que permitam o desenvolvimento sustentável do país, valorizando, sobretudo, a preservação da natureza bem como a qualidade de vida da população (RECICLANIP, 2010).

A borracha retirada dos pneus inservíveis, reprocessados, dá origem a diversos artefatos, entre os quais tapetes para automóveis, pisos industriais, pisos para quadras poliesportivas e artigos para jardinagem (RECICLANIP, 2010).

Tabela 2: Exposição de dados coletados no estudo Reciclanip (RECICLANIP, 2010)

QUANTIFICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES COLETADAS (2010)	
Quantidade de pneus coletados	29,3 milhões
Postos de coleta no país	469
Destinação - Fonte Energética	68%
Destinação- reutilização	32%
Investimento	US$ 30 milhões

Foram coletados e destinados de forma ambientalmente correta 146.515 toneladas de pneus inservíveis no primeiro semestre de 2010, quantidade equivalente a 29,3 milhões de pneus de passeio, em 469 postos de coleta em todo o país, para um investimento de US$ 30 milhões, no primeiro semestre de 2010 (RECICLANIP, 2010).

Outro exemplo é o da Logística Reversa de filmes de PVB (Polivinilbutiral), utilizado em vidros de carros e aviões, onde Gonçalves e Marins (2010) desenvolveram um estudo em uma empresa localizada no estado de São Paulo que produz PVB, utilizado como película de proteção nos vidros de automóveis, carros e aviões. Essa empresa trabalha com grande variedade de produtos que são vendidos e armazenados pelos clientes em forma de rolos. Os clientes, por sua vez, executam a laminação dos vidros a partir do produto acabado que é formado pelo conjunto de Vidro+PVB+Vidro.

Após a laminação, sobram as rebarbas desse processo as quais são denominadas aparas. Essas aparas não possuem valor agregado ao beneficiador, porém podem ser reinseridas no processo de produção do PVB (GONÇALVES E MARINS, 2010).

Até pouco tempo essas aparas eram descartadas pelos beneficiadores de vidro, mas isso teve alteração devido a aspectos tanto ecológicos quanto financeiros e também pelas exigências de cumprir normas internacionais como a ISO 14000. Já a questão financeira é devido à vantagem competitiva obtida com a redução de custo (GONÇALVES E MARINS, 2010).

O desperdício com as aparas correspondia de 5% a 10% da área total utilizada no processo de confecção do vidro laminado, daí obteve-se a ideia de

oferecer descontos de 1,5% a 2,5%, já descontados os custos de transportes e reprocessamento, nos preços de venda aos clientes que participassem no processo de Logística Reversa (GONÇALVES E MARINS, 2010).

Dentro do ambiente pós-consumo destacam-se as embalagens como fator de alto giro, podendo este ser retornável e ou descartável, independente da sua durabilidade é necessário levar em consideração os aspectos reversos considerando os fatores sustentáveis. Gonçalves-Dias (2006) considera duas possibilidades para as embalagens: (a) O reuso da embalagem pelo consumidor ou a reciclagem; (b) E a redução na origem, pelo uso de menos matéria-prima, projetos de produtos recicláveis e, ainda, alterando o padrão de produção e consumo.

Gonçalves-Dias (2006, apud GRIMBERG, 2005), define que são três os grupos de atores sociais que devem interagir para a gestão de resíduos sólidos, sendo eles (a) o poder público que pode estabelecer políticas públicas para gestão de resíduos e tributação da cadeia produtiva; (b) a população que precisa ser conscientizada, quanto aos benefícios da redução do lixo jogado fora, e da reciclagem; e (c) a cadeia produtiva que pode desenvolver estratégias e táticas para a gestão do processo de reversão das embalagens ao ciclo produtivo.

Alguns autores descrevem as embalagens descartáveis sendo classificadas como não recicladas, no conceito de *one way* (via única), que para Gonçalves-Dias e Teodósio (2006) caracterizam o “descaminho” na medida em que permanecem em aterros, lixões, praias, ruas e rios. E as embalagens que voltam ao ciclo produtivo através da reciclagem constituem na visão dos autores o “caminho” correto, fechando o circulo produtivo.

No estudo de Giovanninni e Kruglianskas (2008), realizado com base na unidade empresarial de tintas imobiliárias da BASF-Suvinil, foram identificadas diversas vantagens em nível estratégico, pois a cadeia de reciclagem de PET para a produção de resina alquídica é ampla, e se expandiu e inclusive outras indústrias usufruem seus benefícios, incluindo concorrentes da BASF.

As decisões estratégicas sobre as cadeias de reciclagem afetam cada vez mais a competitividade das empresas. No caso da BASF-Suvinil escolheu uma cadeia de reciclagem dedicada para o atendimento de sua demanda, onde sua eficiência deve-se principalmente a posturas responsáveis de todos os seus elos, desde a BASF-Suvinil até o colaborador da comunidade.

Para Giovanninni e Kruglianskas (2008), uma postura organizacional que enfatiza e destaca os compromissos socioambientais também aproxima e fideliza parceiros que tenham a mesma postura estratégica e até transforma a postura de parceiros já tradicionais. Desta forma, a organização é capaz de criar progressivamente as condições para superar as barreiras à concretização de suas estratégias.

No entanto, estes mesmos autores destacam que são escassos os incentivos para investimentos específicos elevados em desenvolvimento (de processos, produtos e parceiros) e em ativos (máquinas e instalações), tendo em vista aprimorar os padrões de qualidade, de logística e socioambientais, para atender às demandas dos clientes.

As exigências voltadas especialmente à qualidade do processo acabam tendo diferentes reflexos em termos de custos, impacto ambiental e social. Giovanninni e Kruglianskas (2008) asseguram que a imposição de critérios socioambientais nas formas de avaliação de fornecedores e colaboradores é um fator crítico de sucesso desta cadeia. Na medida em que o topo da hierarquia da cadeia define estes critérios, toda a cadeia tende a se alinhar com eles, criando, assim, o efeito multiplicador.

O emprego estratégico da logística reversa aumenta os custos de mudança de fornecedores. O aumento no nível de serviço proporcionado por esta atividade fortalece a cadeia de valor de uma empresa que, quando bem configurada, reforça sua vantagem competitiva (CHAVES E BATALHA, 2008, apud CHAVES, 2005).

Chaves e Batalha (2008) destacam como sendo quatro as vantagens empresariais através da logística reversa:

- Restrições ambientais: Foco na conscientização sobre a conservação ambiental, gerando uma reorientação duradoura da produção e do consumo que tenha entres suas premissas o crescimento sustentável. Minimizando o impacto ambiental, não só dos resíduos originários dos processos produtivos e do pós-consumo, mas de todo ciclo de vida dos produtos;
- Redução de custo: O reaproveitamento de materiais e a economia com embalagens retornáveis fornecem ganhos que estimulam novas ações e empenhos para o desenvolvimento e melhoria dos processos de logística reversa;
- Razões competitivas: Utilização de políticas que possibilitem o estreitamento com o cliente, facilitando a troca de produto e que possam fidelizar os clientes e se diferenciar dos concorrentes;
- Diferenciação da imagem corporativa: Utilizar a logística reversa estrategicamente de forma a se posicionar como empresa-cidadã, contribuindo com a sociedade.

Entretanto, para Gonçalves-Dias (2006), mesmo quando a reciclagem é tecnologicamente possível, o grande desafio é conseguir o fluxo reverso dos materiais pelos canais de distribuição. "*O fato de projetar embalagens recicláveis não significa que elas serão recicladas!"* (apud PEREIRA E SANTOS, 2002).

No estudo de Chaves e Batalha (2008), que culminou de uma parceria entre a maior empresa de reciclagem de alumínio do Brasil e uma grande rede de hipermercados, onde foi desenvolvida uma campanha para incentivar a reciclagem de embalagens de bebidas (alumínio e PET), utilizando o estímulo de *marketing* que, considerados outros estímulos (econômicos, culturais, etc.) e as características do comprador, poderiam influenciar o processo de decisão do comprador. A pesquisa constatou que a logística reversa, para este segmento, não é um fator de influência na decisão sobre o local de compra.

Para Gonçalves-Dias e Teodósio (2006), outro fator limitador é a suposta resistência do consumidor frente a produtos reciclados. *"Todos receiam que o*

 ISSN 1679-8902

público pense que os produtos são de baixa qualidade por usar algo que vem do lixo" (apud CZAPSKI, 2003, p. 20). Os autores ainda destacam que o sucesso na reciclagem de embalagem PET pós-consumo está estreitamente relacionado: a fatores culturais, políticos e socioeconômicos da população; à implementação de empresas recicladoras; à existência de programas de coleta seletiva, numa perspectiva de gestão compartilhada dos resíduos (apud JACOBI, 2006); à disponibilidade contínua de volumes recicláveis; ao desenvolvimento de tecnologias e equipamentos compatíveis para os "caminhos" de reciclagem econômicos e tecnicamente viáveis; à programas de fomento para projetos de embalagem; a redução de tributação ou isenção fiscal para a comercialização de produtos reciclados; e a sanções legais para ações ou agentes não integrados com sistemas de reciclagem na cadeia produção, utilização e consumo de embalagens (apud FORLIN; FARIA, 2002).

Aquino et al (2009) destaca que a coleta seletiva no Brasil é organizada basicamente pelo setor privado, visando-se a reciclagem industrial. Organizado em um sistema hierarquizado, onde na base estão os catadores de materiais recicláveis, geralmente trabalhadores informais, sem o devido apoio dos órgãos públicos responsáveis pela gestão dos resíduos sólidos e pelos principais beneficiários da cadeia da reciclagem (apud CONCEIÇÃO, 2003). Os demais níveis da cadeia da reciclagem são formados pelos sucateiros de pequeno porte, sucateiros de grande porte e industriais (apud CALDERONI, 1999).

Gonçalves-Dias (2006) constata que a reciclagem de materiais plásticos de embalagem pós-consumo deve ser uma opção melhor explorada nas condições brasileiras, devido aos volumes disponíveis e principalmente as possibilidades e aplicabilidades. O autor conclui que o papel da logística reversa está na essência da gestão do fim da vida das embalagens, devendo ser dirigido tanto pela oportunidade econômica como pela preocupação ambiental. Sendo possível construir modelos de negócio lucrativos baseados na recuperação de valor econômico para o fim da vida de produtos.

Com relação às embalagens retornáveis, reutilizáveis ou de múltiplas viagens (*multiways*), Leite (2003) as compara com as embalagens descartáveis, onde, as embalagens retornáveis possuem os mesmos inconvenientes das

descartáveis, tais como os custos do transporte direto, transporte de retorno, administração de fluxos, recepção, limpeza, reparos eventuais, armazenamento e de capital investido. No entanto, trazem outros benefícios além dos ambientais, sendo eles: (a) conferir maior proteção aos produtos; (b) oferecer ao usuário maior flexibilidade à medida que mudarem os requisitos legais; ou (c) se a empresa não possui mais nenhuma aplicação para as embalagens, elas podem retornar ao fabricante como material reciclado, podendo ser utilizadas em novas embalagens.

Adlmaier e Sellitto (2007) realizaram um estudo sobre a utilização de embalagens descartáveis na exportação de cabeçotes de motores a diesel, do Brasil para os Estados Unidos, por uma empresa montadora de motores a diesel. Onde a organização conseguiu agregar três tipos de valor com o uso da logística reversa: (i) econômico; (ii) ecológico, com a redução de resíduos gerados; e (iii) logísticos, pelo melhor aproveitamento dos contêineres marítimos. Além da redução no custo da embalagem por viagem, a empresa ainda obteve outros ganhos: a maior (a) proteção que as novas embalagens conferem aos produtos; (b) flexibilidade para efetuar alterações na embalagem frente a requisitos legais; e (c) reciclagem das embalagens danificadas ou em fim da vida útil, efetuada pelo próprio fornecedor da embalagem.

Os autores destacam que existem algumas desvantagens nos aspectos econômicos e logísticos que devem ser consideradas: (a) foi necessário um investimento inicial elevado, pois as embalagens foram adquiridas de uma única vez e há reposição; (b) há dificuldades de rastreamento das embalagens vazias, é necessário um transporte de retorno e mais controle na operação de retorno. A empresa vem utilizando-se de um controle manual das embalagens, sujeito a erros na localização das mesmas, que deverá evoluir em direção a rastreamento automático.

A mesma dificuldade de rastreabilidade ocorre em outros segmentos, a exemplo da Central de Abastecimento de Campinas (CEASA). Para atender a instrução normativa da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo, considerando a necessidade de regulamentar o acondicionamento, manuseio e comercialização dos produtos

hortícolas "in natura" em embalagens próprias para a comercialização, visando à proteção, conservação e integridade dos mesmos, estabeleceu embalagens plásticas e retornáveis. Devido à grande movimentação de mercadorias e necessidade de uma alta performance, para produtos perecíveis, não existe um controle efetivo das embalagens, mas se tem uma perspectiva de perda, onde inclusive sabe-se de desvios e comercio ilegal de embalagens devido ao alto custo das mesmas.

