

RAD Nº 06 - OUTUBRO DE 2011

RAD

REVISTA ADMINISTRAÇÃO EM DEBATE
VERSÃO DIGITAL

Nº 06



CRA/RJ

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO RIO DE JANEIRO



CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO RIO DE JANEIRO

RAD

REVISTA ADMINISTRAÇÃO EM DEBATE

A Revista Científica do Conselho Regional de Administração do Rio de Janeiro, agora em formato eletrônico.

CRA/RJ

www.cra-rj.org.br

Rua Professor Gabizo, nº 197 - Tijuca - RJ

CEP: 20271-064

Telefone: (21) 3872 - 9550

Periodicidade: Semestral

Envio de artigos e resumos: adm@cra-rj.org.br

Conselheiros Titulares:

Adm. Antonio Rodrigues de Andrade
Adm. Carlos Roberto Fernandes de Araujo
Adm. Edson Machado
Adm. Jorge Humberto Moreira Sampaio
Adm. Marcus Vinicius Seixas
Adm. Paulo Cesar Teixeira
Adm. Rodolpho Peixoto Mader Gonçalves (Licenciado)
Adm. Wagner Siqueira
Adm. Wallace de Souza Vieira

Conselheiros Suplentes:

Adm. Antonio Marcos de Oliveira
Adm. Ernesto Alves Portugal
Adm. Francisco Carlos Santos de Jesus
Adm. Gerson Moreira da Rocha
Adm. Jacaúna de Alcântara
Adm. Leocir Dal Pai
Adm. Miguel Luiz Marun Pinto
Adm. Raul Leal Pádua
Adm. Sonia Marra (Em exercício)

Conselheiros representantes junto ao CFA

Adm. Rui Otávio Bernardes de Andrade (efetivo) e
Adm. Dacio Antonio Machado de Souza (suplente)

Conselho Editorial da RAD:

Adm. Antonio Rodrigues de Andrade
Adm. Carlos Roberto Fernandes de Araujo
Adm. Paulo César Teixeira
Adm. Mauricio Henrique Marques Cruz
Adm. Reinaldo Antonio da Silva

Colaboração:

Prof. Ana Shirley França

As opiniões expressadas nos artigos e resumos são de exclusiva responsabilidade de seus autores. Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte.



NESTA EDIÇÃO

ARTIGOS:

- ◎ ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO FORMAL DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA REDE MUNICIPAL DE ENSINO FUNDAMENTAL NO MUNICÍPIO DE VASSOURAS-RJ.
Autoras: Tatiana Nunes Coelho Ramos e Prof. Adm. Margareth Fernandes (Orientadora)
- ◎ PROCESSOS DE ABERTURA DE CAPITAL (IPO) OCORRIDOS NO BRASIL NA ÚLTIMA DÉCADA.
Autor: Murilo Sampaio - Engenheiro e Mestre em Administração
- ◎ O USO DA PESQUISA COMO PRÁTICA DE ENSINO DO CURSO SUPERIOR: CONSTATAÇÕES A PARTIR DE UM PROJETO DE EXTENSÃO.
Autor: Adm. Alberto Carlos Teixeira Alvarães
- ◎ REÚSO DE ÁGUA NA INDÚSTRIA TÊXTIL BRASILEIRA: SUSTENTABILIDADE E EFETIVIDADE.
Autora: Adm. Melissa de Moraes Poyares
- ◎ RESPONSABILIDADE SOCIAL AMBIENTAL COMO NOVA COMPETÊNCIA DA GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: INVESTIGANDO ESSE PARADIGMA EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR LÍDER DE MERCADO.
Autores: Profª Josely Nunes Villela e Adm. Julio Cesar Souza de Andrade

RESUMO DE DISSERTAÇÃO:

- ◎ ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL POR PARTE DOS ATORES ENVOLVIDOS EM UM ARRANJO PRODUTIVO LOCAL.
Autora: Luciene Nascimento de Almeida

ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO FORMAL DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA REDE MUNICIPAL DE ENSINO FUNDAMENTAL NO MUNICÍPIO DE VASSOURAS-RJ

Resumo. O avanço tecnológico e a globalização são apontados como os principais eixos de mudanças na atualidade. Essas mudanças, que ocorrem em velocidade superior às demais épocas, exigem dos homens comportamentos e habilidades eficazes na produção da vida. A teoria do empreendedorismo é um caminho de possibilidades para o desenvolvimento de novas habilidades que instrumentalizam os homens nesse processo de mudança. A educação, um dos motores que mais contribui para o crescimento econômico do país deve preparar o indivíduo para as mudanças no mundo do trabalho. Contudo, as dificuldades e os problemas gerados de forma intensa em períodos de transformação, podem ser empecilhos para a construção social diferenciada. Somente com o desenvolvimento de nova práxis o homem poderá fazer frente às novas exigências. Acreditando na possibilidade de disseminar o espírito empreendedor no ambiente escolar, proporcionando o desenvolvimento de habilidades empreendedoras em crianças e adolescentes, o presente trabalho se originou. A idéia de desenvolver uma educação empreendedora fez com que fossem criados procedimentos metodológicos direcionados ao desenvolvimento de habilidades empreendedoras em crianças no Ensino Fundamental da rede municipal de educação.

Palavras-chave: empreendedorismo, escola, ensino fundamental.

FEASIBILITY STUDY ON THE IMPLEMENTATION OF THE FORMAL EDUCATION OF ENTREPRENEURSHIP IN THE MUNICIPAL ELEMENTARY SCHOOL IN THE MUNICIPALITY OF VASSOURAS-RJ

Abstract. *Technological advances and globalization are identified as the main axes of change today. These changes, which occur more rapidly than at other times, men's behavior and require effective skills in the production of life. The theory of entrepreneurship is a path of possibilities for developing new skills that instrumentalize men in the process of change. Education is an engine that contributes most to the country's economic growth should prepare individuals for the changing world of work. However, the difficulties and problems generated so intense period of transformation, may be obstacles to building social identity. Only with the development of new practice man can cope with the new requirements. Believing in the possibility of spreading the entrepreneurial spirit in the school environment, encouraging the development of entrepreneurial skills in children and adolescents, this work originated. The idea of developing an entrepreneurial education has caused to be established methodological procedures directed to the development of entrepreneurial skills among children in elementary education from the municipal education.*

Key-words: *entrepreneurship, school, elementary school.*

1. Introdução

Diante das dificuldades encontradas no ambiente escolar e das possibilidades de superar os desafios de modo inovador, o presente estudo visa comprovar o possível desenvolvimento de habilidades empreendedoras em crianças e adolescentes do Ensino Fundamental, gerando nos alunos novos comportamentos.

A relevância da habilidade de empreender permite que o tema seja propagado e ensinado em outras áreas de formação profissional que exijam a capacidade de criação e de ajustes frente às mudanças aceleradas do ambiente, e essas mudanças fazem com que paradigmas sejam quebrados.

Hoje a economia mundial opera com novos padrões de relação de trabalho, onde a estabilidade profissional se posiciona longe da realidade encontrado no mercado de trabalho. Por este motivo e por estar em contato direto com essa realidade do empreendedorismo formal e informal e a preocupação do ensino, espírito e cultura “Empreendedora”, tanto a micro como pequena empresa, quanto para o conhecimento interno e também por se trabalhar em empresas altamente empreendedoras como o Balcão SEBRAE/Vassouras e uma concessionária de energia elétrica *Light*, é que este trabalho foi realizado, para se tentar, em conjunto, com o Poder Executivo local e demais instituições parceiras do Município de Vassouras, tornar possível essa implantação.

Nesse contexto, a intervenção pedagógica assume fundamental participação no desenvolvimento de cidadãos empreendedores, capazes de ensiná-los a conviver e sentir, pois o saber conviver implica a colaboração com o outro para que sejam enfrentadas e negociadas as adversidades, ampliando suas possibilidades de inserção e preservação profissional, bem como, social. As instituições de ensino têm como principal desafio formar um ser social, com habilitações técnicas e científicas, consciente de seu papel civil, e capaz de contribuir para a melhoria da qualidade de vida do homem. Para tal, o aluno deve estar no centro do processo de ensino, e deve ser visto como cliente, e, como pessoa ao mesmo tempo. Ele deve ser visto como ponto de partida e de chegada. Então, tudo terá valido a pena, se o aluno aprender. Sob este enfoque, o presente trabalho, defende uma abordagem pedagógica com base na formação de empreendedores, onde os professores, além de se preocuparem com a formação integral dos seus alunos, devem considerar as suas aptidões individuais, suas múltiplas inteligências, e assim, trabalhar no sentido de aprimorá-las e desenvolvê-las.

2. Empreendedorismo e Empreendedor

2.1 Definições

O empreendedorismo é tido como um comportamento ou um processo para iniciar e desenvolver um negócio ou um conjunto de atividades com resultados positivos, portanto, é a criação de valor através do desenvolvimento de uma organização (SMITH, 1981)

No que se refere à palavra “empreendedor” foi utilizada pela primeira vez na língua francesa no início do século XVI, para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares. Mais tarde, por volta de 1765 o termo começou a ser utilizado na França para designar aquelas pessoas que se associavam com proprietários de terras e trabalhadores assalariados.

Somente em 1911, com a publicação da obra Teoria do Desenvolvimento Econômico de Schumpeter (1985), é que a conotação de empreendedor adquiriu um novo significado. Segundo este autor,

[...] O empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros (SCHUMPETER, 1985, p. 52).