As dificuldades encontradas na logística reversa não se limitam às embalagens; a maioria das organizações não tem definida em seus processos claramente a logística reversa. Outro fator a ser considerado é a falta de sistemas informatizados específicos para estas operações, o que dificulta uma maior agilidade das informações. No entanto Guarnieri et al (2006) propõe a utilização do WMS (*Warehouse Management System*), fazendo uma adaptação para o gerenciamento da logística reversa. Este é um sistema informatizado de gestão de logística, mais especificadamente de armazém logístico, usualmente utilizado pelas empresas para as operações da logística tradicional.

Giovanninni e Kruglianskas (2008) apontam alguns fatores críticos para o sucesso da logística reversa, sendo eles: (a)Visão e comprometimento da alta administração; (b) Estrutura de logística reversa adequada; (c) Estrutura de negócio que garante resultados econômicos e sua adequada distribuição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Logística Reversa, quando aplicada de maneira correta, traz benefícios econômicos para empresas bem como, retorno financeiro, redução nos custos, aumento na competitividade e crescimento dos negócios. Ainda neste pensamento, as empresas que trabalham com Logística Reversa correlacionam sua marca ao desenvolvimento sustentável, tendo assim reconhecimento pela sociedade, através da preservação ambiental e da redução dos impactos ambientais.

Diante do exposto, é possível notar uma tendência para a conscientização do relacionamento do homem com o meio ambiente, motivando as ações de preservação do meio ambiente. Em decorrência estão ocorrendo ações para proteger, conservar e valorizar aspectos ambientais, gerando expectativas de que os responsáveis pelas empresas deixem de lado a visão do retorno financeiro no curto prazo e assumam estratégias que contemplem a variável ecológica para o sucesso do negócio.

Logística Reversa, estratégia empresarial e sustentabilidade não estão necessariamente em conflito; há necessidade da realização de pesquisas que explorem as oportunidades de sinergia entre essas áreas. Além disso, para um melhor entendimento dos impactos das transformações ocasionadas pela aplicação da logística reversa de pós-consumo como fator estratégico e sustentável dentro das organizações, futuros estudos devem ser conduzidos a nível nacional.

REFERÊNCIAS

ADLMAIER, Diogo; SELLITTO, Miguel Afonso. Embalagens Retornáveis para Transporte de Bens Manufaturados: um Estudo de Caso em Logística Reversa. **Produção**, v. 17, n. 2, p. 395-406. 2007.

AHUMADA, M. C.; MONROY, N. **Logística reversa**: Retos para La ingenieria industrial. The Training Center Business Excellence.

AQUINO, Israel Fernandes de; CASTILHO JR, Armando Borges de; PIRES, Thyrza Schilichting de Lorenzi. A Organização em Rede dos Catadores de Materiais Recicláveis na Cadeia Produtiva Reversa de Pós-consumo da Região da Grande Florianópolis: uma Alternativa de Agregação de Valor. **Gestão & Produção**, v. 16, n. 1, p. 15-24. 2009.

BARROSO, H.C.M. de P.; PINHEIRO, D. R. de C. Tecnologia de Produção & Preservação: Estratégia Empresarial e Alternativa. **Revista Humanidades**, v. 17, n. 1, p. 52-58, jan./jul. 2002.

BETIM, LEOZENIR; GUARNIERI, PATRÍCIA; RESENDE, L. M. M; HATAKEYAMA, KAZUO. A logística reversa agregando valor aos resíduos de madeira através de uma visão empreendedora. (CEFET – PR). Disponível em: <http://clrb.com.br/artigos/artigo_residuos_de_madeira.pdf>. Acesso em: 23nov10.

DAHER, Cecílio Elias; SILVA, Edwin Pinto de la Sota; FONSECA, Adelaida Pallavicini. Logística Reversa: Oportunidade para Redução de Custos através do Gerenciamento da Cadeia Integrada de Valor. **BBR**, v. 3, n. 1, p. 58-73. 2006.

CHAVES, Gisele de Lorena Diniz; BATALHA, Mário Otávio. Os Consumidores Valorizam a Coleta de Embalagens Recicláveis? Um Estudo de Caso da Logística Reversa em uma Rede de Hipermercados. **Gestão & Produção**, v. 13, n. 3, p. 423-34. 2006.

GIOVANNININI, Fabrizio; KRUGLIANSKAS, Isak. Fatores Críticos de Sucesso para a Criação de um Processo Inovador Sustentável de Reciclagem: um Estudo de Caso. **RAC**, v. 12, n. 4, p. 931-51. 2008.

GONÇALVES, Marcus Eduardo; MARINS, Fernando Augusto Silva. Logística Reversa numa Empresa de Laminação de Vidros: um Estudo de Caso. **Gestão & Produção**, v. 13, n. 3, p. 397-410. 2006.

GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino. Há Vida após a Morte: um (Re)Pensar Estratégico para o Fim das Embalagens. **Gestão & Produção**, v. 13, n. 3, p. 463-74. 2006.

GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Estrutura da Cadeia Reversa: "Caminhos" e "Descaminhos" da Embalagem PET. **Produção**, v. 16, n. 3, p. 429-41. 2006.

GUARNIERI, Patrícia; CHRUSCIACK, Daniele; OLIVEIRA, Ivanir Luiz de; HATAKEYAMA, Kazuo; SCANDELARI, Luciano. WMS – Warehouse Management System: Adaptação Proposta para o Gerenciamento da Logística Reversa. **Produção**, v. 16, n. 1, p. 126-39. 2006.

LACERDA, L. Logística Reversa: Uma visão sobre os conceitos e as práticas operacionais. In: FIGUEIREDO, K. F.; FLEURY, P. F.; WANKE, P. (orgs.) **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 475-483.

LACERDA, L. Logística Reversa – Uma Visão Sobre os Conceitos Básicos e as Práticas Operacionais. **Revista Tecnologística**. pp.46-50. 2002.

LEITE, Paulo Roberto; BRITO, Eliane P. Zamith de; MACAU, Flávio; POVOA, Ângela. O Papel dos Ganhos Econômicos e de Imagem Corporativa na Estruturação dos Canais Reversos. **Gestão Org.**, v. 4, n. 4, 2006.

LEITE, PAULO ROBERTO. **Logística Reversa** - Meio Ambiente e Competitividade. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2003.

LOPES, Diana Mery Messias; D´AGOSTO, Márcio de Almeida. Aspectos que Influenciam a Eficiência da Logística Reversa. VI RIO de Transportes. **Anais…** Rio de Janeiro, 11 e 12 de junho de 2008.

MAWHINNEY, M. **Sustainable development**: understanding the green debate. Oxford: Blackwell Science, n2002.

PANTANO, F. R.; ROSA, dos S. DERVAL. ; IRIAS, L. J. M. **Desenvolvimento Sustentável**. Itatiba, Berto Editora 2008.

PEDROSO, M. C.; ZWICKER, RONALDO. Sustentabilidade na cadeia reversa de suprimentos**. Rev. Adm. São Paulo**, v.42, n.4, p.414-430, out./nov./dez. 2007 415.

PORTAL DA SUSTENTABILIDADE. Disponível em: <http://www.sustentabilidade.org.br/>. Acesso em: 01/jun/11.

RECICLANIP. O ciclo sustentável do pneu. Disponível em: <http://www.reciclanip.com.br/>. Acesso em 20out10.

REVILOG – Grupo de Estudo de Logística Reversa. Disponível em: <http://www.fbk.eur.nl/OZ/REVLOG/Introduction.htm>. Acesso em: 08mar11.

ROGERS, DALE S. & TIBBEN-LEMBKE, RONALD S. **Going backwards**: reverse logistics trends and practice. Reno, Universidade de Nevada, 1999.

STEFANO, N.; CHAPOVAL N. A.; GODOY, P. L. Seis sigma, ISO 14000 e quality function deployment (QFD) ferramentas gerenciais nas organizações para melhoria da qualidade e produtividade. XXVIII Encontro nacional de engenharia de produção. Rio de Janeiro. RJ. Outubro de 2008.

STOCK, J. R. **Development and Implementation of Reverse Logistics Programs**. Council of Logistics Management, 1998. 247 p.

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

The importance of Financial Planning

OLIVEIRA, Donizete Cosme
Faculdade de Jaguariúna

Resumo: Este trabalho tem como objetivo principal consolidar a necessidade do planejamento pelas organizações, pois através dele pode se alcançar suas metas e objetivos. O planejamento financeiro é o guia para as empresas, podendo assim desenvolver os planos de curto e longo prazo com sucesso. Com a falta de planejamento financeiro sólido pode causar falta de liquidez podendo assim colocar em risco a continuidade da organização.

Palavras-chaves: Planejamento Financeiro, Recursos Financeiros, Gestão Financeira.

Abstract: This work has as the main objective to consolidate the planning need by the organizations, because through it, companies are able to reach their goals. The financial planning is the guide to the companies, in that way, it can develop short and long- range- goals with success. The deficiency of solid planning can cause the absence of liquitidy which can put in risk the organization's persistence.

Keywords: Financial Planning, Financial Means, Financial Management.

1. INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento industrial e comercial, presenciamos o crescimento de maior número de empresas de médio e grande portes. O homem ou o grupo de homens que outrora eram capazes de administrar seus negócios, sem precisar de um sistema de planejamento hoje já se sentem incapazes diante da multiplicidade de problemas.

Passa-se então a ver a necessidade um planejamento financeiro, pois através desta pode se alcançar suas metas e objetivos. Um planejamento financeiro é um guia para empresa que em curto ou em longo prazo, onde poderá ter garantias de como será as condições de caixa bem como os lucros ou prejuízos que poderá adquirir.

2. A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Planejamento financeiro é o processo por meio do qual se calcula quanto de financiamento é necessário para se dar continuidade às operações de uma companhia e se decide quando e como a necessidade de fundos será financiada. Sem um procedimento confiável para estimar as necessidades de financiamento, uma companhia pode acabar não tendo fundos suficientes para pagar seus compromissos, como juros sobre empréstimos, duplicadas a pagar, despesas de aluguel e despesas de serviços públicos. Uma empresa fica inadimplente se não for capaz de saldar suas obrigações contratuais, como despesas de juros sobre empréstimos. Portanto, a falta de um planejamento financeiro sólido pode causar falta de liquidez e, por isso, a falência – mesmo quando os ativos totais, incluindo ativos não líquidos, como estoque, instalações e equipamentos, forem maiores que os passivos.

A administração precisa fazer um planejamento financeiro metódico para avaliar as necessidades futuras para financiamento. A época dos diferentes tipos de financiamento também é critica para o planejamento financeiro.

As fontes de financiamento incluem: dívidas de curto e de longo prazo, ações ordinárias e preferências, e lucros retidos. Esses, que são lucros acumulados após impostos e dividendo, são uma fonte de financiamento especialmente desejável. A capacidade de a empresa expandir suas operações usando os lucros retidos é sinal de solvência financeira, porque tais fundos tornam uma empresa financeiramente auto-suficiente.

 ISSN 1679-8902

3. TIPOS DE PLANOS

3.1. Planos Financeiros em Longo Prazo (estratégicos)

São ações planejadas para um futuro distante, acompanhadas da previsão de seus reflexos financeiros. Tais planos tendem a cobrir períodos de dois a dez anos, sendo comum o emprego de planos qüinqüenais que são revistos periodicamente à luz de novas informações significativas. Geralmente, as empresas que estão sujeitas a elevados graus de incerteza operacional, ciclos de produção relativamente curtos, ou ambos, tendem a adotar horizontes de planejamento mais curtos. Planos financeiros a longo prazo são parte de um plano estratégico integrado que, em conjunto com os planos de produção, marketing e outros, utilizam-se de uma série de premissas e objetivos para orientar a empresa a alcançar seus objetivos estratégicos. Tais planos focalizam os dispêndios de capital, atividades de pesquisa e desenvolvimento, ações de marketing e de desenvolvimento de produtos, estrutura de capital e importantes fontes de financiamento. Deve-se incluir também a conclusão de projetos existentes, de linhas de produtos, ou ramos de negócios; reembolso ou amortização de dívidas e quaisquer aquisições planejadas. Tais planos tendem a ser subsidiados por inúmeros orçamentos e planos de lucro anuais.

Por longo prazo entende-se o período do planejamento que ultrapassa um ano. Esse prazo varia de empresa para empresa. O planejamento do período considerado como longo prazo pode ser de dois a cinco anos; algumas empresas elaboram planejamentos para ate vinte anos.

3.2. Planos Financeiros a Curto Prazo (operacionais)

Os planos financeiros (operacionais) a curto prazo são ações planejadas para um período curto (de um a dois anos) acompanhadas da previsão de seus reflexos financeiros. Os principais insumos incluem a previsão de vendas e várias formas de dados operacionais e financeiros; os resultados mais importantes incluem inúmeros orçamentos operacionais, o orçamento de caixa e demonstrações financeiras projetadas.

A partir das previsões de vendas são desenvolvidos planos de produção que consideram tanto o tempo necessário para converter a matéria-prima em produto acabado, como os tipos e quantidades de matérias-primas exigidos. Com base nesses planos, a empresa pode ainda estimar as necessidades de mão-de-obra direta, as despesas gerais de fábrica e despesas operacionais. Tendo preparado essas estimativas, pode-se prepara a demonstração do resultado e o orçamento de caixa projetado. Assim, o plano de financiamento em longo prazo, o plano de investimento de capital e o balanço patrimonial do período corrente, o balanço projetado da empresa pode ser finalmente desenvolvido.

Praticamente não há diferença entre planejamento a longo e em curto prazo, no que tange ao método de abordagem. Os mesmos princípios são aplicados na determinação dos itens de venda, custo, despesas, do fluxo de caixa e dos itens do balanço. Diferem apenas quanto à forma de apresentação. Geralmente, o planejamento ao curto prazo é mais detalhado, contendo todos os elementos necessários para o controle interno da empresa. A projeção do planejamento em longo prazo é feita em base anual, em comparação à base mensal do planejamento em curto prazo.

3.3. Significado do Planejamento Integral

Financeiramente falando, o planejamento integral consiste e vincular todos os planos de administração financeira aos planos de produção e de venda, bem como às atividades administrativas da empresa. De fato, para se alcançar a meta empresarial, é extremamente importante a coordenação das forças de trabalho. Se cada área trabalhasse por conta própria, desarticulada, isso afetaria inelutavelmente o resultado final. Nesta tarefa de coordenação global, os executivos financeiros, especialmente preparados e cônscios das possibilidades pertinentes aos seus respectivos setores de atuação. O planejamento integral requer principalmente o entrosamento da área financeira, baseado nas estimativas das demais áreas da empresa. Neste sentido o planejamento integral deverás ser traçado em consonância com todos os executivos responsáveis pela política da empresa, observando-se em princípios, o seguintes estágios de trabalho:

- determinação dos futuros volumes de venda e produção;
- determinação dos recursos humanos necessários;
- determinação das providências a serem tomadas por cada setor da empresa, levando-se em consideração os planos de vendas e de produção;
- elaboração de um cronograma único, para a execução do plano integral.

4. CARACTERÍSTICAS DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

4.1. Indicações para o futuro

Um plano financeiro a curto ou em longo prazo serve de guia para futuro comportamento da empresa. É a projeção das condições atuais para o futuro desconhecido, poderá devidamente reajustadas, tendo em vista as novas condições de trabalho, previamente estimadas. A projeção pura e simples da situação presente para o futuro tem sido motivo de grandes decepções, na avaliação de um planejamento feito.

4.2. Flexibilidade na aplicação

Como parte integrante do mundo dos negócios, onde as flutuações são freqüentes, a empresa deve ter a capacidade de se ajustar às novas condições, de forma rápida e eficiente. Nenhum plano deve ser considerado imutável. Mesmo durante o seu desenvolvimento, se as condições de mercado sofrerem bruscas e violentas transformações, os planos da empresa deverão ser rapidamente alterados.

4.3. Participação direta dos responsáveis

Os princípios da responsabilidade e de autoridade, como em qualquer área da administração empresarial, deverão ser criteriosamente observados no planejamento e controle financeiro. Um plano imposto nunca poderá dar o mesmo resultado que um plano estudado, analisado e aprovado por todos os

setores envolvidos. O fator psicológico constitui a mola-mestre para a consecução de bons resultados.

5. VANTAGENS DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Um plano bem concebido e tecnicamente bem adequado traz inúmeras vantagens:

Disciplina nas operações

Uma vez que o plano financeiro da empresa esteja expresso sob a forma de orçamento, valido para determinado período futuro, todos os funcionários procurarão atingir os objetivos contidos neles. A avaliação periódica do resultado atual também será feita, baseada nos valores orçados. Esse alvo comum, propicia o trabalho e equipe e aprimora os meios de comunicação entre os elementos que trabalham para atingi-lo.

Distinção entre o necessário e o superfulo

No planejamento financeiro, deverá haver uma demarcação entre o necessário e o supérfluo. Toda a aplicação de recursos que não redundar em maior rentabilidade, a curto ou em longo prazo, deverá ser considerada supérflua. Apesar de nem sempre ser possível distinguir o superfulo do necessário, o planejamento oferece melhores condições para esse julgamento, em beneficio da empresa.

Senso de responsabilidade em relação ao lucro previsto

Sendo o plano elaborado com a colaboração de todos os setores da empresa, cada individuo sentirá um quinhão de responsabilidade na realização do lucro final. A conscientização deste objetivo faz com que tudo seja feito em favor da rentabilidade da empresa.

Prática de "administrar por exceção"

 ISSN 1679-8902

A comparação entre o real e o orçado indica as deficientes que porventura possam existir. Sem o sistema orçamentário, os fatos contábeis, da natureza estática, não permitem, à primeira vista, distinguir os pontos de estrangulamento da empresa. Em nossos dias, as decisões empresariais precisam ser rápidas; nenhuma delas, porém, poderá ser tomada sem conhecimento de causa. A técnica do planejamento permitirá identificar os pontos fracos da empresa, possibilitando imediata correção.

6. CONDIÇÕES BÁSICAS PARA O SUCESSO

Apoio da administração: uma recomendação especial para o futuro executivo; antes de introduzir qualquer inovação no sistema de planejamento e controle financeiro em sua empresa, é indispensável conseguir a anuência e o apoio efetivo do presidente. Sem este apoio, mesmo que o seu sistema de trabalho seja ótimo, dificilmente obterá o resultado almejado.

Organização adequada: em principio, o planejamento financeiro implica no seu controle posterior. Como os fatores financeiros referem-se a todas as áreas da empresa: produção, vendas e administração, a amplitude do planejamento financeiro é bastante extensa em exige um preparo todo especial. O sucesso depende, em grande parte, do método usado e dos executantes, devidamente preparados, para sua aplicação.

Entrosamento perfeito com a contabilidade: para análises e comparações posteriores, o plano de contas da empresa, com todos os seus pormenores, deverá servir de base para o planejamento. Sem esse entrosamento a Contabilidade poderá registrar dados que não correspondam aos valores estimados, o que tornará errônea toda comparação e conduzirá a decisões falhas.

Sistema adequado: cada empresa tem suas necessidades especificas; porém, em qualquer circunstancia, o sistema de planejamento deverá ser simples, objetivo e elaborado para ações efetivas e também, o mais econômico possível.

7. EVENTOS QUE PODEM ORIGINAR A NECESSIDADE DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

- compra ou venda de negócios de família;
- crise financeira;
- herança ou repartição de bens;
- mudanças na carreira profissional;
- planejamento para filhos (nascimento, adoção, educação);
- planejamento para aposentadoria;
- preparação para casamento, separação;
- recebimento de grande soma de dinheiro ou inesperada queda financeira.

O planejamento das finanças não visa apenas o sucesso financeiro, ele é relevante para o sucesso pessoal e profissional. O gerenciamento adequado das finanças é o diferencial entre sonhadores e realizadores.

Alguns equívocos a respeito de planejamento financeiro:

- Confundir Planejamento Financeiro com Investimentos;
- Esperar momentos de crise para tomar a iniciativa de fazer o Planejamento Financeiro;
- Esperar retornos irreais para seus investimentos;
- Não estabelecer objetivos financeiros mensuráveis;
- Pensar que Planejamento Financeiro é a mesma coisa que planejamento para aposentadoria;
- Pensar que Planejamento Financeiro é para quando ficarem velhos;
- Pensar que Planejamento Financeiro é Planejamento Tributário;
- Pensar que Planejamento Financeiro é somente para quem possui muito dinheiro;
- Pensar que utilizar os serviços de um Consultor Financeiro, significa perder o controle de suas finanças pessoais;

- Tomar uma decisão financeira sem entender seus efeitos em sua situação financeira global.

8. CONCLUSÃO

Planejamento financeiro é um processo racional de administrar sua renda, seus investimentos, suas despesas, seu patrimônio, suas dívidas, objetivando tornar realidade seus sonhos, desejos e objetivos, tais como: casa própria, poupar para a educação dos filhos, fazer a viagem dos sonhos, investir de acordo com o perfil pessoal, ser bem sucedido na carreira profissional, reduzir impostos, tornar-se empresário, aposentar-se confortavelmente, planejar e administrar testamento, partilha.

A maioria das pessoas trata suas finanças procurando gastar menos do que ganha. Este é apenas um dos aspectos do planejamento. É necessário, entre outros aspectos, estabelecer objetivos, sem os quais a pessoa age como um barco sem rumo.

A vida produtiva tem várias fases, cada uma das quais apresenta seus desafios. Através do planejamento é possível identificar as oportunidades e dificuldades de cada uma, e definir, antecipadamente, estratégias para enfrentar cada situação.

REFERÊNCIAS

BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.

NGUYEN, H. T. **Controladoria Financeira das Empresas**. 2ª ed. São Paulo: Universidade Empresa Ltda., 1972.

ROBBINS, S. & COULTER, M**. Administração**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1996.

ESTRATÉGIAS PARA FIDELIZAÇÃO DE ALUNOS DE GRADUAÇÃO: estudo de caso com alunos de Instituição de Ensino Superior particular da Região Metropolitana de Campinas

Strategies for retention of graduate students:
a case study with students in private higher education institution in the metropolitan region of Campinas

MAIOCHI, Ana Carolina Barbato
Faculdade de Jaguariúna

BARBATO, Christiane Novo
Faculdade de Jaguariúna

Resumo: O presente estudo pretendeu examinar os valores que geram fidelização entre os alunos de graduação das Instituições de Ensino Superior – IES no Brasil, levando-os à intenção de recompra e à indicação das mesmas. Para tanto, traçou-se um paralelo entre as atuais mudanças no ambiente mercadológico do ensino superior brasileiro, as alterações sofridas nos comportamentos do aluno de graduação e os motivos propulsores dos elevados índices de evasão nas IES. Almejou, ainda, analisar como essa nova conjuntura socioeconômica interfere nas tomadas de decisões de marketing das instituições. Apresenta-se, neste texto, o estudo de caso realizado em uma IES particular da região metropolitana de Campinas, que objetivou, através de uma pesquisa quantitativa e revisão bibliográfica, mapear estratégias utilizadas para fidelização e retenção de alunos.

Palavras chave: Marketing, Relacionamento e Educação.

Abstract: This study aimed to examine the values that generate loyalty among undergraduate students at institutions of higher education in Brazil. Taking them to repurchase intention and stating the institution. Was drawn a comparison between the current market environment changes in the Brazilian higher education, the amendments made in the behavior of undergraduate students and the reasons for high dropout rates in educational institutions. Also, to analyze how this new socio-economical situation interferes with the marketing

strategies of the institutions. It is presented in this text, the case study conducted in a private educational institution in the metropolitan region of Campinas, which aimed, through a literature review and quantitative research, mapping strategies used for student retention and loyalty.

Keywords: Marketing, Relationship e Education.

1. Introdução

Este texto encontra-se disposto dentro da área temática de Gestão Estratégica Organizacional do ADM 2011 [25]. Buscou, através de revisão bibliográfica e de um estudo de caso, fornecer um mapeamento dos principais valores que levam estudantes da graduação à recompra e à indicação da instituição a conhecidos, e estruturar propostas para otimizar a fidelização dos alunos da instituição, a partir das conclusões obtidas na pesquisa realizada.

O estudo de caso foi realizado em uma instituição de ensino superior particular da região metropolitana de Campinas (RMC), através de levantamento e análise de dados primários junto a alunos iniciantes e concluintes da IES.

A metodologia utilizada foi revisão bibliográfica e pesquisa de campo com determinação do tamanho e seleção da amostra aleatória, coleta e análise de dados primários sob a forma de questionário, com perguntas de múltiplas escolhas e análise de dados, com utilização de ferramentas estatísticas e do Microsoft Excel.

2. Análise do mercado de ensino superior no Brasil

[25] Este artigo foi apresentado e publicado nos anais do Congresso Internacional de Administração 2011 – Ponta Grossa - PR

O mercado de ensino superior no Brasil apresentou mudanças significativas nos últimos anos; o número de instituições passou de algumas centenas, nos anos 60, para 2.252, em 2008.

Segundo o Censo da Educação Superior 2008 do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), dentre essas 2.252 instituições que oferecem cursos de graduação (presencial e a distância), 90% são instituições privadas e 10% instituições públicas, divididas entre federais (4,1%), estaduais (3,6%) e municipais (2,7%). Essas instituições ofertaram, em 2009, 2.985.137 vagas.

Além do incremento no número de instituições e vagas ofertadas, houve consideráveis adaptações do perfil dessas instituições aos novos parâmetros sócio-econômicos do Brasil. Uma dessas adaptações foi a interiorização e regionalização da oferta de ensino superior, tirando os grandes centros urbanos do Brasil da posição de principais fornecedores de educação superior e levando para o interior a oferta de graduação.

O perfil do aluno de graduação no Brasil também modificou-se em decorrência dos novos índices socioeconômicos brasileiros. Houve aumento de estudantes do gênero feminino (60,4%); 60,8% com idade entre 17 e 22 anos e 91% residem na cidade e região, dependendo dos pais ou de financiamentos para concluir os estudos, segundo Freitas, Jarretta e Laiter (2006).