Para Drucker (2002), os empreendedores são pessoas que inovam. *"A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente"*. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

O empreendedor tem a personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades e caos em harmonia; é alguém que sabe aonde, quando e como chegar à busca da sua realização pessoal, de sua família, empresa ou comunidade e, uma vez definidos os seus sonhos, ele os projeta com um horizonte futuro de aproximadamente quinze (15) anos.

Enquanto muitos deixam os seus sonhos reféns das dificuldades do momento atual, (às vezes até perdendo a capacidade de sonhar), o Empreendedor procura agir sobre a realidade presente, a fim de transformá-la ou adequá-la a serviço do seu futuro ou dos seus objetivos.

2.2 Desenvolvimento da cultura empreendedora

A educação para o empreendedorismo está se tornando um componente importante na integração dos programas acadêmicos de universidades e escolas, com nítida tendência a expansão propelida pelas forças sócio-econômicas.

A demanda por ocupações vinculadas ao auto-emprego ou empreendimento próprio está refletida no crescente número de universidades que iniciaram novas disciplinas ou programas relacionados com empreendedorismo, tais como centenas delas no exterior e algumas no Brasil, notadamente como a Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Federal de Pernambuco e Universidade de Brasília (UnB).

Visualiza-se o emergir de uma economia baseada em pequenos e médios negócios o que nos leva a realçar a necessidade de preparar e educar potenciais empreendedores para que identifiquem oportunidades, equipando-os com os conhecimentos e as habilidades necessárias ao gerenciamento destas oportunidades com redução dos riscos e da probabilidade de fracasso. Neste contexto, as universidades têm um papel a desempenhar e uma oportunidade para empreender.

Nenhum curso, certamente, pode garantir, na fase atual da história do empreendedorismo, que os indivíduos educados em empreendedorismo serão melhores empreendedores do que aqueles que não tenham recebido nenhuma formação nesta área, somente porque estudaram empreendedorismo. Em contrapartida, é difícil que alguém possa fazer comparações acerca das inúmeras disciplinas que um indivíduo tem de cursar, num programa de formação de gestores e as que compõem um curso de preparação de empreendedores. Entretanto, existem fortes indicações de que uma educação empreendedora produzirá mais e melhores empreendedores do que os que foram gerados no passado.

2.3 Perfil do empreendedor de sucesso

A grande pergunta que os pesquisadores se fazem é "quais são as características dos empreendedores de sucesso? Eles têm algo diferente dos outros?". Hoje há muita concordância entre os cientistas sobre as características dos

empreendedores de sucesso, traços de personalidade, atitudes e comportamentos que ajudam a alcançar êxito nos negócios.

De acordo com Timmons (1994) e Hornaday (1982) citados por Silva *et al.* (2001), as características dos empreendedores de sucesso são:

[...] o empreendedor tem um "modelo", uma pessoa que o influencia;

- tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- trabalha sozinho;
- tem perseverança e tenacidade;
- o fracasso é considerado um resultado como outro qualquer. O empreendedor aprende com os resultados negativos, com os próprios erros;
- tem grande energia. É um trabalhador incansável; é capaz de se dedicar intensamente e sabe concentrar os seus esforços para alcançar resultados;
- sabe fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar um intervalo não ocupado por outros no mercado, descobrir nichos; (SILVA *et al.*, 2001, p. 43)

2.4 Por que o ensino de empreendedorismo?

O ensino do empreendedorismo durante a formação de um novo profissional tem sido considerado pelos especialistas como vital para o seu sucesso, principalmente se ele for egresso das escolas ditas de massa. Estas instituições concebem seu projeto pedagógico baseado em novos paradigmas educacionais e no desenvolvimento das competências para o trabalho, considerando todas as peculiaridades e incertezas da sociedade do século XXI.

Hoje, o ensino de empreendedorismo no primeiro grau tornou-se obrigatório em cinco estados americanos. O contexto que emoldura estas considerações é o de que, depois da Segunda Guerra, 50% de todas as inovações e 95% de todas as inovações radicais vieram de empresas novas e pequenas. Sendo assim, o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno cultural e, portanto, fortemente relacionado e embasado no processo educacional, capaz de impulsionar a criação de pequenas e médias empresas inovadoras de base tecnológica (PESSOA *et al.*, 2010).

Atualmente, em diversas escolas já estão incluindo nos seus currículos a disciplina de empreendedorismo, estimulando e favorecendo a criação de novos empreendimentos. E o ensino do empreendedorismo é apontado como prioridade na política governamental de qualquer país que queira desenvolver inovações tecnológicas e, com isso, objective constituir-se em uma economia competitiva no mundo globalizado. Enfim, o ensino do empreendedorismo é importante por várias razões, conforme descrito por Dolabela (1999):

[...] Razão 1 - A alta taxa de mortalidade infantil. No mundo das empresas emergentes a regra é falir, e não ter sucesso. De cada três empresas criadas, duas fecham as portas. As pequenas empresas (menos de 100 empregados) fecham mais: 99% das falências são de empresas pequenas. Se alguns têm sucesso sem qualquer suporte, a maioria fracassa, muitas vezes desnecessariamente. A criação de empresas é um problema de crescimento econômico.

Razão 2 - No final do século XX e início do século XXI, as relações de trabalho estão mudando. O emprego dá lugar a novas formas de participação. Na verdade as empresas precisam de profissionais que tenham umas visões globais do processo, que saibam identificar e satisfazer as necessidades do cliente. A tradição do nosso ensino é de formar empregados, nos níveis

universitário e profissionalizante, não é mais compatível com a organização da economia mundial.

Razão 3 - Exige-se hoje, mesmo para aqueles que vão ser empregados, um alto grau de empreendedorismo. As empresas precisam de colaboradores que, além de dominar a tecnologia, conheçam também o negócio, saibam auscultar, atender as necessidades do cliente e possam identificar oportunidades, e mais, buscar e gerenciar os recursos para viabilizá-las.

Razão 4 - A metodologia de ensino tradicional não é adequada para formar empreendedores.

Razão 5 - As nossas instituições de ensino estão distanciadas dos "sistemas de suporte", ou seja, das empresas, órgãos governamentais, financiadores, associações de classe, entidades das quais os pequenos empreendedores dependem para sobreviver. As relações universidade-empresa ainda são incipientes no Brasil.

Razão 6 - Cultura. Os valores do nosso ensino não sinalizam para o empreendedorismo.

Razão 7 - Ainda há uma percepção insuficiente da importância da PME (Pequena e Média Empresa) para o desenvolvimento econômico.

Razão 8 - Predomina, no ensino profissionalizante e universitário, a cultura da "grande empresa". Não há o hábito de se falar na pequena empresa. Os cursos de administração, com raras exceções são voltados quase exclusivamente para o gerenciamento de grandes empresas.

Razão 9 - Ética - Uma grande preocupação no ensino do empreendedorismo devem ser os aspectos éticos que envolvem esta atividade. Por sua grande influência na sociedade e na economia, é fundamental que os empreendedores - como qualquer cidadão - sejam guiados pelos princípios e valores nobres.

Razão 10 - Cidadania. O empreendedor deve ser alguém com alto comprometimento com o meio ambiente e com a comunidade, com forte consciência social. A sala de aula é um excelente lugar para o debate desses termos (DOLABELA, 1999, p. 53)

2.5. Fatores de sucesso

Segundo Timmons (1994) citado por Silva *et al.*, (2001) existem alguns fatores que levam ao sucesso, como por exemplo, fazer o que lhe dá energia; divertir-se; imaginar como fazer funcionar algo; dizer "posso fazer" ao invés de "não posso" ou "talvez"; tenacidade e criatividade irão triunfar; qualquer coisa é possível se você acredita que pode fazê-la; se você não sabe que não pode ser feito, então vá em frente e o fará; veja o copo metade-cheio e não metade-vazio; seja insatisfeito com o jeito que as coisas estão e procure melhorá-las; faça coisas de forma diferente; não assuma riscos se você não precisa, mas assuma um risco calculado se é a oportunidade certa para você; os negócios fracassam; os empreendedores de sucesso aprendem, mas tente manter baixo o custo do aprendizado; faça da oportunidade e dos resultados a sua obsessão; fazer dinheiro é mais divertido que gastá-lo; uma equipe constrói um negócio: um só indivíduo ganha a vida; tenha orgulho das suas realizações, isso é contagioso; é mais fácil implorar por perdão do que pedir permissão.

Não saber distinguir entre uma idéia e uma oportunidade também é uma das grandes causas de insucesso. A confusão entre idéia e oportunidade é muito comum entre os empreendedores iniciantes. Identificar e "agarrar" uma oportunidade é, por excelência, a grande virtude do empreendedor de sucesso. É necessário que o pré-empresendedor desenvolva essa capacidade, praticando sempre. Atrás de uma oportunidade sempre existe uma idéia, mas somente um estudo de viabilidade, que pode ser feito através do Plano de Negócios, indicará seu potencial de se transformar em um bom negócio. (SILVA *et al.*, 2001)

A oportunidade é a fagulha que detona a explosão do empreendedorismo. Há idéias em maior quantidade do que boas oportunidades de negócios. Eis algumas características da oportunidade: é atraente, durável, tem uma hora certa, ancora-se em um produto ou serviço que cria, ou adiciona valor para o seu comprador; apresenta um desafio, que é reconhecer uma oportunidade enterrada em dados contraditórios, sinais, inconsistências, lacunas de informação e outros vácuos, atrasos e avanços, barulho e caos do mercado (quanto mais imperfeito o mercado, mais abundantes são as oportunidades). Reconhecê-las e agarrá-las não é uma questão de usar técnicas, *check-lists* e outros métodos de identificar e avaliar; não há receita de bolo (a literatura tem mais de 200 métodos), mas depende da capacidade do empreendedor (SILVA *et al.*, 2001).