Entre as influências que levaram a mudanças e ao crescimento do setor do ensino superior no Brasil, podem-se destacar fatores políticos e econômicos, tais como, a flexibilização das regras para a abertura de cursos e instituições e a regularização da lei, que permitiu a existência de instituições de ensino superior constituídas de empresas com finalidades lucrativas, em 1999.

Não se pode deixar de destacar a influência de fatores demográficos, o aumento das exigências do mercado de trabalho e as políticas de melhoria do ensino médio, como impulsores para o crescimento na demanda por educação superior.

 ISSN 1679-8902

Segundo Bôas (2008) os fatores que geraram o crescimento no setor do ensino superior:

> [...] vieram para atender à enorme demanda reprimida pelo ensino superior, em todos os níveis sociais, acumulada no Brasil entre 1996 e 2002. Tal demanda reprimida viria a se acentuar em função dos programas de democratização e universalização do ensino fundamental e o conseqüente crescimento do ensino médio, ocorrido no mesmo período.

Ainda segundo Bôas (2008), o crescimento desse setor teve seu maior acréscimo entre os anos 1997 e 2003, período em que o número de estudantes apresentou um incremento de 154%, com uma média anual de 17%. No entanto, a partir de 2003 o crescimento desse setor desacelerou, caindo de 17% para 8% a taxa de crescimento anual.

Além do desaceleramento do mercado do ensino superior no Brasil, as IES têm enfrentado outro grande problema: o alto índice de evasão na graduação.

Com base nos dados apresentados pelo Censo da Educação Superior 2008 do Inep, no ano de 2008, o percentual de concluintes em relação aos ingressantes de 2005 foi de apenas 57,3%. Entre as instituições privadas, esse número caiu para 55,3% de concluintes. Entre as Instituições federais, o percentual entre concluintes e ingressantes aumentou para 67%, seguida pelas instituições estaduais que apresentam um índice de 64,3% e das municipais com 61,2% dos alunos concluindo os cursos de graduação.

A desaceleração do mercado de ensino superior no Brasil, somada ao novo perfil do discente e à alta taxa de evasão, levou as instituições de ensino privado, acostumadas com uma demanda natural, em consequência das enormes parcelas da população que buscavam o ensino superior, à busca de uma gestão voltada para clientes, processos e resultados, o que justifica o crescente interesse nos estudos de marketing aplicado às IES.

Atualmente as IES são percebidas como negócio e, para tal, têm profissionalizado sua gestão administrativa, podendo assim, concorrer nesse novo modelo de mercado, mais competitivo.

3. Estratégias do marketing aplicado ao ensino superior

Segundo Bôas (2008), o Marketing aplicado ao ensino superior, comumente conhecido como marketing educacional, visa à captação de alunos, à criação de satisfação e à conversão destes para outros níveis, ou seja, a recompra após a graduação. O marketing aplicado às instituições de ensino superior vale-se das mesmas ferramentas de marketing, comumente utilizadas por outros setores da economia.

Para utilizar-se destas ferramentas de forma produtiva, é necessário compreendermos que a IES é uma prestadora de serviços, oferecendo educação aos seus alunos. Segundo Kotler e Keller (2007), serviços são interações complexas que exigem a adoção do marketing holístico para gerenciar todos os elementos que afetam o relacionamento cliente-empresa.

O marketing holístico é a gestão de marketing focada em toda a complexidade da empresa, tencionando trabalhar todas as atividades de marketing de forma planejada e integrada. Dentre as ferramentas utilizadas pelo marketing holístico estão o marketing interno, marketing integrado, marketing de relacionamento e marketing societal. Todas elas contribuem para que a instituição consiga transmitir seus valores de forma única aos seus clientes.

Bôas (2008) assevera, a respeito da comunicação integrada dentro da IES:

> Quando a entidade comunica em uníssono seus valores, construindo uma identidade corporativa forte e transmitindo aos membros da organização e aos seus públicos internos e externos os valores e características básicas da instituição, está trabalhando a comunicação de maneira integrada.

Há de se notar também, que a sociedade, cada vez mais informada e exigente, tem forçado a utilização de estratégias de marketing pautadas na ética e no compromisso social das instituições de ensino. Assim, as mensagens de comunicação devem ser coerentes e coesas em relação à

verdadeira realidade da IES. Ainda, segundo Bôas (2008) “[...] de nada adianta falar em humanismo e aterrorizar os funcionários, ou propagar a irreverência, se os alunos são recebidos com o semblante fechado”.

As instituições de ensino superior voltadas para o marketing holístico e com comprometimento em relação aos serviços prestados apresentam hoje diferenciais com grande potencial competitivo, uma vez que o mercado de educação superior no Brasil encontra-se saturado por instituições vendidas, que comunicam suas mensagens como no mercado varejista, de forma aleatória e incoerente.

4. Marketing de relacionamento: conceitos básicos e suas aplicações nas instituições de ensino superior

As empresas realmente orientadas ao marketing têm como essência o forte relacionamento com o cliente. Os profissionais de empresas focadas na construção de relacionamento com o cliente devem, segundo Kotler e Keller (2007), conectar-se, informar e engajar seus clientes.

Dugaich (2006), afirma que “[...] o gerenciamento eficaz do relacionamento das instituições de ensino com seus públicos será um dos principais fatores de diferenciação nos próximos anos no setor educacional”.

Empresas que entendem que a satisfação de seus clientes é a única garantia de lucro têm deixado de seguir o tradicional organograma, mostrado na Figura 1(a), e utilizado o atual organograma de empresa orientada para o cliente, 1(b), a seguir.

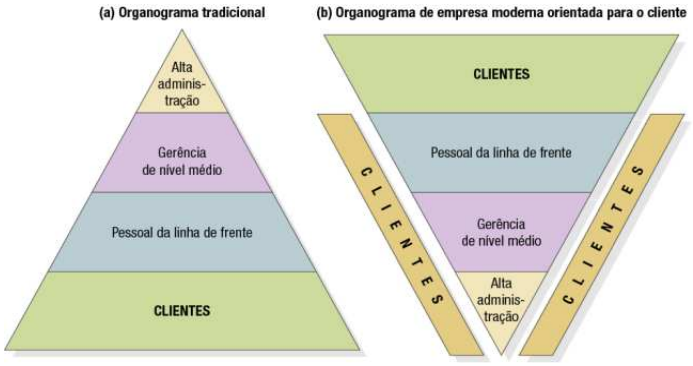


Figura 1 - Organograma - Fonte: Kotler e Keller (2007)

Assim, o foco da empresa deve ser a satisfação do consumidor. que está diretamente relacionada ao atendimento ou não das suas expectativas em relação à compra.

Satisfação para o cliente é o prazer ou desapontamento resultante da comparação entre o desempenho percebido do produto *versus* as expectativas do cliente. Quando as expectativas do cliente em relação ao produto são menores que o desempenho deste produto, tem-se um cliente encantado.

Clientes encantados são clientes fidelizados. Oliver (apud KOTLER E KELLER, 2007, p. 141) define fidelidade no marketing como "[...] um compromisso profundo de comprar ou recomprar repetidamente certo produto, apesar da influência situacional e esforços de marketing potencialmente capazes de causar mudanças comportamentais".

A fidelidade é gerada através da entrega de alto valor para o cliente, superando as expectativas do cliente em relação à compra. Ainda segundo Kotler e Keller (2007) a entrega de alto valor para o cliente é o conjunto de benefício que a empresa promete entregar, que será disposta ao cliente através de todas as experiências e interações que este terá ao longo do processo de obter e usar a oferta. Ou seja, será entregue durante a construção de relacionamento entre ele e a empresa.

O relacionamento da IES não acontece apenas entre aluno e instituição, mas entre ela e um público amplo composto por *prospects*, candidatos, alunos,

graduados, pais, empresas, escolas parceiras, professores, funcionários, entre outros.

Segundo Dugaich (2006), "[...] a escola deverá administrar com cuidado essas relações, pois cada um desses públicos poderá tornar-se multiplicador potencial da marca da instituição".

Para relacionar-se adequadamente com cada público, a IES deve conhecer profundamente cada um deles. Em marketing, a ferramenta ideal para gerenciamento e, conseqüentemente, entendimento dos públicos com que a empresa se relaciona é chamado CRM (*Costumer Relationship Management*). A definição de Kotler Keller (2007) para CRM: "Trata-se do gerenciamento cuidadoso de informações detalhadas sobre cada cliente e de todos os 'pontos de contato' com ele, a fim de maximizar sua fidelidade".

O marketing de relacionamento dentro da IES não pode ser utilizado apenas para captação, mas principalmente para retenção de alunos e para a continuidade de relacionamento entre instituição e graduado. Relacionamento está intrinsecamente vinculado, portanto, ao atendimento prestado ao aluno pela IES, o que nos leva à análise da gestão do atendimento dentro das IES.

A Gestão do Atendimento envolve uma série de atividades e estratégias diretamente relacionadas à estrutura tecnológica oferecida, assim como, à capacitação dos funcionários envolvidos na atividade.

Deve-se lembrar que alunos satisfeitos são multiplicadores do conceito da marca da empresa e além de ficarem mais sujeitos à reutilização dos serviços da IES, podem tornar-se agentes de indicação para novos alunos.

5. Estudo de caso: apresentação da pesquisa e resultados

Neste trabalho, foi realizada uma pesquisa, para análise e estudo de caso em relação à satisfação dos discentes de graduação de uma Instituição de Ensino Superior da região metropolitana de Campinas, através da qual, foi

possível fornecer um mapeamento dos principais valores que levam alunos da IES à recompra e à indicação desta a conhecidos.

5.1 Metodologia

A pesquisa, quantitativa utilizou questionário pessoal com 18 questões de múltipla escolha com campos abertos para comentários em algumas delas, em amostra aleatória não estratificada, contendo 1090 elementos de uma população de 1829 estudantes (59,5%), entre ingressantes e concluintes de todos os cursos da instituição. O erro das porcentagens obtidas variou entre 2,97% e 3,03%.

A aplicação do questionário pelas pesquisadoras, em cada sala de aula das 35 turmas investigadas, a todos os discentes presentes, durou cerca de 15 min. As pesquisadoras permaneceram nas salas durante todo o período da aplicação e recolheram os questionários à medida que eram respondidos pelos participantes.

5.2. Resultados

5.2.1 Conceitos "inicial" e "atual" sobre a IES

Ao serem comparados o conceito inicial (anterior ao ingresso) e o conceito atual dos alunos sobre a IES, observa-se um aumento de aproximadamente 3% nos conceitos "excelente" e "ruim", um decréscimo de 13% no conceito bom, e um acréscimo de 7% no conceito "regular"

No estudo foram realizadas comparações entre os conceitos inicial e atual e calculadas diferenças entre os conceitos nos dois momentos, antes de ingressar na instituição e atualmente. Inicialmente, aos conceitos Excelente, Bom, Regular e Ruim foram atribuídos os pesos 3, 2, 1, e 0, respectivamente. A seguir, foram calculadas as diferenças entre esses pesos nos dois momentos: peso final – peso inicial.

Para se obter um conceito numérico total dessas diferenças, calculou-se a média aritmética ponderada entre elas, obtendo-se um decréscimo total médio de 0,1 entre os conceitos inicial e atual

Essa diferença acentua-se quando observados os concluintes em separado, caso em que a média final resulta em –0,3, o que não pode absolutamente significar um resultado alarmante, mas que parece merecer uma reflexão e investigações mais profundas sobre a imagem da instituição perante seu público.

5.2.2 Expectativas

Quando perguntados sobre a realização de suas expectativas quanto ao curso e a IES, 22% dos participantes responderam que até o momento elas foram completamente realizadas, 73% que elas foram razoavelmente realizadas e, apenas 5%, responderam que elas não foram realizadas.

O leve desgaste da imagem da instituição com o tempo de convívio acadêmico sugerido pelos resultados obtidos pode até certo ponto ser considerado previsível, haja vista a grande monta de atividades acadêmicas próprias dos últimos períodos dos cursos de graduação. Contudo, o que se faz preponderante aqui, é a imagem que ele tem da instituição nessa fase e não o motivo que o leva a tê-la, imagem esta que ele certamente divulga aos seus amigos e familiares. Acrescente-se que o “boca-a-boca” é notoriamente o principal meio de divulgação da IES, donde se deduz a relevância do cuidado pontual com este fato. Assim, sugere-se um trabalho de marketing voltado especialmente à construção da imagem institucional entre esses discentes.

5.2.3 Conceito atual e indicação da instituição

Neste item mostram-se os percentuais de alunos por conceito atual e indicação da IES a amigos e familiares. Observa-se que, além da totalidade ou

quase totalidade de indicações entre os que atribuem à IES os conceitos “excelente” ou “bom”, 57% dos que a ela atribuem o conceito “regular” e 15% dos que a ela atribuem o conceito “ruim”, indicaram ou indicariam a instituição a seus amigos e familiares. Esses percentuais evidenciam que, embora não se declarem completamente satisfeitos, 85% dos alunos vêm na instituição boa opção a seus entes queridos e, portanto, quer parecer que a eles próprios também.

5.2.4 Conceito atual e intenção de cursar pós-graduação

A fidelização expressa pela indicação da instituição a amigos e familiares da grande maioria dos participantes não se corrobora no item acima exposto, uma vez que apenas 23% dos alunos declararam ter a intenção de cursar pós-graduação na IES, o que pode ser parcialmente explicado pelos manifestos no campo aberto para esta questão, em que se percebe um desejo de troca de instituição objetivando novas perspectivas, novos horizontes, diferentes abordagens, ou seja, a baixa de intenção de continuidade dos estudos na instituição de ensino não reflete um descontentamento com aquela, mas sim intenção de busca pelo novo.

5.2.5 Potencialidades e fragilidades

Os pesquisados foram convidados a enumerar de 1 a 6, em ordem crescente de prioridade, os pontos fortes (na décima quarta questão) e os fracos (na décima quinta questão) dos cursos que freqüentam, entre os seis itens elencados em cada uma das questões. Aos valores atribuídos às potencialidades, foram atribuídos pesos positivos e, aos atribuídos às fragilidades, pesos negativos,

A seguir, foram calculadas as médias desses valores e finalmente, obtiveram-se as diferenças entre as médias positivas e as negativas

 ISSN 1679-8902

No gráfico 1 são apresentados os resultados considerando-se somente os ingressantes e no 2, exclusivamente os concluintes.

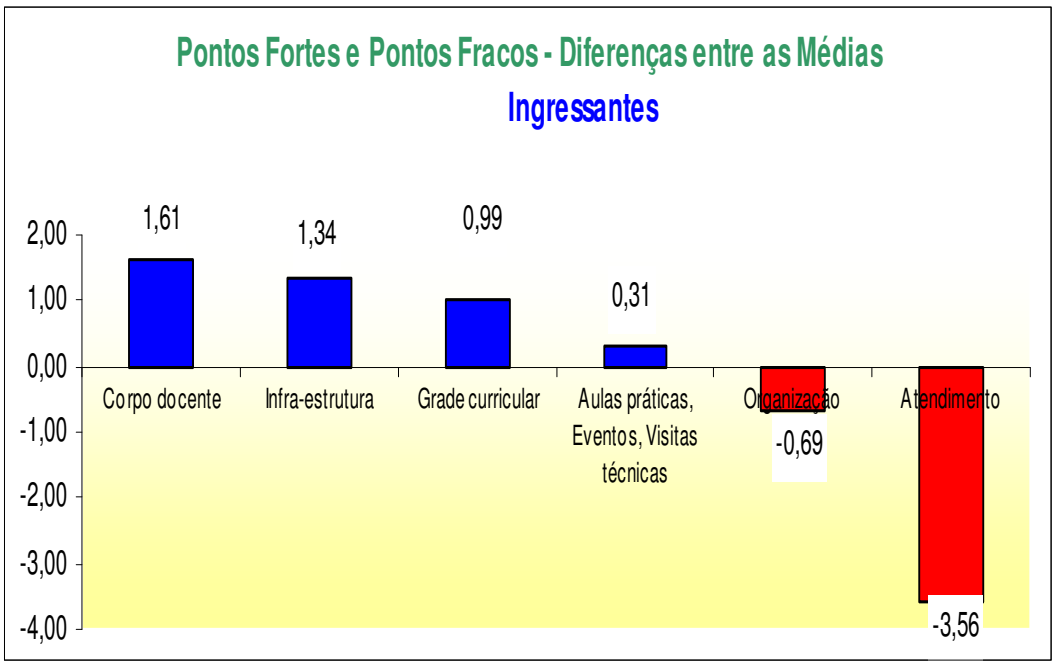


Gráfico 1 – Pontos fracos e pontos fortes – Diferenças entre médias Ingressantes

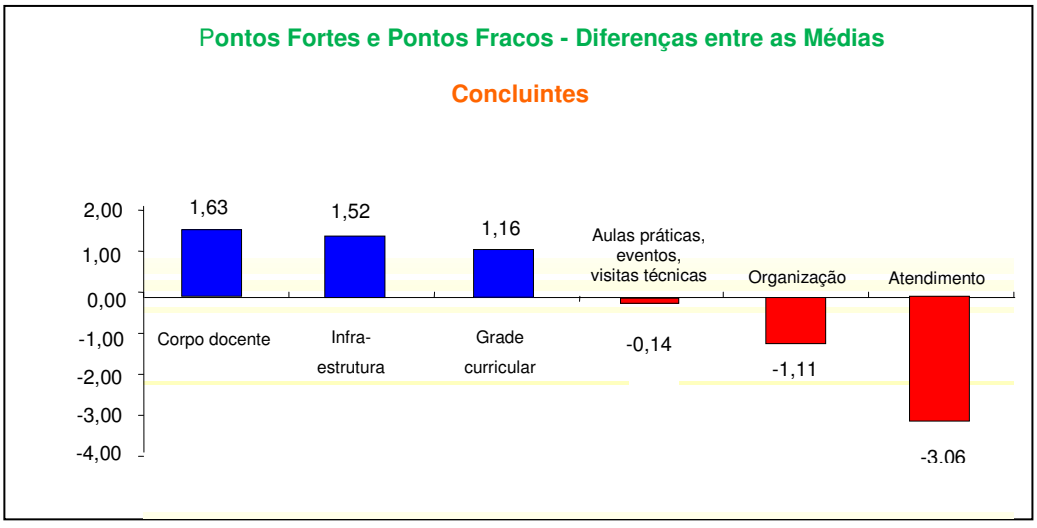


Gráfico 2 – Pontos fracos e pontos fortes – Diferenças entre médias Concluintes

Ao tabular os dados, separados por turma, notou-se variação na avaliação de alguns itens; contudo, o atendimento, que aqui incluiu os serviços oferecidos pela Central de Atendimento, inspetores, técnicos de laboratórios e secretarias, entre outros, delineou-se como a maior fragilidade em 34 das 35 turmas analisadas. Interessante consignar que nos campos abertos para comentários, como o caso de respostas negativas à pergunta sobre a intenção de cursar pós-graduação na instituição, muitos dos pesquisados alegaram a falta de qualidade no atendimento como a razão para essas respostas negativas; some-se a esse fato a grande porcentagem de alunos que indicariam a IES a seus amigos e familiares, em dissonância com os percentuais de satisfação e chega-se à conjectura possível de que, por estar descontente com um dos diversos serviços prestados pela IES, o aluno acaba por se sentir insatisfeito com a instituição como um todo. Destarte, há que se investigar o motivo deste descontentamento geral, para a arquitetura de ações urgentes que corrijam a fragilidade apontada, o que certamente contribuirá para excepcional aumento de satisfação de todo o corpo discente.

6. Conclusão

O trabalho aqui apresentado expôs a relação entre as atuais mudanças no ambiente mercadológico do ensino superior brasileiro, as alterações sofridas nos comportamentos do aluno de graduação, os motivos propulsores dos elevados índices de evasão nas IES e algumas estratégias de marketing aplicadas às Instituições de Ensino Superior para fidelização e retenção de alunos. O estudo de caso possibilitou a visualização clara das possibilidades de aplicação dos conceitos de marketing para IES.

Como vimos, no Brasil, o perfil do aluno está atualmente constituído em suas maiorias por mulheres, jovens e de baixo poder aquisitivo, muitas vezes dependentes de familiares e de auxílios como bolsas de estudos para manterem-se nos estudos, o que pode ser a causa dos elevados índices de evasão apresentados na educação superior do Brasil nos últimos anos. Esse fato sugere que as IES devem adaptar-se constituindo uma sólida rede de

financiamentos e bolsas de estudos, possibilitando aos seus alunos a permanência nos estudos por mais tempo.

Nota-se também, comprovado pela pesquisa realizada, um grande desgaste do relacionamento entre aluno e instituição ao decorrer da permanência do aluno na IES, o que sugere a necessidade de se criar facilidades de atendimento para esses alunos, principalmente para serviços referentes aos concluintes. Pode-se sugerir como principal estratégia de marketing para elevação dos índices positivos das IES, a melhoria da gestão de relacionamento e, principalmente, gestão do atendimento aos seus alunos.

Entendeu-se no presente trabalho que o principal fator gerador de insatisfação dos alunos em relação à IES é a baixa qualidade do atendimento recebido, o que, concluí-se, deve ser revisto e adaptado. Portanto sugere-se, como estratégia para melhoria na gestão do relacionamento investimentos em tecnologias que facilitem todos os pontos de contato que o aluno terá durante sua permanência na instituição. Porém, ferramentas tecnológicas de CRM bem estruturadas não bastam; é necessário contratar e treinar todas as pessoas evolvidas para que não apenas conheçam o trabalho a ser executado como entendam a necessidade do bom atendimento ao aluno.

Concluí-se que o gerenciamento do relacionamento de forma inteligente e objetiva pode ser um grande diferencial competitivo para as Instituições de Ensino Superior no Brasil. No entanto, para o sucesso desta estratégia é necessário que toda a instituição: funcionários, professores, coordenadores e diretores estejam focados na entrega de alto valor ao aluno, gerado principalmente pela alta qualidade do atendimento prestado.

Referências

BOAS, R. V. **The Campus Experience**. São Paulo: Summus, 2008.

COLOMBO, S. S. (Org.). **Marketing Educacional em Ação**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

KELLER, K. L.; KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.

RESUMO TÉCNICO CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR 2008 – INEP. Disponível em:

http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/relatorio_tecnico.htm. Acesso em: 18 de setembro de 2010.

DEFINIÇÕES DE RELACIONAMENTOS INTERPESSOAIS

Interpersonal Relationship Definition

CARLOS, Joaquim
Faculdade de Jaguariúna

Resumo: Considerando o momento histórico atual, no qual o cenário se mostra cada vez mais competitivo, um ambiente em transformações constantes, há que se pensar e reavaliar formas de se fazer gestão organizacional mais eficaz e eficiente. Este estudo se propôs a analisar e reavaliar as definições de competências gerenciais com o objetivo de contribuir para busca de novos formatos de atuação gerencial. Apresentam-se aqui os conceitos de competências elaborados por diversos autores, princípios e práticas que podem ajudar a organização a ser mais flexível diante desse cenário competitivo.

Palavras-chave: Competências Gerenciais, Comportamento Gerencial, ferramentas de atuação gerencial.

Abstract: Regarding the current moment, in which the economic condition has been showing very competitive, and constant environment transformation, we have to consider new ways to manage the organization to be more effective and efficient. This purpose of this study is to analyze definition of management competences with the objective to build new ways to manager act. The concepts will be presented by several author, practices, that might help the organization to be more flexible against this competitive economy.

Keywords: Management skills, Behavior Management, performance management tools.

Definições de Relacionamento Interpessoal

O que é Relacionamento Interpessoal? Podemos considerar como uma competência essencial de liderança? Responderia com as palavras de Dale Carnegie: “Você pode fazer mais amigos em dois meses, interessando-se pelas outras pessoas, do que em dois anos, tentando conseguir o interesse do outros sobre você”.

O relacionamento interpessoal está associado, primeiramente com a própria pessoa, com o seu “eu”. O conhecimento dos próprios sentimentos, da formação profunda e verdadeira de si mesmo, proporciona um bom nível de autoconhecimento. Como resultado prático desse autoconhecimento temos:

- Processo de pensamento consciente;
- Auto-reflexão;
- Senso ou intuição da realidade externa, ou seja sair de dentro de si e olhar como um observador que entende a realidade externa.

Ao percebermos a realidade externa, estamos nos conectando com estados de consciência mais expandida, isto é, estaremos nos interessando pelo “outro” de forma consciente e verdadeira. Essa aptidão é bastante valorizada atualmente, pois as pessoas com essa capacidade conseguem estabelecer relacionamentos interpessoais mais produtivos. Dessa forma, o saber trabalhar em equipe origina-se na formação “intrapessoal”. Se me conheço, consigo entender qual seria o melhor formato para estabelecer e manter relacionamentos saudáveis, reconhecendo o outro.

Na essência do relacionamento temos:

- ✓ Primeiro há que se ter autoconhecimento.

Essa competência ou aptidão é bastante importante e procurada pelas organizações, pois as pessoas com essa capacidade conseguem definir e estabelecer relacionamentos interpessoais mais efetivos e eficazes.

Saber trabalhar em equipe origina-se na aptidão interpessoal. Se me conheço, consigo estabelecer relacionamentos saudáveis e reconhecer entender o outro.

Analisando as competências mais assediadas pelo mundo corporativo temos:

- Empowerment;
- Flexibilidade a mudanças;
- Liderança de equipe;
- Negociação;
- Orientação para resultados;
- Trabalho em equipe e etc.

Há uma competência que precisa ser desenvolvida antes de todas; podemos considerá-la como plataforma básica para as demais competências. A competência que estou me referindo é a de Relacionamento Interpessoal.