3. Educação e Escola

A capacidade do homem de modificar e ser modificado é que produz história, as diferentes épocas com seus modos de organização social e de produção, particularidades e peculiaridades. Para se alcançar a forma de produção do século XXI, muitas experiências foram vividas, muito conhecimento foi produzido e transmitido. Para realizar esse processo e permitir às gerações utilizarem-se dos conhecimentos e experiências anteriores, sem precisar voltar ao ponto de partida, ocorre a intervenção da educação.

Freire (1998) afirma que,

[...] A educação é uma forma de intervenção no mundo, mundo este onde o homem vive, age e convive em sociedade, não é um ser isolado, participa de um processo onde influencia e é influenciado pelo grupo, pela sociedade, pela cultura (FREIRE, 1998, p. 36).

Essa prática não é restrita a uma área. Segundo Libâneo (1994), a educação:

[...] corresponde a toda modalidade de influência e inter-relações que convergem para a formação de traços de personalidade social e do caráter, implicando uma concepção de mundo, idéia, valores, modos de agir, que se traduzem em convicções ideológicas, morais, políticas, princípios de ação frente a situações reais e desafios da vida prática (LIBÂNEO, 1994., p. 43).

O significado de educação está relacionado a uma prática educativa, a uma ação que ocorre em diferentes lugares de diferentes formas. Ao nascer o ser humano inicia sua interação com a sociedade, relacionando-se com regras e valores. Nesse processo a família torna-se o primeiro núcleo de convivência da criança. Ao lado da família encontram-se outras instituições sociais, que motivadas por interesses diversos, concorrem para o desenvolvimento de atitudes e disseminação de valores. A escola, assim como a família, a religião, os meios de comunicação e outras instituições é um veículo para a prática educativa. A prática desenvolvida pela escola é chamada de prática escolar e é caracterizada como educação intencional ou formal.

A função da escola hoje está vinculada, portanto, às necessidades de nossa época, como exposto na nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB, n.º 9394/96, artigo 1º, parágrafo 2º: “A educação escolar deverá vincular-se ao mundo do trabalho e à prática social”.

Como forma sistematizada de educação, a prática escolar possui suas ações fundamentadas em teorias pedagógicas, que de forma científica, explicam e

instrumentalizam o processo. Diante das exigências para uma nova educação, Ulbricht (1999) afirma que, como qualquer outra empresa, a escola para vencer os contratempos precisa se adaptar, se desenvolver e inovar. Na adaptação a escola deve adquirir os conhecimentos básicos e as técnicas próprias de sua atividade, que é ensinar ou ainda permitir que o aluno adquira conhecimentos; atualizar as competências e os conhecimentos; manter as competências gerais e detectar e prevenir as perdas de competências. Para adquirir os conhecimentos básicos e as técnicas próprias de sua atividade, é necessário descrever suas atividades e os conhecimentos específicos que necessita para desenvolver estas atividades, difundir as informações e formar seu corpo docente por meio de estágio, supervisão orientada do trabalho ou mesmo trabalho em grupo.

Para atingir o desenvolvimento, torna-se necessário que a escola esteja preocupada em: detectar os potenciais entre seu corpo docente valorizando as competências não utilizadas, gerar novas formas de enriquecimento profissional; detectar e supervisionar a superqualificação (a qualificação em excesso é também fonte de frustração gerando especialistas ineficazes) e estimular mantendo o gosto pelo desafio. Finalmente, para que a escola inove é necessário que antecipe novas competências (ULBRICHT, 1999).

A relação feita aqui entre escola e empresa refere-se ao fato das duas representar um conjunto de pessoas que se reúnem com o objetivo de produzir bens e serviços; que harmoniza capital e trabalho e que está a serviço das pessoas e da comunidade. Assim, como uma das instituições que fazem parte da sociedade, responsável pela prática educativa formal e a inserção de indivíduos em um mundo que passa a exigir um novo perfil de homem, a escola também precisa ultrapassar os seus próprios limites.

3.1 Didática e método: fundamentos e objetivos

Somente a partir do século XVII surge uma preocupação com a atividade de aprendizagem das crianças e jovens, e com as ações deliberadas e planejadas de ensino e foi nesse período que a didática aparece como uma teoria direcionada ao estudo das ligações entre ensino e aprendizagem e as suas leis (PILELLI, 1987).

O termo foi consagrado por Comênio (1592-1670), ao escrever a primeira obra clássica sobre Didática, *Didáctica Magna*. Segundo Libâneo (1994, p. 27), Comênio foi “o primeiro educador a formular a idéia da difusão dos conhecimentos a todos e criar princípios e regras de ensino”. Sua preocupação estava voltada para o desenvolvimento de métodos de instrução mais rápidos e eficientes, uma educação que fosse útil para todos.

Para Comênio a tarefa principal da didática era estudar as características de idade e capacidades para o conhecimento, além dos métodos de ensino correspondentes. Em sua origem, denominada como a “arte de ensinar”, a didática estava relacionada ao jeito de ensinar, à intuição do professor.

Segundo Sanny (1994), a palavra método é originária do grego e significa: = meta (para) + odos (caminho). Por isso a importância de um método adequado em 15 processos educativos, pois: “O método se refere ao processo completo, compreendendo diversos momentos necessários à consecução de um fim”.

A sua operacionalização é feita pelo uso de técnicas, como por exemplo, o método ativo que poderá utilizar diferentes técnicas de dinâmica de grupo. Já os procedimentos metodológicos referem-se à maneira de executar algo, à descrição das

atividades desenvolvidas pelo professor e às atividades desenvolvidas pelos alunos (PILETTI, 1987).

Os métodos são as próprias ações do professor, que organizam as atividades de ensino e aprendizagem, com o intuito de atingir os objetivos do trabalho em relação a um conteúdo. Eles direcionam as formas de interação no processo de ensino, visando à assimilação consciente e ao desenvolvimento das habilidades cognitivas e operativas dos alunos.

Na prática educacional didática e método devem ser pensados de forma integrada, com os meios educacionais para acompanhar as mudanças e as exigências sociais. Pereira (2001, p. 34) afirma que “o sistema educacional, responsável pela formação mais ampla do indivíduo, precisa se agilizar para avançar no ritmo das trocas tecnológicas que acontecem no sistema produtivo”.

Assim, quando se consideram os elementos didáticos e metodológicos do processo de aprendizagem da nossa época, tem-se que considerar que esses elementos devem ser utilizados para proporcionar um aprendizado eficaz, sendo inovados e adequados à realidade social.

3.2 Objetivos da prática educativa

Não há prática educativa sem objetivos, pois são eles que revelam de forma explícita os propósitos definidos quanto ao desenvolvimento das habilidades humanas necessárias a todos os indivíduos, a fim de se capacitarem para enfrentarem as transformações sociais. É preciso, então, encontrar respostas para questões como: Quais as habilidades a serem adquiridas pelos alunos no final do processo?

Ter definido os objetivos no início do processo diminui as chances do trabalho ficar concentrado nos conteúdos, prejudicando o sucesso final dos resultados. Ao definir os objetivos é possível tornar-se mais claro avaliar os resultados da atividade de ensino e mais fácil escolher os procedimentos adequados.

Diante da importância dos objetivos na ação didática, Libâneo (1994) assinala algumas recomendações importantes na definição dos mesmos,

[...] Especificar conhecimentos, habilidades, capacidades que sejam fundamentais para serem assimiladas e aplicadas em situações futuras, na escola e na vida prática;

Observar uma sequência lógica, de forma que os conceitos e habilidades estejam inter-relacionados, possibilitando aos alunos uma compreensão de conjunto (isto é, formando uma rede de relações na sua cabeça);

Expressar os objetivos com clareza, de modo que sejam compreensíveis aos alunos e permitam, assim, que estes introjetem os objetivos de ensino como objetivos seus;

Dosar o grau de dificuldades, de modo que expressem desafios, problemas, questões estimulantes e também viáveis;

□ Sempre que possível, formular os objetivos como resultados a atingir, facilitando o processo de avaliação diagnóstica e de controle;

Como norma geral, indicar os resultados do trabalho dos alunos (o que devem compreender, saber, memorizar, fazer, etc.) (p. 42).

3.3 A ação do professor e a interação professor-aluno

Como atividade intencional, o trabalho do professor deve ser planejado conscientemente visando atingir objetivos de aprendizagem, e levando em conta os seguintes elementos: os movimentos (ou passos) do processo de ensino no decorrer de uma aula ou unidade didática; os métodos; as formas e os procedimentos de ensino e

aprendizagem; os materiais didáticos e as técnicas de ensino; a organização da situação de ensino.