Essa competência deve ser ainda mais intensa nas áreas de liderança, gerência, diretoria. E é exatamente pelo fato das organizações serem composta de forma primária, de pessoas, que os líderes de uma organização deveria se importar com essa competência. É de fundamental importância conscientizar que o Relacionamento Interpessoal é estratégico e um fator primordial no ambiente de trabalho de uma organização saudável.

Antropologicamente, o homem é um ser social. No decorrer de sua vida deve relacionar-se com semelhantes em todas as situações que envolvem relacionamentos. Isto vale desde o lado amoroso até o profissional, pois todos os relacionamentos possuem a mesma plataforma, que é a troca entre os homens, ou ainda a essência do relacionamento interpessoal.

As competências técnicas são rapidamente reconhecidas como necessárias e são mais facilmente definidas, identificadas, podendo ser encontrada nas universidades, cursos técnicos e etc.

Como já mencionado, o ser humano é um animal social, consequentemente com necessidade de se relacionar, e isto implica em desenvolver essa competência, até como meio de sobrevivência.

Considerando o ambiente organizacional, a competência em Relacionamento Interpessoal pode ser desenvolvida ou adquirida através de treinamento especial e experimental. Essa competência pode ser dividida basicamente em duas vertentes muito significativas:

- A percepção;
- A Habilidade.

A Percepção é um processo que precisa ser exaustivamente treinado. Para se ter uma percepção realista da situação e dos outros, os pré-requisitos são:

- auto-percepção;
- auto-conscientização;
- auto-aceitação.

Esse treinamento requer muito atenção e cuidados especiais. Exige disponibilidade psicológica e muito acompanhamento para o com o treinando. Como observação, o trabalho de Coaching nesse momento é fundamental.

Nesse treinamento, algumas considerações são importantes;

- Como nós percebemos o outro;
- Como cada um de nós está em um canal diferente do outro, a sintonia é diferente;
- Cada um de nós tem suas crenças e seus valores, portanto entende o mundo de uma maneira única e para si mesmo, como verdadeira.

Há que ser entendido pelo treinando que, antes de iniciar o desenvolvimento da competência de relacionamento interpessoal, exige-se

uma análise de si mesmo, com o objetivo de conhecer-se mais. Isso é necessário, pois sem entender alguns aspectos do seu próprio comportamento:

- ✓ como é possível conviver com os outros no trabalho?
- ✓ na vida amorosa, como trabalhar em equipe?

A habilidade pode ser desenvolvida informalmente, no dia-a-dia, através da participação em grupos de trabalho e mesmo nos grupos informais. Ao participarem de grupos, os profissionais têm a oportunidade de perceber as diversidades de conhecimentos, valores, culturas e podem compreender porque alguns grupos têm dificuldade para definir seus objetivos e os meios de alcançá-los. Perceberão que, ao reconhecerem e perceberem o outro em sua individualidade, o que basicamente os motiva e quais são os seus anseios, podem mais facilmente identificar os pontos concordantes para obtenção de resultados individuais e grupais.

Conclusão da técnica Relacionamento Interpessoal

A necessidade de trocar informações sobre o trabalho e de cooperar com a equipe permite o relacionamento entre os indivíduos, o que acaba sendo imprescindível para a organização, pois, as mesmas valorizam cada vez mais tal capacidade; o relacionamento interpessoal é, sem sombra de dúvida, um dos fatores que influenciam no dia-a-dia e no desempenho de um grupo, cujo resultado depende de parcerias internas para obter melhores ganhos. No ambiente organizacional é importante saber conviver com as pessoas, até mesmo por ser um cenário muito dinâmico e que obriga uma intensa interação com os outros, inclusive com as mudanças que ocorrem nos processos, na cultura ou até mesmo diante de troca de lideranças.

Quando a empresa enfrenta problemas de relacionamento, a área de Recursos Humanos junto à gerência tem a missão de sanar a dificuldade o quanto antes para não comprometer o clima de trabalho. É necessário identificar as causas para minimizar o efeito que este fator pode gerar, assim como sensibilizar os colaboradores para que eles não deixem que essa

variável prejudique o desenvolvimento das tarefas, pois os clientes internos e externos poderão não ser atendidos com responsabilidade, resultando em queda na qualidade do atendimento e na produtividade.

As divergências e as “brigas” internas podem ser resolvidas com um bom treinamento e atividades grupais, procurando valorizar a integração e focar a importância de se ter um excelente relacionamento com os membros da equipe. O gerente também terá que fazer o seu papel, dando apoio, *feedbacks* e fazendo *coaching* com seus colaboradores, evitando, assim, qualquer tipo de atrito que possa ocorrer futuramente no time. Contudo, isso não depende somente do gestor: todos terão que estar envolvidos nesse processo. Os funcionários também têm um papel importante para a construção de um ambiente saudável, pois suas condutas e atitudes podem acabar com problemas daquele tipo.

Para manter um clima agradável e sem manifestações de atritos, é necessário que as pessoas deixem de agir de forma individualizada e passem a interagir como uma equipe, promovendo relações amigáveis e fazendo com que cada um procure cooperar com o outro. Para isso, é preciso que cada um faça a sua parte.

Sugestões:

- Em primeira análise, a alta gerência de uma organização deve considerar essa competência de relacionamento interpessoal como estratégica para a organização;
- Deve-se definir também as pessoas que serão treinadas para cargos de liderança. Entretanto, é importante que seja feita uma análise para garantir que os perfis dessas pessoas estejam compatíveis com as responsabilidades que deverão assumir;
- Desenvolver programas de treinamento, como mencionado, como um programa especial. Não adentrar diretamente em técnicas de relacionamento, mas sim em treinar os profissionais em auto conhecimento sincero e verdadeiro. Se não tiverem a coragem de se conhecer, a eficiência do programa será afetada;

- Os profissionais que trabalharão como líderes de pessoas devem possuir um perfil bem definido, o de gostar de pessoas.

REFERÊNCIAS

DRUCKER, P. **O Gerente Eficaz**. Zahar, 1971.

DUTRA, J, **Competências – Conceitos e Instrumentos para a Gestão de pessoas na empresa Moderna**, 6 ed. Atlas, 2000.

FLEURY, A. e FLEURY, M. T. L. **Estratégias Empresariais e Formação de competências**, 3 ed. Atlas, 2008.

FRIEDMAN, T. O mundo é plano, uma breve história do século 21. Objetiva, 2005.

GRAMIGNA, M. R. **Modelo de Competências e Gestão dos Talentos**. Pearson, 2006.

LEME, R. **Aplicação Prática de Gestão de Pessoas por competências**. Qualitymark, 2005.

MAXIMIANO, A. C. A., **Introdução a Administração**. Atlas, 2006.

GREEN, P. **Desenvolvendo Competências Consistentes**. Quallitymark, 1999.

STEWART, T. A. **Capital Intelectual**. Elsevier, 1998.

PROPOSTA PARA A DEFINIÇÃO DO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO EM COMUNIDADES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM

Proposal for a definition of the process of knowledge construction in learning virtual communities

CATERINI, Luciano Xavier
Faculdade Politécnica de Campinas

GUARNIERI, Pedro Paulo Guerreiro
Faculdade Politécnica de Campinas

NASCIMENTO, William Cesar do
Faculdade Politécnica de Campinas

VIVIANI, Carlos A. Bassi
Faculdade Politécnica de Campinas – POLICAMP

Resumo*:* Este trabalho apresenta um estudo sobre a construção de conhecimento em comunidades virtuais, através do uso de troca de informações em listas de discussão e fóruns, além do uso do software Twiki, utilizado na construção colaborativa, onde os participantes constroem, anônima e colaborativamente, conteúdos sobre diversos assuntos. Essas ferramentas dão suporte à elaboração de documentos e textos confeccionados por grupos com objetivos em comum. A Web nesse caso, não é somente uma tecnologia e plataforma para transmissão e o acesso à informação, mas, sobretudo, uma interface para as interações e a construção colaborativa das aprendizagens. Essas novas formas de construção de conhecimento colocam em foco a natureza social do conhecimento, nos quais a aprendizagem não é separada da ação, sendo os processos de aprendizagem orientados mais para a comunidade do que para o individuo. A aprendizagem colaborativa destaca a participação ativa e a interação de todos os membros. O conhecimento é visto como uma construção social, por isso, o processo educativo é favorecido.

Palavras-chave: Aprendizagem colaborativa. Construção do conhecimento. Ferramentas on-line.

Abstract*:* This paper presents a study about knowledge construction in virtual communities, using an exchange of information in mailing lists and forums, and the use of Twiki software used in collaborative construction, where participants construct, anonymous and collaboratively content about different subjects. These tools support documents production and texts made by groups with common goals. The Web is not just a technology and platform for transmission and information access, but an interface for interaction and collaborative construction of learning. These new forms of knowledge construction put in focus the social nature of knowledge, where learning is not separate from action, and learning processes geared more to the community than to the individual. Collaborative learning stresses active participation and interaction of all members. Knowledge is seen as a social construction, therefore, the educational process is favored.

Keywords*:* Learning communities, knowledge construction, online tools

1. INTRODUÇÃO

Falar em comunidade colaborativa, na atualidade é algo realmente muito abrangente, pois com o desenvolvimento da tecnologia, a globalização se tornou ainda maior. Já não se pode mais pensar no professor como aquela figura central, dominadora, dono do conhecimento. Na realidade o papel do professor é de acompanhamento, distribuição e correção de trabalhos elaborados fora de uma sala de aula convencional.

Com a crescente entrada no mercado de máquinas dotadas de muitas ferramentas voltadas para o desenvolvimento da aprendizagem virtual, o que esta fazendo a diferença em favor do aluno, realmente é a troca de informações que ocorrem naturalmente na *web*.

Em uma comunidade colaborativa, o aprendizado se tornou mais simples, pois não existe a obrigação de decorar, tudo acontece naturalmente, o próprio integrante da comunidade se obriga a atualizar-se para não ficar por

fora dos acontecimentos, com isto ele próprio envia suas dúvidas para todos os demais, onde com certeza de alguma maneira suas dúvidas serão esclarecidas.

Na aprendizagem colaborativa, todos são responsáveis pelo sucesso do grupo, que tem mais conhecimento acaba puxando aquele que em certos momentos está um pouco mais tímido.

Com o desenvolvimento tecnológico, as escolas se obrigam a se equipar com computadores e professores preparados para que seus alunos não fiquem fora do básico como: *e-mail, web*, *MSN* e outros.

Atualmente a troca de conhecimentos, vai muito além dos livros didáticos, para didáticos, clássicos ou artísticos, estamos na era digital. A todo instante surgem novas instituições de ensino virtual, comandadas por plataformas, onde todo grupo se comunica independente do local ou horário disponível, o importante é a participação, através de fóruns, *e-mail* ou mesmo intervenções com transmissões simultâneas.

Com o advento e o desenvolvimento da informática é cada vez maior o número de comunidade de aprendizagem colaborativa, pois em um mundo globalizado quem não se informatizar, acabará ficando desconectado [1], [2], [3].

2. OBJETIVO

O objetivo deste artigo é fazer um estudo de como é definida a construção do conhecimento em uma comunidade virtual e realizar um comparativo das principais ferramentas que auxiliam nesta construção.

3. JUSTIFICATIVA

As exigências de capacitação profissional são cada vez mais evidentes para se conseguir um espaço no mercado de trabalho ou simplesmente se

manter nele. Essa necessidade desperta a expansão das instituições de ensino que oferecem cursos profissionalizantes e buscam o aperfeiçoamento dos seus métodos. Da mesma forma, as soluções tecnológicas são aprimoradas a cada dia, permitindo maior interação e conectividade que possibilitam integração com o processo de ensino gerando uma comunidade virtual de aprendizagem.

4. METODOLOGIA

Neste artigo, para o melhor entendimento sobre como o conhecimento é construído nas ferramentas apresentadas, foram usados documentos técnicos dos autores Paiva e Rodrigues Júnior, Cendon, Souza e Burnham. Para o entendimento sobre colaboração, cooperação e trabalho em grupo, este trabalho foi contribuído pelos autores Linda Harasim, Clancey, Shaffer, Anundsenn e Piaget. Para o tema de escrita colaborativa, os autores Souza e Burnham, foram utilizados.

5. CONTEXTUALIZAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A *web* não só é uma tecnologia e plataforma para a transmissão e o acesso à informação, mas, sobretudo, uma interface para as interações e a construção colaborativa das aprendizagens. Tendo como suporte as redes de informação e comunicação, a aprendizagem *on-line* tende a desenvolver-se através de comunidades, implicando uma reflexão sobre as problemáticas decorrentes das novas abordagens em curso, particularmente na perspectiva pedagógica.

Comunicar e aprender em rede constitui dois aspectos de uma das mais profundas mudanças em curso resultantes dos processos de inovação com as tecnologias de informação na educação e formação. Um dos mais significativos desenvolvimentos nas abordagens educacionais contemporâneas propõe que o conhecimento seja observado não como uma representação abstrata e

descontextualizada situada na mente, mas como um processo construtivo que nasce de situações e contextos específicos.

De acordo com Clancey [4], a teoria da cognição situada baseia-se no fato de que todos os pensamentos e ações humanas são adaptados ao ambiente. Este processo implica que a compreensão e a experiência estejam em constante interação, e que a noção de participação diminua a distância entre a contemplação e o envolvimento, a abstração e a prática, sendo deste modo, ações, pessoas e ambientes implicados no pensamento, no discurso, no saber e no aprender, realizando assim um processo de imersão nos contextos de construção do conhecimento.

Os ambientes que emergem desta nova concepção, particularmente os das comunidades de aprendizagem colaborativas na *web*, são marcados pela contextualização das aprendizagens, pela decisão individual sobre os materiais a trabalhar, pela identificação dos objetivos a atingir e pelo envolvimento da comunidade na definição de uma estratégia comum para a construção e experienciação das situações e contextos de produção do novo conhecimento. [5]

Aprendizagem colaborativa

A aprendizagem colaborativa pode ser definida como uma estratégia educativa em que duas ou mais pessoas constroem os seus conhecimentos através da discussão, da reflexão e tomada de decisões, onde os recursos informáticos podem atuar, entre outros como mediadores do processo ensino-aprendizagem.

O processo e estratégia colaborativa integram uma abordagem educacional na qual os alunos são encorajados a trabalhar em conjunto no desenvolvimento e construção do conhecimento. A aprendizagem colaborativa ou em grupo é baseada num modelo centrado no aluno, promovendo a sua participação dinâmica nas atividades e na definição dos objetivos comuns do grupo. Segundo Harasim [1] os processos de conversação, múltiplas

perspectivas e argumentação que ocorrem nos grupos de aprendizagem colaborativa, podem explicar porque é que este modelo de aprendizagem promove um maior desenvolvimento cognitivo do que é realizado em trabalho individual pelos mesmos indivíduos.

De acordo com Dillenbourg [6] a aprendizagem colaborativa é como um conjunto de métodos e técnicas de aprendizagem para utilização em grupo estruturado, assim como de estratégia de desenvolvimento de competências mistas (aprendizagem, desenvolvimento pessoal e social), onde cada membro do grupo é responsável, quer pela sua aprendizagem quer pela aprendizagem dos demais elementos participantes.

Baseando-se nas abordagens do construtivismo social, as novas comunidades desenvolvem-se como centros de experiências do conhecimento, nos quais a aprendizagem não é separada da ação, sendo os processos de aprendizagem orientados mais para a comunidade do que para o individuo. A aprendizagem colaborativa destaca a participação ativa e a interação tanto dos alunos como dos professores. O conhecimento é visto como uma construção social, por isso, o processo educativo é favorecido.

Observando a TABELA I, a seguir, desenvolvido de acordo com a percepção dos alunos autores deste artigo, a partir do estudo teórico dos ambientes de aprendizagem tradicional e aprendizagem colaborativa, é possível destacar as principais diferenças entre estes modelos de aprendizagem.

TABELA I - Comparativo entre aprendizagem tradicional e aprendizagem colaborativa.

Características da aprendizagem Tradicional	**Características da Aprendizagem Colaborativa**
Sala de aula	Ambiente de aprendizagem
Professor – autoridade	Professor orientador
Centrada no professor	Centrada no aluno
Aluno “uma garrafa a encher”	Aluno “uma lâmpada a iluminar”
Aprendizagem em solidão	Aprendizagem em grupo
Memorização	Transformação

Em se tratando de aprendizagem colaborativa deve se destacar que ela possibilita alcançar objetivos qualitativamente mais ricos em conteúdo, na medida em que reúne propostas e soluções de vários alunos do grupo.

Os grupos são baseados na interdependência entre os elementos, o que requer que cada um se responsabilize mais pela sua própria aprendizagem e pela aprendizagem dos outros elementos do grupo. Incentiva os alunos a aprender entre eles, a valorizar os conhecimentos dos outros e a tirar partido das experiências de aprendizagem de cada um.

A maior aproximação entre os alunos transforma a aprendizagem numa atividade eminentemente social, aumenta a satisfação pelo próprio trabalho, amplia as competências sociais de interação e comunicação efetiva, incentiva o desenvolvimento do pensamento crítico e a abertura mental, permite conhecer diferentes temas e adquirir novas informações, reforçando a ideia de que cada um é um professor (a aprendizagem emerge do diálogo entre professores e alunos); diminui o sentimento de isolamento e do temor à crítica; aumentando a segurança em si mesmo, a auto estima e a integração ao grupo, além de fortalecer o sentimento de solidariedade e respeito mútuo, baseado nos resultados do trabalho em grupo.

Para se desenvolver a aprendizagem colaborativa é necessário o envolvimento mútuo, partilha e iniciativa conjunta, que serão apresentados a seguir.

Dimensões e estratégias da aprendizagem colaborativa

De acordo com a abordagem educacional da cognição situada, o desenvolvimento da aprendizagem colaborativa deverá incluir três dimensões: envolvimento mútuo, partilha e iniciativa conjunta. Estas três dimensões permitem não só caracterizar o processo organizacional da comunidade, mas

também definir as principais estratégias utilizadas para o desenvolvimento das atividades realizadas nos processos de aprendizagem colaborativa na *web*. [5]

Ao se conceber qualquer atividade pedagógica, é importante que se tenha uma clara definição do que irá nortear o desenvolvimento das atividades propostas.

As tecnologias da informação e comunicação desenvolvem papel importante na educação e na sociedade. Concluiu-se que com o crescimento das redes interativas de computadores, vêm sendo criadas novas formas de canais de comunicação, influenciando assim, diretamente na prática educacional.

Nesse sentido, a educação à distância, ao incorporar cada vez mais as tecnologias, vem se tornando mais um meio de apoio à estruturação de novas propostas educacionais.

Grande parte dos ambientes virtuais de aprendizagem se baseia nas relações de trabalho cooperativo ministrados através das relações entre aprendizes e professores, professores e professores, aprendizes com aprendizes e com os conteúdos didáticos.

O envolvimento mútuo constitui um processo através do qual os membros da comunidade estabelecem uma atividade comum. Neste sentido, é através do envolvimento na definição e construção de um objetivo comum que a comunidade encontra a sua identidade.

A identificação de uma estratégia de aprendizagem ativa no domínio da operacionalização da dimensão do envolvimento mútuo na comunidade caracteriza os processos de participação do aluno nas atividades do grupo, nomeadamente na integração e no seu envolvimento na realização das tarefas.

As dimensões permitem não só caracterizar o processo organizacional da comunidade, mas também definir as principais estratégias utilizadas para o desenvolvimento das atividades realizadas nos processos de aprendizagem colaborativa na *web*.

A partilha compreende o processo de construção de um discurso e representação comuns a todos os membros da comunidade, o qual se desenvolve desde a forma inicial da negociação do sentido, enquanto meio de criação de um quadro de referências para o desenvolvimento do discurso, e no âmbito do quais os membros procedem à negociação das interpretações individuais e das ambiguidades na construção da significação, assim como a criação de uma rede de ideias inter-relacionadas, contribuindo deste modo para a integração das diferentes perspectivas individuais nas representações da comunidade. Para a implementação desta dimensão são identificadas as seguintes estratégias: a aprendizagem interativa, que se desenvolve através da discussão entre os pares, as múltiplas perspectivas, que se realizam através de exposição aos comentários dos membros das comunidades e da exploração da diversidade das representações.

A terceira e última dimensão aqui referida, iniciativa conjunta, compreende a implicação dos membros do grupo nos processos de criação de conhecimento no âmbito da comunidade, nomeadamente nos aspectos organizacionais que se manifestam na identificação do quadro problema, na formulação de um plano de ação e na responsabilização dos membros pela concretização deste mesmo plano de atividade. [5]

Comunidade de conhecimento

Uma comunidade consiste de um grupo de pessoas que tem algum interesse em comum, religioso, científico, político, cultural e que buscam em conjunto, atingir objetivos semelhantes. As tecnologias de comunicação foram sempre instrumentos importantes para se criarem interesses comuns e, consequentemente, comunidades.

Segundo Shaffer e Anundsen [7][8], a comunidade é um todo dinâmico que emerge quando um grupo de pessoas compartilham práticas comuns, são independentes, tomam decisões em conjunto; se identificam com algo maior

que a soma de suas relações individuais, e fazem um compromisso de longo prazo com o bem estar (seu próprio, um do outro, e do grupo).

Linda Harasim [1], ressalta que comunicação e comunidade têm a mesma raiz, communicare que significa “compartilhar”. Segundo a autora, compartilhar é a chave da civilização humana e as comunidades são à base da sobrevivência e do desenvolvimento. Ela acrescenta que a invenção das redes de computadores no final da década de 60 (especialmente a invenção de e-mail e a reunião por computador no inicio dos anos 70) causou um impacto profundo, transformando não apenas as oportunidades tecnológicas como também as possibilidades sociais, dessa forma revolucionando nosso conceito sobre a habilidade de forjar novas comunidades. Comunidades virtuais estão proliferando globalmente em setores intelectuais, sociais, recreativos, especialmente no educacional.

A rede, além disso, causou uma mudança no paradigma educacional, ao dar prioridade à interação social, à aprendizagem colaborativa e às comunidades de aprendizagem.

Na sociedade da informação, a internet assume papel de predominante importância. A grande quantidade de informações nela contidas, as trocas de informações que nela se processam moldam comunidades eletrônicas cooperativas incrementando a comunicação pessoal e profissional sem fronteiras, a qual encerra em si não só apenas uma comunidade virtual comunicável e memorável, mas coletivos humanos heterogêneos.

A comunidade que emerge dos ambientes multidimensionais, flexíveis e de comunicação em rede caracteriza-se assim pela dinâmica na partilha de interesses e ideias, pela exposição e confronto das compreensões individuais com as dos restantes membros da comunidade, transformando as suas práticas de interação social num processo de aprendizagem colaborativa e representação distribuída, dando lugar, deste modo, ao surgimento da comunidade de conhecimento.

A dimensão virtual deste grupo constitui o meio para a realização dos processos distribuídos no acesso e disponibilização da informação no âmbito da comunidade. No entanto a profunda interação entre os seus membros através dos meios de comunicação em rede, a articulação entre a comunidade e as possibilidades de exploração multidimensional e flexível das representações distribuídas na *web* permitem que esta rede desempenhe uma nova função catalisadora no desenvolvimento das atividades de aprendizagem.

Na realidade, deixamos de ser seres humanos isolados para nos transformarmos em uma rede humana comunicante e conseguimos, através da mediação do computador, comunicar, ao mesmo tempo, com muitas pessoas, sem limitações de tempo e espaço.

Comunidade virtual

A comunicação mediada por computador está afetando a sociedade e influenciando a vida das pessoas e a noção de comunidade.

Comunidade virtual pode ser definida como um termo utilizado para os agrupamentos humanos que surgem no ciberespaço através de comunicação mediada pelas redes de computadores.

Podemos também destacar como elementos de comunidade virtual as discussões públicas, as pessoas que se encontram e reencontram, ou que ainda, mantém contato através da internet. Esses elementos, combinados através do ciberespaço, podem também ser formadores de relações sociais, constituindo-se em comunidades.

Muito provavelmente, grande parte dos laços sociais forjados no ciberespaço sejam transpostos para a vida *off-line* das pessoas. No entanto, esses laços continuam a ser mantidos prioritariamente no local onde foram forjados: na comunidade virtual. E mesmo assim, alguns destes laços podem nunca passar para o plano *off-line*, devido à distância geográfica. O que

importa é, não somente analisar como se formam esses laços "*on-line*", mas também em que medida afetam a vida *off-line* das pessoas.

A comunidade virtual pode ser estendida ao espaço concreto, mas continuará tendo seu *virtual settlement* no ciberespaço. E continuará como um espaço social onde as pessoas poderão reunir-se para formar novos laços sociais.

Prioritariamente, essas relações sociais são estabelecidas no ciberespaço, através da comunicação mediada por computador, de uma forma completamente diversa do estabelecimento de relações sociais, sem o contato físico, invertendo o processo de formação do laço social. [9]

Uma comunidade que sustenta uma efetiva rede de comunicação aprende com seus próprios erros, pois estes são difundidos por toda a rede e voltarão para a sua origem ao longo de laços de realimentação. Devido a isso, a comunidade pode corrigir seus erros, auto regulando-se e auto organizando-se. Esse é o mais difícil dos desafios, quando falamos em comunidades virtuais.

Elas são autônomas, devem ter organização própria, serem auto-suficientes e auto-organizadas. Devem ter vida social ativa, pois é essa vida social que proporciona os laços importantes para a criação e manutenção da sensação de pertencimento, que é o que vira a motivar a participação e comportamento ativo de ação.

A moral de uma comunidade virtual é a da reciprocidade, ou seja, se aprendermos algo lendo as trocas de mensagens é preciso também expressar o conhecimento que temos quando uma situação problema ou questionamento for formulado.

A responsabilidade de cada um envolvido no processo, a opinião pública e seu julgamento aparecem naturalmente no ciberespaço, pois durante os processos de interação, os participantes ativos constroem e expressam competências, que são reconhecidas e valorizadas de imediato pela própria comunidade.