A ação do professor é estabelecida a partir da sua concepção pedagógica e entre essas concepções pode-se citar

[...] A tradicional: “Ensinar é transmitir conhecimentos;
A escolanovista: “Ensinar é criar condições de aprendizagem;
A tecnicista: “O ensino deve se inspirar nos princípios de racionalidade, eficiência e produtividade”;
A etimológica: “Ensinar é colocar dentro, gravar no espírito.
Os conteúdos e problemas devem ser colocados aos alunos, de modo a se converterem em desafios a serem superados;
O nível e o volume dos conhecimentos, atividades e exercícios devem estar de acordo com o nível e capacidade dos alunos;
As dificuldades apresentadas aos alunos devem ser analisadas pelo professor e trabalhadas didaticamente, com a preocupação de atingir um resultado final;
Conhecimento novo deve ser ligado com o já existente;
Deve haver constante avaliação do progresso alcançado;
Deve haver constante revisão e exercitação dos conhecimentos e habilidades (LIBÂNEO, 1994, p. 48).

E com o objetivo de tornar a aprendizagem mais eficaz, o professor pode estimular e incentivar os alunos, através dos recursos didáticos, dos procedimentos metodológicos, do conteúdo, das atividades práticas e exercícios. A esses estímulos e incentivos, dá-se o nome de motivação. E segundo Piletti (1987), há alguns aspectos importantes relativos à motivação,

[...] Se o professor não está motivado, não há condições de motivar os alunos;
A falta de motivação para aprender pode ocorrer pela não satisfação de necessidades que antecedem a necessidade do conhecimento;
Deve-se levar em conta os fatores que influem no comportamento humano: fatores psicológicos, sociológicos, econômicos, políticos, biológicos e antropológicos;
Os fatores socioeconômicos condicionam a motivação, a criatividade e a própria aprendizagem;
Professor não pode considerar o problema como sendo apenas um processo psicológico (PILETTI, 1987, p.57).

Bolzan (1998) mostra que os estudos contemporâneos acerca da motivação trazem ainda conceitos de educadores e psicólogos da década de 70, que de acordo com Carvalho (1972) chegaram às seguintes conclusões:

[...] a) Não há aprendizagem sem motivação (seja esta consciente ou inconsciente, intrínseca ou extrínseca);
b) Deve haver uma relação positiva entre incentivos e motivos (motivos fortes x ambiente hostil, incentivos inoperantes x aprendiz com pouca motivação são realidades incompatíveis);
c) Motivação e incentivo são importantes em todas as fases da aprendizagem;
d) Incentivo positivo x incentivo negativo (elogios funcionam melhor que punição ou censura);
e) A competição pode funcionar como elemento estimulador (a competição entre grupos é preferível à competição individual);
f) O crescimento de incentivos deve aumentar proporcionalmente os motivos, no entanto é preciso ter cuidado para que os incentivos não ultrapassem o limite máximo da capacidade do sujeito;

- g) O êxito inicial numa tarefa pode funcionar como fonte de motivação;
- h) O insucesso inicial pode, em alguns casos, servir de estímulo para novas aprendizagens;
- i) Um esforço suspenso ou uma tarefa interrompida pode ser fonte de motivação;
- j) A motivação pode aumentar na medida em que o aluno sabe o objetivo de sua tarefa, bem como atribui valor a esse fim;
- k) Motivação em excesso pode levar o sujeito a realizar um trabalho abaixo do nível que costuma fazer (CARVALHO, 1972 citado por BOLZAN, 1998, p.61).

Quanto à interação professor-aluno, existem dois aspectos importantes a serem considerados, os aspectos cognitivos, que dizem respeito à comunicação dos conteúdos e das tarefas, como saber manejar os recursos da linguagem, ter claro o nível de conhecimento dos alunos, ter um plano de aula com objetivos claros e explicar aos alunos o objetivo do conteúdo e os aspectos cognitivos, que se referem aos vínculos emocionais, como combinar autoridade e respeito, manter uma comunicação clara com os alunos, estabelecer normas e orientar a atividade autônoma dos alunos.

3.4. Ensino Fundamental

O Ensino Fundamental compõe, juntamente com a Educação Infantil e o Ensino Médio, a Educação Básica como nomeia a Lei de Diretrizes e Bases da Educação - LDB n.º 9394/96. É composto por quatro ciclos, sendo:

- 1º Ciclo - 1ª e 2ª séries;
- 2º Ciclo - 3ª e 4ª séries;
- 3º Ciclo - 5ª e 6ª séries;
- 4º Ciclo - 7ª e 8ª séries.

Conforme expressa a LDB, o Ensino Fundamental no Brasil objetiva garantir a formação básica do indivíduo mediante:

- [...] I – O desenvolvimento da capacidade de aprender, tendo como meios básicos o pleno domínio da leitura, da escrita e do cálculo;
 - II – A compreensão do ambiente natural e social, do sistema político, da tecnologia, das artes e dos valores em que se fundamenta a sociedade;
 - III – O desenvolvimento da capacidade de aprendizagem, tendo em vista a aquisição de conhecimentos e habilidades e a formação de atitudes e valores;
 - IV – O fortalecimento dos vínculos de família, dos laços de solidariedade humana e tolerância recíproca em que se assenta a vida social” (LDB, 1996).
- O Ensino Fundamental de acordo com os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) deve proporcionar os meios necessários para que os alunos sejam capazes de:
- a) Compreender a cidadania como participação social e política, assim como exercício de direitos e deveres políticos, civis e sociais, adotando, no dia a dia, atitudes de solidariedade, cooperação e repúdio às injustiças, respeitando o outro e exigindo para si o mesmo respeito;
 - b) Posicionar-se de maneira crítica, responsável e construtiva nas diferentes situações sociais, utilizando o diálogo como forma de mediar conflitos e de tomar decisões coletivas;
 - c) Conhecer características fundamentais do Brasil nas dimensões sociais, materiais e culturais como meio para construir progressivamente a noção de identidade nacional e pessoal e o sentimento de pertinência ao país;
 - d) Conhecer e valorizar a pluralidade do patrimônio sociocultural brasileiro, bem como aspectos socioculturais de outros povos e nações, posicionando-se contra qualquer discriminação baseada em diferenças culturais, de classe

- social, de crenças, de sexo, de etnia ou outras características individuais e sociais;
- e) Perceber-se integrante, dependente e agente transformador do ambiente, identificando seus elementos e as interações entre eles, contribuindo ativamente para a melhoria do meio ambiente;
 - f) Desenvolver o conhecimento ajustado de si mesmo e o sentimento de confiança em suas capacidades afetiva, física, cognitiva, ética, estética, de inter-relação pessoal e de inserção social, para agir com perseverança na busca de conhecimento e no exercício da cidadania;
 - g) Conhecer o próprio corpo e dele cuidar, valorizando e adotando hábitos saudáveis como um dos aspectos básicos da qualidade de vida e agindo com responsabilidade em relação à sua saúde e à saúde coletiva;
 - h) Utilizar as diferentes linguagens - verbal, musical, matemática, gráfica, plástica e corporal, como meio para produzir, expressar e comunicar suas idéias, interpretar e usufruir das produções culturais, em contexto públicos e privados, atendendo às diferentes intenções e situações de comunicação;
 - i) Saber utilizar diferentes fontes de informação e recursos tecnológicos para adquirir e construir conhecimentos;
 - j) Questionar a realidade formulando-se problemas e tratando de resolvê-los, utilizando para isso o pensamento lógico, a criatividade, a intuição, a capacidade de análise crítica, selecionando procedimentos e verificando sua adequação (PCN, 1998, p. 15).

3.5 Empreendedorismo e educação

A escola, espaço onde ocorre a prática educacional formal e intencional, como ambiente aberto para a construção e o exercício das aptidões cognitivas e atitudinais necessárias para a compreensão do conhecimento, torna-se uma fonte fundamental na disseminação do espírito empreendedor (SEBRAE, 2009).

O empreendedorismo trabalhado no ambiente escolar contribui para o desenvolvimento de crianças e adolescentes capazes de pensar, de fazer e de criar com autonomia e flexibilidade, competências necessárias para que possam desbravar, compreender e fazer uso desse mar de conhecimentos existentes (SEBRAE, 2009).

Para desenvolver o empreendedorismo na prática escolar é necessário, portanto, considerar os componentes didáticos e metodológicos que permeiam esse processo educacional. É também fundamental que haja um programa que una a base teórica e a vivência prática e que levem em conta as mudanças, para adaptar os procedimentos à realidade atual. Hoje os conhecimentos enciclopédicos já não são mais necessários, nem tampouco as técnicas e os processos mecânicos (SEBRAE, 2009).

O professor então adquire um novo papel, que é o de possibilitar condições de aprendizagem para a aquisição das novas habilidades e competências pelos alunos. Preocupados com essas questões, muitos estudiosos e pesquisadores apontam para novas propostas educacionais e entre eles, Barreto (1998), que sugere o seguinte enfoque na educação empreendedora:

- [...] a) Valorizar a sensibilidade intuitiva;
- b) Compreender os valores transmitidos;
- c) Reconhecer as metas diferentes dos indivíduos do grupo;
- d) Tomar decisões baseadas em julgamentos de confiança e na competência das pessoas;
- e) Buscar ajustar a prática aos princípios da sociedade;
- f) Desenvolver a solução mais apropriada sob pressão de tempo;
- g) Aprender fazendo e fora da sala de aula;
- h) Vislumbrar informações pessoalmente prospectadas as de qualquer fonte, ponderando seu valor;
- i) Avaliar o julgamento de pessoas e eventos via “retrocomunicação direta”;

j) Possibilita sucesso no aprendizado medido ao resolver problemas e na experiência do fracasso. (BARRETO, 1998, p. 21)

4. Metodologia do Ensino

A disseminação do empreendedorismo na educação, com o desenvolvimento de habilidades empreendedoras em crianças e adolescentes requer a utilização de procedimentos metodológicos adequados, conduzindo os alunos a “aprender empreendendo”. Os procedimentos metodológicos propostos são sintetizados em sete etapas que convergem para um caminho: o do desenvolvimento de habilidades empreendedoras em crianças e adolescentes, por meio do planejamento, organização e execução de um evento festivo. As etapas utilizadas são:

1ª etapa: Idéia Inicial

2ª etapa: Validação da Idéia

3ª etapa: Como Fazer

4ª etapa: Parceria

5ª etapa: Execução

6ª etapa Avaliação

7ª etapa: Recomeçar

Na primeira etapa, os problemas da comunidade escolar são transformados em oportunidades e desafios estimulantes para atitudes criativas e inovadoras. É o momento da idéia inicial em que tudo é possível e deve ser aceito pelo grupo. No segundo passo, inicia-se o processo de filtro em que ocorre a validação de ideias, de acordo com o mercado-alvo selecionado para pesquisa. Nesse caso o ambiente para o desenvolvimento de habilidades favorece principalmente a atitude de busca de informação. Prontos para o próximo passo, o grupo desenvolve alternativas para a realização do processo produtivo. O sonho e as ideias tornam-se possíveis com ênfase na habilidade de discriminação de informações para o planejamento do como fazer. O grupo vai para o quarto passo, concretizando suas ideias por meio de parcerias em que a exigência para o sucesso é proporcional ao desenvolvimento da habilidade de negociar. A partir daí (quinto passo), o grupo deve estar preparado para executar o empreendimento. A execução exige entre outras a habilidade de negociar, pois é no acontecer que as decisões e avaliações devem ser rápidas e coerentes.

Embora a avaliação conste como sexto passo do procedimento metodológico junto com as habilidades de organização das informações coletadas a partir do resultado final, é importante ressaltar que na sequência lógica dos passos e na didática da aplicação, os procedimentos são organizados de maneira a enfatizar a dialética da ação e/ou representação da realidade. Por isso, o sétimo passo, o recomeçar indica que o processo é interminável, ou que o final de um empreendimento caracteriza-se pela percepção de oportunidades de novos desafios. Esses devem ser os indicadores de que a sobrevivência do projeto inicial precisará de adequações constantes. O início de outros projetos dependerá das oportunidades identificadas e das novas idéias que surgirão enriquecidas pela experiência adquirida.

Diante das informações gerais, será agora realizada uma descrição das técnicas e estratégias utilizadas em cada passo. Essa descrição demonstrará a flexibilidade dos procedimentos propostos, permanecendo o objetivo de desenvolver habilidades empreendedoras, se adaptando ao empreendimento escolhido.

4.1 Preparação para as sete etapas

Ao desenvolver um trabalho é preciso obter informações sobre o público e o local. É preciso saber quem são os alunos com quem se vai trabalhar, a faixa etária, as expectativas, as necessidades do público, a situação econômica e cultural. As informações coletadas serão uma referência para a adequação da metodologia.

Esta avaliação inicial, denominada de Avaliação Diagnóstica, fornece informações básicas para começar o trabalho, aproximando a ação a ser realizada da realidade e das necessidades dos alunos. Também durante o processo é fundamental obter um *feedback* por meio da realização de avaliações constantes, chamadas formativas, de todos os encontros.

4.1.1 Avaliação diagnóstica do local

Sobre o local no qual irá se desenvolver um trabalho é importante saber quais os recursos materiais e humanos disponíveis; a localização geográfica para possíveis pesquisas de campo; a organização e o funcionamento, tais como horários e pessoas responsáveis para negociação e planejamento de uso.

Essas informações são importantes na antecipação e no planejamento do trabalho, indicando o que há de disponível e o que precisa ser adquirido ou providenciado. Na avaliação diagnóstica do local são utilizados alguns instrumentos como pesquisas, entrevistas, contatos com pessoas responsáveis pela organização e manutenção, etc.

4.1.2 Avaliação diagnóstica do público específico

Uma das principais questões de um trabalho é saber as características do público alvo, suas expectativas e anseios. A avaliação diagnóstica do público específico, aquele com quem se terá contato direto, pode ser realizada por meio de entrevistas e pesquisas. A avaliação diagnóstica do público na preparação para o desenvolvimento dos procedimentos metodológicos objetiva definir o grupo do projeto, os nomes e a faixa etária.

4.1.3 Avaliação Formativa

A execução de um trabalho é permeada por situações não-planejadas e isso requer uma postura flexível e organizada. Ordenar e aproveitar os imprevistos são ações a realizar em avaliação constante dos alunos, chamada de “formativa”. Por meio dessa avaliação são obtidas informações sobre as compreensões e as dúvidas dos alunos e serão essas informações que orientarão o ritmo do trabalho, tornando o processo mais dinâmico e inovador.

4.1.4 Propostas

Por mais grandiosa que seja a tarefa de inserir o aprendizado de empreendedorismo no nível fundamental, é apenas um passo no caminho da criação de uma cultura empreendedora que dará suporte ao processo de desenvolvimento econômico. E o que precisa ser feito pelo conjunto das forças da nossa sociedade, proposto pelo artigo:

1 - propagar o ensino de empreendedorismo para todos os níveis educacionais. A universidade é o ponto de partida porque ela é uma forte formadora de opinião e

multiplicadora do saber. Mas é preciso disseminar a cultura empreendedora desde o primeiro degrau do sistema educacional, o ensino fundamental, porque só iremos criar o que chamamos de "incubadora social", quando toda a sociedade estiver envolvida por uma cultura que sinalize positivamente para valores empreendedores que priorizam a geração e distribuição de riquezas, a inovação, a cidadania, a ética e a liberdade em todos os níveis, o respeito ao homem e ao meio ambiente;

2 - estimular a pesquisa na área de empreendedorismo. É importante que seja criado um Congresso Brasileiro de Empreendedorismo, a fim de estimular a pesquisa na área e seja o ponto de encontro de todos aqueles envolvidos com o empreendedorismo, como a comunidade acadêmica, praticantes, empreendedores, sistemas de suporte e que promova um permanente intercâmbio com pesquisadores de todo o mundo;

3 - sensibilizar os sistemas de suporte e as forças sócio-político-econômicas para a necessidade de se apoiar as empresas emergentes. Esta não é uma tarefa isolada de um segmento específico, mas de toda a sociedade. Já ouvimos autoridades governamentais dizerem que a pequena empresa é problema só do Sebrae; nada mais enganoso. É um problema, ou melhor, uma solução que toda a sociedade tem que perseguir porque ela é a base do desenvolvimento econômico. Estamos falando de 4,5 milhões de empresas, 98 % das empresas nacionais, que envolvem uma massa de 60 milhões de pessoas e hoje representa 20% do PIB nacional;

4 - implantar políticas públicas e legislação de apoio. A importância política da pequena empresa não corresponde à sua importância econômica e social. A legislação que pode corrigir este descompasso tem um lento tratamento no Congresso Nacional;

5 - estimular a criação de incubadoras e parques tecnológicos e científicos. A empresa do conhecimento, força econômica desta era, nasce da integração dos trabalhos de pesquisadores e empreendedores. O Brasil tem que investir pesadamente neste setor;

6 - preparar as empresas existentes para a formulação estruturada de suas demandas aos centros de alta tecnologia. É necessário que as empresas de base tecnológica saibam formular demandas aos centros de pesquisa universitários. O instrumento fundamental é a utilização intensiva da metodologia de Planos de Negócios, que indicam as necessidades da tecnologia dominada pelos centros e também possibilitam a formação de parcerias com empresas surgidas do ambiente universitário. A viabilização deste processo será muito bem conduzida se for assumida pelos órgãos de representação empresarial de cada categoria;

7 - Visitas a USEN – Universidade Sebrae de Negócios. O nome Universidade é muito mais abrangente, para expressar a universalidade na forma de educação avançada, aprofundada e dirigida ao ensino de alunos empreendedores. A USEN usa uma metodologia de fazer com que o aluno passe por uma mudança de atitude e ele mesmo encontre o seu caminho ou forma de como ele quer aprender. Também aqui é fundamental a ação propulsora e educadora do poder público.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como Fayol (1989) mostrou ser possível ensinar os princípios da administração, a arte de empreender deixou de ser considerada um dom e, hoje, o empreendedorismo é uma disciplina que apresenta modelos, processos, base teórica, estudos de caso e um alto nível de convergência interdisciplinar. A relevância da habilidade de empreender permite que o tema seja propagado e ensinado em outras áreas de formação profissional que exijam a capacidade de criação e de ajustes, frente às mudanças aceleradas do ambiente.

Hoje a economia mundial opera com novos padrões de relações de trabalho, onde a estabilidade profissional se posiciona longe da realidade encontrada no mercado. Os desafios a serem enfrentados dizem respeito não só às mudanças de metodologia de ensino, mas também à conscientização do corpo discente e docente que o melhor método de aprendizagem a ser adotado pressupõe o comprometimento e integração de todos. A interdisciplinaridade aqui, enquanto técnica pedagógica de convergência de conhecimentos pode ser um instrumental eficiente no processo de formação do aluno. Ela possibilita ao aluno, no decorrer de sua formação, pesquisar temas ligados às disciplinas centrais de cada ano e associar o conteúdo programático das demais disciplinas em um grande projeto científico. Esta estrutura pedagógica facilita a inserção de uma base filosófica que a instituição de ensino queira impor no seu processo educacional.