Líderes surgem naturalmente. Papéis são assumidos claramente, todos fazem parte e constituem a comunidade [1], [9][10][11].

Fórum

A palavra fórum, além de ser um termo genérico para grupos de debates ou de discussão também pode ser usado para denominar as listas de discussão ou distribuição.

Paiva e Rodrigues Júnior [12] definem fórum da seguinte forma: o fórum *on-line* é, por sua vez, um gênero virtual que reúne, em uma página na Internet, interações escritas de uma determinada comunidade discursiva em forma de *hiperlinks* ou de sequências de textos, com identificação dos tópicos, dos participantes, seus endereços eletrônicos (opcional) e datas das contribuições. O grupo de mensagens, composto pela apresentação de um tópico discursivo e das respostas por ele gerado é chamado de *thread* ou sequência. Essas mensagens podem circular livremente ou serem censuradas por um moderador que tem o poder de excluir mensagens e de determinar como elas vão aparecer na tela (por ordem de entrada ou ordem reversa, apenas o assunto, ou o texto inteiro, etc.).

O fórum é uma ferramenta de suporte à inteligência coletiva, é um espaço virtual de uma comunidade discursiva, no qual são publicados opiniões, respostas às colaborações e reflexões.

Suas principais características são o armazenamento e organização das contribuições em páginas *web* de um grande número de dados, sem a necessidade de superlotar a caixa postal de seus membros.

O usuário poderá ter acesso aos dados de uma forma confortável, dependendo da ferramenta utilizada, pois poderá visualizá-los por tópicos ou por sequência, dependendo da configuração escolhida pelo administrador do fórum. O voy.com é um servidor de fórum gratuito bastante utilizado.

Outra grande contribuição, tanto da lista de discussão quanto do fórum é a assíncrona, pois as pessoas podem participar das discussões a qualquer momento, mesmo sem estarem conectados no mesmo horário.

Lista de discussão

As listas de discussão nada mais são do que um serviço da internet baseado no envio e recebimento de mensagens por correio eletrônico, objetivando a troca de informação entre várias pessoas de forma otimizada.

Ao entrar em uma lista de discussão, uma pessoa pode se comunicar com todos os outros participantes, pois as listas de discussão utilizam softwares para gerenciar listas de pessoas que trocam mensagens entre si.

Quando uma mensagem chega à lista, esta é encaminhada para todas as pessoas associadas à lista em questão. Sendo assim é possível enviar uma mensagem para vários endereços eletrônicos diferenciados informando apenas um: o da lista.

Existem listas sobre vários assuntos. Algumas delas são formadas por especialistas de um determinado tópico, que fornecem contribuições para seus integrantes.

Dessa maneira, além de ser uma forma de comunicação, as listas podem ser usadas também como fonte de informação, tanto para leigos quanto para especialistas em um assunto. Esta fonte de informação torna-se ainda mais atrativa uma vez que as mensagens enviadas costumam ser armazenadas em arquivos os quais são disponibilizados para pesquisa [13].

Twiki

O *Twiki* é um *WikiClone* baseado no *JosWiki* fundado por Peter Thoeny. Segundo o seu site oficial [14], ele pode ser descrito como uma ferramenta de

desenvolvimento de conteúdo colaborativo na *web*, que consiste em possibilitar que várias pessoas separadas geograficamente interajam, criando conteúdo utilizando apenas um navegador.

É um ambiente maduro, usado por diversas instituições e pessoas. Ele trouxe novas funcionalidades ao conhecido padrão *wiki*, como desenvolver documentação em formato de hipertexto através da *web*, de uma forma dinâmica e sem a necessidade de *software* especializado.

Suas principais características são:

- Edição de páginas já existentes ou criação de novas páginas usando qualquer navegador *web*;
- Páginas *web* formam *links* automaticamente. Você não precisa aprender comandos HTML para criar *links* entre páginas;
- Formatação de texto muito simples. Basicamente, você escreverá na página da mesma maneira que escreveria um *e-mail*;
- Rápida, pesquisa *full-text* com ou sem expressões regulares;
- Todas as mudanças de páginas e anexos estão sob controle de revisão;
- Controle de acesso refinado, baseado em usuários e grupos;
- Notificação automática por e-mail quando ocorre mudança na página;
- Anexação de arquivos: realiza *upload* e *download* de qualquer arquivo como um anexo para uma página, usando o seu navegador. É semelhante à anexação de arquivos em *e-mails*, só que acontece em páginas *web*;
- *Topic locking*: Usuários são avisados caso uma página estiver sendo editada por outra pessoa, este comando serve para prevenir uma edição simultânea da mesma página;
- *Plugins*: O desenvolvimento de uma série de *plugins* facilita a adição de funções extras ou a criação de suas próprias funções;
- Suporte: Uma comunidade de desenvolvedores mantém o suporte e o desenvolvimento do *Twiki* constantemente, a fim de ajudar e tirar as dúvidas com o uso do *Twiki*.

 ISSN 1679-8902

6. DISCUSSÃO

Casos de sucesso

De acordo com o *site* Colivre [15], a empresa Yahoo, utiliza o *Twiki* nos seus processos internos de comunicação para gerenciar documentos e projetos de seus produtos. Como o Yahoo conta com um grande time de desenvolvedores ao redor do mundo, encontra no *Twiki* uma importante plataforma colaborativa de gerência e comunicação.

O *Twiki* também é usado por equipes de desenvolvimento do grupo de internet da Disney. Inicialmente, foi usado para concentrar anotações e gerenciar informações para a construção dos portais Go.com e *Mobile* Disney.

No Brasil, o *Twiki* tem vários outros casos de sucesso:

- Instituto Nacional de Tecnologia da Informação - ITI, que é uma autarquia federal vinculada à Casa Civil da Presidência da República;
- Universidade Federal da Bahia;
- Projeto *Software* Livre Brasil.

A Colivre (Cooperativa de Tecnologias Livres), desde sua fundação em 2006, utiliza o *Twiki* para hospedar a sua intranet, *site* oficial, criar documentações, além de prover *sites* personalizados e fáceis de editar para os seus consumidores.

7. RESULTADOS

Analisando os ambientes de conteúdo colaborativo pesquisados neste artigo, podemos observar e identificar algumas características comuns a todos. Desta forma, foi realizada uma análise buscando avaliar vantagens e desvantagens de cada tipo de ambiente. A Tabela II apresenta os critérios definidos e a comparação entre os ambientes de conteúdo colaborativo pesquisados. A avaliação foi feita de acordo com a percepção dos autores deste artigo, a partir do estudo teórico dos ambientes de conteúdo colaborativo.

TABELA II - Comparação de Ambientes de Conteúdo Colaborativo Pesquisados

Critérios	Fórum	Listas	Twiki
Usuários realizam suas interações em tempos e espaços diferentes	X	X	X
Fácil utilização	X	X	X
Autonomia de horário para uso	X	X	X
Objetiva o auto-aprendizado	X	X	X
Orientado a edição de conteúdo	NA	NA	X
Orientado a comentários	X	X	NA
Interação em tempo real	X	X	X
Objetiva compartilhar conhecimento entre os usuários	X	X	X
Clareza na informação	NA	X	X
Histórico de interações	X	X	X
Histórico de alterações de conteúdo	NA	NA	X
Níveis de usuário, exceto administrador geral do sistema	X	NA	NA
Reúnem pessoas interessadas em um assunto específico	X	X	X
Regras para manter-se um mínimo de educação nas interações	X	X	X
Hipertextos em seu conteúdo	NA	NA	X
Moderador que inclui ou exclui usuário	X	X	NA
Uso por troca de emails	NA	X	NA
Geralmente usado para resolver dúvidas	X	X	X
Necessita tempo de aprendizado e algum estudo para utilização	NA	NA	NA
Dependência de acesso a Internet	X	X	X
Necessita navegação WEB para uso	X	X	X
Atualização frequente	NA	NA	X
Histórico para pesquisa de registros antigos	X	NA	X
Necessita de cadastro para uso	X	X	NA
Moderador para controle das postagens dos usuários	X	X	NA

Legenda: NA – Não Aplicado; X – Aplicado

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet retirou e continua a retirar espaços que causam impactos tanto na educação à distância quanto na construção do conhecimento que agora permite que a inteligência coletiva se desenvolva de forma desterritorializada e sem limitações de tempo.

Segundo os postulados de Piaget [16], o equilíbrio da ação cooperativa ocorre quando os integrantes de um grupo possuem uma escala de valores comum, flexibilidade, condutas altruístas e que não há hierarquia entre os participantes, significando que todos têm os mesmos direitos e deveres.

Sabendo-se que a interação favorece a aprendizagem, a abertura e o dinamismo destas ferramentas permitem que todos os seus participantes registrados em um grupo possam criar uma infinidade de páginas com conteúdos correlacionados, construindo um hipertexto coletivamente.

Partindo deste princípio o uso da tecnologia como sistema mediador entre o homem e seu ambiente sociocultural introduz substanciais modificações em sua realidade, principalmente na educação. Dessa forma, novas maneiras de pensar e conviver estão sendo elaboradas no mundo das telecomunicações e da informática.

Levando-se em conta o grande desenvolvimento das ferramentas que podem auxiliar o aprendizado, um grande desafio é imposto aos educadores, pois cabe a eles a responsabilidade pela construção de metodologias e instrumentos inovadores, que permitam um trabalho produtivo.

De acordo com as pesquisas realizadas em cada ferramenta apresentada neste artigo, concluiu-se que os fóruns são recomendados em cenários que necessitem estimular a participação dos usuários apenas através de comentários, construindo um ambiente com níveis de acesso, controle de mensagens e histórico para os registros.

As listas de discussões são recomendadas quando se deseja um compartilhamento rápido e simples de informação, já que não oferece recursos avançados de edição e pesquisa, apenas o envio de *e-mails*.

Por sua vez, o *Twiki* possui recursos de edição de mensagens, com histórico de navegação, mecanismo de atualização, além de permitir a criação de funções próprias. Essa ferramenta é indicada quando se deseja criar um ambiente centralizado com maior dinamismo.

Assim sendo as ferramentas estudadas favorecem a construção do conhecimento pelos seus usuários, pois os tempos da oralidade e da escrita estão hoje sendo superados pela era digital.

REFERÊNCIAS

[1] HARASIM, Linda. *Redes de aprendizagem. Um guia para ensino e aprendizagem on-line*. SENAC São Paulo, 2005.

[2] SOUZA, Maria Carolina Santos de; FRÓES BURNHAM, T.. *Ambiente virtual de aprendizagem e organização do conhecimento em EAD: Experiência em um curso de graduação*. In: Teresinha Fróes Burnham; Maria Lídia Pereira Mattos. (Org.). Tecnologias da Informação e Educação à Distância. Salvador: Edufba, 2004, v., p. 171-187.

[3] BURNHAM, T. F. ; Cardoso, A. L. M.. *Práticas pedagógicas utilizando um ambiente virtual de aprendizagem para construção colaborativa do conhecimento*. Datagramazero (Rio de Janeiro), v. 9, p. artigo eletrônico, 2008.

[4] CLANCEY, W. J. (1997). *Situated Cognition, On Human Knowledge and Computer Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.

[5] DIAS, Paulo. *Comunidades de Conhecimento e Aprendizagem Colaborativa*. Comunicação apresentada no Seminário Redes de Aprendizagem, Redes de Conhecimento, Conselho Nacional de Educação, Lisboa, 22 e 23 de Julho de 2001.

[6] DILLENBOURG, P & SELF, J. A. A computational approach to socially distributed cognition, European Journal of Psychology of Education, vol VII, no 4, pp. 252-373, 1992

[7] SHAFFER, C.; ANUNDSEN, K. *Creating community anywhere*. New York: Jeremy P. Tarcher/perigee Books, 1993.

[8] PALLOFF, Rena; PRATT, Keith. *O aluno virtual: um guia para trabalhar com estudantes on-line*. Porto Alegre: ARTMED, 2004.

[9] PALACIOS, Marcos. Cotidiano e Sociabilidade no Cyberespaço: Apontamentos para Discussão. Online em <http://facom/ufba/br/pesq/cyber/palacios/cotidiano.html>. Acesso em: 03 de setembro de 2009.

[10] BARBOSA, Rommel Melgaço (Org). A*mbientes virtuais de aprendizagem.* Porto Alegre: Artmed, 2005.

[11] RECUERO, R. C., Comunidades Virtuais: Uma abordagem teórica. UFRGS, 2001.

[12] PAIVA, V. L. M. O. ; RODRIGUES JUNIOR, A. S. *Fóruns on-line: intertextualidade e footing na construção do conhecimento*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2004.

[13] CENDON, Beatriz Valadares. *A Internet*. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDON, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (Org). Fontes de informação para pesquisadores e profissionais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000. Cap.19, p. 275-300.

[14] Twiki. Disponível em: <http://twiki.org/>. Acesso em: 10 de outubro de 2009.

[15] Colivre. Disponível em: <http://www.colivre.coop.br/Tech/ TutorialTWiki>. Acesso em: 17 de outubro de 2009

[16} PIAGET, Jean. Aprendizagem e Conhecimento. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1979.