No caso específico deste artigo, a proposta educacional tem como pano de fundo a formação do aluno empreendedor. Pode-se afirmar, no entanto, que a viabilidade de um projeto desta natureza, fica facilitada em todas as instituições de ensino, seja ela pública ou privada, uma vez que, a flexibilidade de mudança dos processos organizacionais elas existem em todos os níveis. Ou seja, com a necessidade de empreendedores e as instituições possuindo os melhores alunos, professores e diretores, os procedimentos de mudança na concepção da ideia, de inserção dos temas e disciplinas emergentes na grade curricular, encontram-se facilitados.

6. REFERÊNCIAS

- BARRETO, Luiz Pondé. **Educação para o Empreendedorismo**. Núcleo para Estudos do Empreendedorismo, Universidade de Salvador – Salvador, 1998.
- BOLZAN, Regina de Fátima Frutuoso de Andrade. **Conhecimento tecnológico e o paradigma educacional**. Dissertação do Curso de Mestrado em Engenharia de Produção. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1998.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - nº 9.394/96**, de 20/12/1996.
- BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: 3º e 4º ciclos do Ensino Fundamental: Língua Portuguesa**. Brasília/DF: MEC/SEF.
- CARVALHO, I. M. **O processo didático**. Rio de Janeiro: FGV, 1972.
- COMÊNIO, João Amós. **Didática Magna**. Trad. Joaquim Ferreira Gomes. 4ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1957.
- DOLABELA, Fernando Celso. **O Segredo de Luísa**. Ed. Cultura Editores Associados; São Paulo; 1999.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.
- FAYOL, Henri. **Administração Industrial e Geral: previsão, organização, comando, coordenação e controle**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- HORNADAY, J. A. Research about living entrepreneurs. In: KENT, C. A. *et al.* (Eds.). **Encyclopedia of entrepreneurship**, Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1982. p. 20-34.
- LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**. São Paulo: Cortez, 1994.
- PEREIRA, S. M. **A formação do empreendedor**. Tese de doutorado da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 2001.

PESSOA, Marcos de Lacerda. **BEL-i9: empreendendo e inovando em rede para o desenvolvimento Sustentável**. Curitiba: Companhia Paranaense de Energia/COPEL, 2010.

PILETTI, Claudino. **Didática Geral**. São Paulo: Ática, 1987.

SANNY, Rosa. **Construtivismo e Mudança**. São Paulo: Cortez, 1994.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Apostilas Programa Novos Jovens Empreendedores**. São Paulo: Sebrae, 2009.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SMITH, Adam. **Uma investigação sobre a natureza e causa da riqueza das nações**. Livro 1. São Paulo : Hemus, 1981.

SILVA, Nilson Carlos Duarte da; COLENCI JR., Alfredo; TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. Ensino superior e a formação do profissional do empreendedor de sucesso. ENCONTRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2001, Salvador. **Anais eletrônicos**. Salvador: ENEGEP, 2001.

TIMMONS, J.A. **New venture creation**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 4. ed., 1994.

ULBRICHT, Vânia Ribas. **A Criatividade e o Empreendedorismo**. In Anais: Enempre, 1999, p.161-165.

www.usen.com.br, 11/09/2010, 19h15min.

www.sebrae.com.br/br/home/index.asp, 11/09/2010, 20h40min.

O USO DA PESQUISA COMO PRÁTICA DE ENSINO DO CURSO SUPERIOR: CONSTATAÇÕES A PARTIR DE UM PROJETO DE EXTENSÃO

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo identificar em que medida a prática de ensino por meio da pesquisa pode contribuir como estímulo para o aumento da autoestima e da auto-realização de discentes do curso superior. Tal oportunidade de estudo surgiu durante o desenvolvimento de um projeto de extensão de uma Instituição de Ensino Superior no Rio de Janeiro que tinha como objetivo identificar elementos que pudessem proporcionar esses estímulos. Inicialmente é apresentado um breve histórico do referido projeto de extensão bem como sua base teórica que orientou o levantamento de dados quantitativos. Em seguida é desenvolvida a fundamentação teórica relativa à prática de ensino por meio da pesquisa e suas relações segundo os conceitos de Demo (2003) e Bordenave e Pereira (1977). Por fim, a partir das análises dos dados colhidos, é possível constatar a relevante contribuição que a pesquisa pode trazer para o estímulo dos fatores de autoestima e auto-realização.

Palavras-chave: pesquisa; extensão, prática de ensino.

INTRODUÇÃO

Nas diversas discussões a respeito do papel da universidade, é possível regularmente encontrar discussões acerca deste verdadeiro papel e dos papéis de suas funções básicas. Ao definir o verdadeiro papel que a universidade possui, será possível esta se orientar para o tipo de metodologia de ensino a ser adotado (BORDENAVE e PEREIRA, 1977, p.11). Em uma visão crítica, ao se referir às funções básicas da universidade que sustentam o seu papel, quais sejam, o ensino, a pesquisa e a extensão, Bordenave e Pereira (*ibidem*) apontam que o ensino é a que recebe a maior parte das energias e recursos do sistema universitário e normalmente se nutre de conhecimentos de outros países em geral com pouca relação direta com os problemas locais da comunidade na qual a universidade está inserida. A pesquisa estuda problemas relativamente superficiais oferecendo poucas oportunidades de participação dos alunos. Por fim, a extensão universitária recebe uma atenção marginal do sistema levando à comunidade, de forma paternalista e unilateral, apenas resíduos de suas preocupações. Concluem os autores:

nota-se um paralelismo e isolamento entre as três funções, de tal modo que nem a pesquisa alimenta o ensino, nem a extensão tem uma interação significativa com ambos. Nessa situação, é lógico e natural que a metodologia de ensino se caracterize por uma orientação “bancária”, de mera transmissão de conhecimentos “enlatados”. Diferente seria o panorama se as funções da Universidade fossem reformuladas e novas relações mais orgânicas e dinâmicas fossem estabelecidas entre Ensino, Pesquisa e Extensão. (*ibidem*).

Se por um lado são evidenciadas dificuldades, por outro tais percepções podem se apresentar como estímulos importantes em oportunidades que surgem no dia a dia de pesquisadores e professores. Uma dessas oportunidades surgiu em um projeto de extensão chamado Centro de Desenvolvimento Humano (CDH) em uma instituição de ensino superior no Rio de Janeiro. No decorrer do seu desenvolvimento, ao longo de dois anos, o seu objetivo de extensão universitária foi desenvolver ações que viessem a estimular a autoestima e auto-realização dos alunos para as suas futuras vidas profissionais. Conforme apresentado mais adiante, ao longo das atividades do projeto, surgiu a oportunidade de experimentar a pesquisa como prática de ensino em direção aos objetivos de extensão do projeto. Estava neste ponto consolidada uma oportunidade de integrar o ensino, a pesquisa e a extensão, integração esta defendida e considerada como fundamental por Bordenave e Pereira (1977).

Desta forma, originado da experiência vivida no projeto de extensão CDH, o objetivo do presente estudo é identificar em que medida a prática de ensino por meio da pesquisa pode contribuir como estímulo para o aumento da autoestima e da auto-realização de discentes do curso superior.

Para tanto, serão abordados inicialmente a origem deste projeto de extensão e as razões empíricas que levaram o seu professor-coordenador, autor deste presente estudo, a apresentar essa proposta. Em seguida serão abordados os fatores teóricos a partir dos quais se sustentou esse projeto. Na seqüência serão abordadas as especificidades, características e oportunidades do uso da pesquisa nas práticas de ensino. Por fim, apresenta-se a pesquisa aplicada aos alunos sujeitos do estudo oriundos do projeto, sua respectiva análise e conclusões.

O PROJETO CDH E SUAS ORIGENS

Em uma pesquisa desenvolvida por este autor ao longo de sete anos, foram observadas diversas situações envolvendo o relacionamento discente-docente ou discente-instituição de ensino superior a partir dos conceitos de Nietzsche de *super-homem* e de *ressentimento* e na *hierarquia de necessidades* de Maslow. Nesta pesquisa foram apresentados os cinco estigmas que mais se destacaram nesse relacionamento objeto de estudo e que evidenciam um possível enfraquecimento da autoestima do aluno e a sua conseqüente dificuldade na busca da auto-realização: *injustiça, ironia, constrangimento, preconceito e discriminação*. O conceito de autoestima bem como o de auto-realização se sustentam na definição de Maslow o qual, a partir de suas pesquisas:

existem duas classes de necessidades: as necessidades de baixo nível ou primárias – como as necessidades fisiológicas e de segurança – que são satisfeitas externamente [...] e as necessidades de alto nível ou secundárias – como as necessidades sociais, de estima e de auto-realização – que são satisfeitas internamente. (*apud* CHIAVENATO, 2005, p.248).

Como complemento, é na definição nietzscheana de *super-homem* (*Übermensch*) que o seu personagem Zaratustra provoca eco no conceito de auto-realização de Maslow, pois o discurso presente em Assim falou Zaratustra é dirigido a todos aqueles que depositam no além, no outro, a culpa de todos os seus desgostos, de todas as suas derrotas, de todas as suas próprias fraquezas. Zaratustra busca os seres superiores, aqueles que vêm aqui, em nosso mundo, a capacidade de libertação, de crescimento, de auto-realização.

Se o sujeito experimenta dificuldades em atingir a condição de *ser potência*, uma condição de superação no conceito de *super-homem* em Nietzsche poderá estar, segundo a teoria de Maslow, carente da satisfação de suas necessidades sociais e de estima pelos outros. Nesses níveis, sendo eles intermediários, o ser humano está submetido tanto a estímulos externos quanto a internos. Pode-se prever que se, de alguma maneira, o ser humano não estiver consciente desses fatores internos ou, até mesmo, redireciona-los para o exterior contra ele mesmo, estará provavelmente extirpando as suas possibilidades de auto-realização, de potência, pois não logrará motivação própria para isto. Neste ínterim, pode-se considerar nesse redirecionamento o que O'Connor (2006a) chama de *crenças limitantes*. Para ele, crenças são “as generalizações que fazemos sobre outros, sobre o mundo e sobre nós mesmos que se tornam nossos princípios operacionais. Agimos como se fossem verdadeiras e são verdadeiras para nós” (p.321) e crenças limitantes “são as principais acusadas por nos deter de atingirmos nossas metas e vivenciar nossos valores. Elas atuam como regras que nos impedem de conseguir o que é possível, do que nós somos capazes e do que nós merecemos” (2006b, p. 117). Acrescenta O'Connor que quando um sujeito pergunta ao outro o que o impede de atingir suas metas, normalmente as respostas apontam crenças limitantes que impedem a conquista daquilo que esse outro é capaz e merecedor. Corroborando com O'Connor e Nietzsche, Goleman (2001) em sua relevante pesquisa a respeito de inteligência emocional, suscita:

em termos de motivação, quando as pessoas acreditam que seus fracassos se devem a algum déficit imutável em si mesmas, perdem a esperança e deixa de tentar. A crença básica que leva ao otimismo é de que os reveses ou fracassos se devem a circunstâncias sobre as quais podemos fazer alguma coisa a fim de mudar para melhor (p.111).

Ainda nessas contribuições, para Maslow (*apud* CHIAVENATO, 2005) as necessidades humanas obedecem a uma hierarquização de satisfações do ser humano que necessita ter, em primeira instância, o atendimento das necessidades primárias: fisiológicas e de segurança. A comida, a bebida, o sexo são exemplos de necessidades fisiológicas, fundamentais para que o ser humano busque motivação para outras conquistas. Enquanto não for atingida a satisfação das necessidades fisiológicas, ainda que parcialmente, o ser humano não encontrará motivação para as necessidades seguintes, as necessidades de segurança, nas quais o ser humano procurará a proteção de ameaças externas. Lograr moradia e estabilidade profissional são alguns elementos vislumbrados neste nível. A partir do atendimento integral ou parcialmente suficiente destes dois primeiros níveis, as necessidades primárias, o ser humano terá motivos (estará motivado) para buscar níveis de satisfações de mais alto nível. Na medida em que essas necessidades são gradualmente satisfeitas, os motivos que as estimulam são cada vez mais originadas no interior do que no exterior do sujeito, as chamadas necessidades secundárias com as quais o ser humano busca inicialmente a amizade, a participação de grupos, o amor e o afeto: as chamadas necessidades sociais. Após o sentimento de participar e de se sentir fazendo parte de um grupo, da sociedade, o ser humano busca satisfazer as necessidades de estima nas quais ele se sentirá apreciado, reconhecido, valorizado pelos outros. No último nível da hierarquia das necessidades de Maslow, o sujeito buscará a auto-realização, o sentimento mais elevado no qual reconhecerá a sua capacidade e o seu potencial. Essa será, para Maslow, a plenitude, o ponto mais alto de satisfação do ser humano consigo mesmo, a conquista de suas realizações. É no nível desta plenitude que analogamente está o *super-homem* de Nietzsche, aquele que estará no mais alto ponto da hierarquia das necessidades de Maslow, o sujeito que conseguiu atender as suas necessidades primárias, *caminhou* pela escalada hierárquica das necessidades secundárias em busca da auto-realização desprovido de carências afetivas, de carências de amizade, com o sentimento de autoestima, de apreciação pelo outro, pois, se assim não o fosse, segundo Maslow, não poderia alcançar o ápice da realização humana. Pode-se considerar que essa caminhada é a representação, em Nietzsche, da *vontade de potência*. Para atingir a auto-realização, o ser humano deve se sentir reconhecido e estimado pelo outro, sendo isso condição e parte integrante do seu sentimento de auto-realização, sentimentos esses os quais mais do que *sentidos de fora para dentro*, devem ser *sentidos de dentro para fora*, pois como aponta Nietzsche:

o homem é uma corda estendida entre o animal e o super homem – uma corda sobre o abismo. É o perigo de transpô-lo, o perigo de estar a caminho, o perigo de olhar para trás, o perigo de tremer e parar. O que há de grande, no homem, é ser ponte, e não meta: o que pode amar-se, no homem, é ser uma transição e um ocaso. Amo os que não sabem viver senão no ocaso, porque estão a caminho do outro lado (2006, p.38).

A respeito desses sentimentos que vêm do interior ou do exterior do sujeito, Nietzsche também abordou a questão do *ressentimento*. Para ele, “o ressentido é o sujeito que padece de ressentimento, isto é, de um sentimento relacionado a alguém e que ele não conseguiu exteriorizar. Esse sentimento que não atingiu sua finalidade volta ao sujeito; daí o prefixo ‘re’, que, junto com ‘sentimento’, forma a palavra ‘ressentimento’” (PEREIRA, 2006, p.23). Portanto, a não aceitação do sentimento de que está burlando normas e leis, pode gerar o ressentimento no sujeito de que a sociedade, o outro, é injusto consigo. A não aceitação do sentimento de que alguém não cede ou reage aos seus apelos incomuns, pode gerar o ressentimento de que o outro, a sociedade está zombando desses seus apelos e, por conseguinte, rebaixa-o, isola-o, enfim, ironiza as suas atitudes. A não aceitação do sentimento de que alguém pode avaliá-lo diante do outro, diante da sociedade, pode levar o

sujeito ao ressentimento do constrangimento no sentido de que isso, de alguma forma, agride-o emocionalmente. A não aceitação do sentimento de que alguém o repreende por uma postura inadequada, pode levar o sujeito ao ressentimento do preconceito por considerar que esta atitude, na realidade, está baseada em alguma pré-concepção de quem a faz. A não aceitação do sentimento de que alguém lhe obrigam, de alguma forma, a fazer parte, a se incluir, pode levar o sujeito ao ressentimento contrário, o de que o outro, a sociedade, está discriminando-o, excluindo-o e diferenciando-o dos demais.

Pôde-se concluir a partir das pesquisas iniciais deste autor que, em muitas situações, aqueles que acusam o outro ou a sociedade de injustiça, ironia, constrangimento, preconceito e discriminação, na realidade estão ressentindo, gerando sentimentos de defesa que o colocarão em uma posição de vítima, de excluído, de rebaixado, de incompreendido, de julgado. Ao ressentir, o sujeito estará exteriorizando e atribuindo a culpa ao outro, à sociedade e, sendo vítima, estará *se* excluindo da sociedade, do reconhecimento de outrem, impedindo, a partir da teoria de Maslow, as possibilidades de atendimento das necessidades sociais e de estima em busca da satisfação das necessidades de auto-realização.

O ressentimento é, pois, a rejeição das supostas atitudes do outro, das atitudes que considera erradas pelo simples motivo de não serem aquelas que o sujeito gostaria que fosse. Ao outro, em um processo de transferência de culpa, fica atribuída toda a responsabilidade pelas suas fraquezas e incapacidades. Conforme aponta Nietzsche:

todo aquele que exige justiça com ar de indignação é alguém que só percebe a própria dor e sofrimento como algo trazido ‘de fora’ por outro. Esse indivíduo [...] é incapaz de notar que seu sofrimento vem do seu próprio instinto de vida enfraquecido e da sua incapacidade de criar algo afirmativo (PONTE, 2007, p.15).

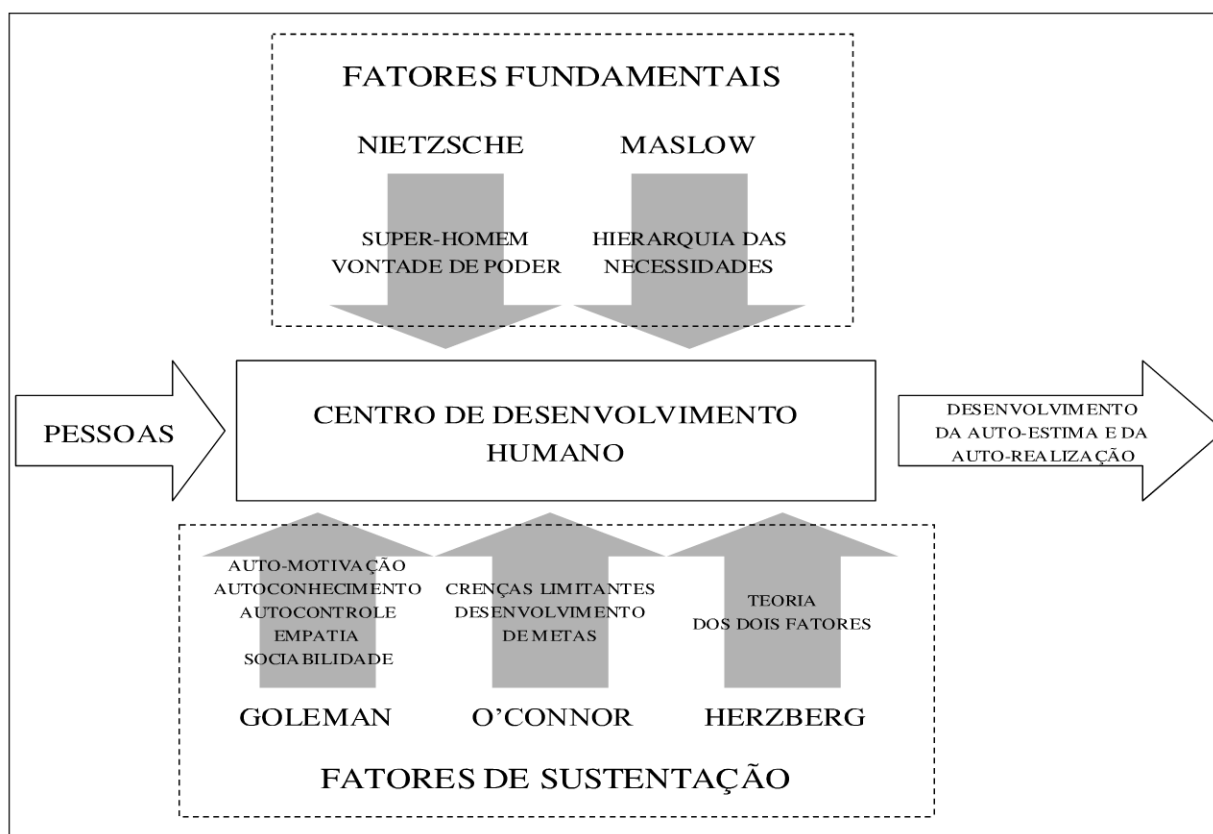
Gerando, em si mesmo, *estigmas* que segundo o dicionário Houaiss, é uma “marca ou cicatriz deixada por uma ferida” (2004, p.314). Para Goleman (2001), é necessário ao sujeito descobrir os seus motivos, a sua motivação para combater as suas fraquezas, ou seja, “é preciso a motivação certa. Quando as pessoas vêem que sua hostilidade pode levá-las para a cova cedo, se dispõem a tentar” (p.125).

O artigo científico publicado por este autor que aborda o conceito de *estigmas de transferência de culpa* se transformou em estímulo para a proposta de implantação do Projeto de Extensão CDH (Centro de Desenvolvimento Humano) que será apresentado a seguir.

QUESTÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS DO PROJETO CDH

O CDH foi um Projeto de Pesquisa inserido no curso Tecnológico de Recursos Humanos de uma Instituição de Ensino Superior do Rio de Janeiro, tendo sido iniciado em agosto de 2008 com um prazo de dois anos. O CDH teve como objetivo promover ações que viessem a estimular a autoestima e a auto-realização profissional do alunado da IES e da comunidade relacionada no seu entorno social. Este projeto, totalmente financiado pela IES, contou com um professor coordenador bolsista vinculado aos cursos de Administração e de Recursos Humanos e dois alunos bolsistas do primeiro curso.

Figura 1: esquema do CDH



Fonte: do autor

A base teórica do CDH foi composta por dois grupos de fatores. No primeiro grupo de fatores se situam as teorias de Nietzsche e Maslow que tratam de maneira fundamental das questões de autoestima e de auto-realização. No segundo grupo estão três teorias que sustentam as condições dos temas: 1) a teoria da inteligência emocional que apresenta as condições necessárias para que os sujeitos alcancem seus objetivos (auto-motivação, autoconhecimento, autocontrole, empatia e sociabilidade); 2) a teoria das crenças limitantes e o desenvolvimento de metas de O'Connor a qual apresenta o pressuposto de que os sujeitos devem se libertar daquilo que o bloqueia sem razão e definir metas para atingir os seus objetivos; e 3) a teoria dos dois fatores de Hetzberg que discute as condições externas entregues ao sujeito necessárias para a sua motivação. A Figura 1 apresenta em um diagrama em blocos a representação desses grupos de fatores e suas respectivas teorias.

A metodologia seguida nas ações do CDH no que tange o desenvolvimento da autoestima e auto-realização seria, inicialmente, operacionalizada a partir de ações de sensibilização por meio de palestras, eventos, notas, cartazes e publicações diversas que levassem dados e informações acerca de estudos e teorias que viessem a provocar reflexões e discussões acerca do potencial humano. Entretanto, nas primeiras ações de comunicação direta aos alunos sujeitos do processo, uma constatação mudou o rumo metodológico do projeto a partir de uma oportunidade identificada e apresentada a seguir.

A OPORTUNIDADE DA PESQUISA COMO PRÁTICA DE ENSINO NO PROJETO CDH

Durante as primeiras ações de comunicação direta, foi possível perceber nos discursos apresentados pelos discentes da IES que poderia ser em vão a tentativa de ações de elevação de autoestima e auto-realização profissional uma vez que, diziam, não encontravam relevante estímulo em sala de aula. Tal constatação fez com que os participantes do Projeto CDH começassem a pensar em uma transferência das ações de elevação de autoestima e auto-realização para dentro da sala de aula. Foram percebidas situações nos discursos dos alunos nas quais eles se sentiam em condição passiva, como receptores de conhecimento, sem agir sobre o processo de aprendizagem o que seria similar ao conceito de Freire (1979) de uma consciência bancária da educação na qual “o professor ainda é um ser superior que ensina a ignorantes. [...] O educando recebe passivamente os conhecimentos, tornando-se um depósito do educador. Educa-se para arquivar o que se deposita” (p.38). Em Ronca (1996, *apud* SANTOS, 2008, p.64) foi possível encontrar uma contribuição para este projeto num interessante questionamento seu acerca dessa situação: “se o papel do professor é dar aulas, enquanto ele dá a sua aula, o aluno faz o quê?”.

A partir dessas constatações, optou-se buscar práticas de ensino que, de alguma forma, estimulassem os alunos ao aprendizado e, por consequência, elevassem a sua auto-estima e a sua auto-realização. A equipe do CDH buscava algo além das simples práticas pedagógicas ou técnicas de ensino que por meio de dinâmicas ou atividades lúdicas pudessem motivá-los de forma extrínseca na qual há a necessidade de uma “força externa ao indivíduo movendo-o em direção ao ato de estudar” (PEIXOTO e GUIMARÃES, 2005, p.75-76). Buscavam-se, primordialmente, meios de promover uma motivação intrínseca a qual considera “alguma coisa dentro da pessoa que a leva ao estudo” (*ibidem*), ações que pudessem ser duradouras e representativas, em sua atual vida acadêmica e em sua futura vida profissional.

Em meio a essas reflexões, a instauração de uma nova disciplina no curso tecnológico de Recursos Humanos intitulada Cultura, Clima e Comportamento Organizacional abriu uma oportunidade que poderia gerar resultados para a consecução dos objetivos do CDH: a implantação da pesquisa como prática de ensino cuja teoria explanada a seguir. Baseada em Demo (2003) e Bordenave e Pereira (1977), esta prática surgia como sustentação desta oportunidade.

A PESQUISA COMO PRÁTICA DE ENSINO

Para Bordenave e Pereira (1977, p.11), é necessário às IES situar o verdadeiro papel do ensino em relação à sociedade. A clareza desse papel permitirá a elas a definição do tipo de metodologia de ensino a ser adotada. A proposta do CDH, como essência básica de um projeto de extensão universitária, foi a de levar benefícios à sociedade. Neste caso, as suas ações foram concentradas em uma parcela do alunado da IES financiadora deste projeto, considerando-se que o tema de estudo deste, se desenvolvido por uma metodologia de ensino baseada na pesquisa poderia de forma direta atingir a comunidade por meio deste alunado fazendo com que “relações mais orgânicas e dinâmicas fossem estabelecidas entre Ensino, Pesquisa e Extensão. [...] A pesquisa tornar-se-ia genuíno instrumento de ensino. A avaliação da aprendizagem não terminaria na medição ‘do que se sabe’, mas estender-se-ia também à orientação ‘do que se faz’” (*ibidem*, p.12). Ao promover um ensino pela pesquisa o sujeito que aprende “deixa de ser objeto de ensino, para tornar-se parceiro de trabalho” em uma relação de sujeitos participativos que possuem um questionamento reconstrutivo como objetivo comum sem a distribuição de receitas prontas (DEMO, 2003, p.2).

Para Demo (2003), a proposta de educar pela pesquisa possui o que chama de pressupostos cruciais: 1) a educação pela pesquisa é especificidade própria da educação acadêmica; 2) o questionamento reconstrutivo com qualidade formal e política é o cerne do processo de pesquisa; 3) a pesquisa deve ser um ambiente didático cotidiano; e 4) a educação é um processo de formação da competência humana histórica. No primeiro pressuposto, destaca-se que nos diversos espaços e agentes da educação do sujeito como a família, o trabalho e os amigos a base da educação são outros expedientes que não o da pesquisa. Já na educação escolar, sua base é a pesquisa, não a aula, ou o ambiente de socialização, ou a ambiência física, ou o mero contato entre professor e aluno. A pesquisa se valoriza na medida em que promove a proximidade entre conhecer e intervir:

porque conhecer é a forma mais competente de intervir, a pesquisa incorpora necessariamente a prática ao lado da teoria. [...] A aula que apenas repassa conhecimento [...] não sai o ponto de partida, e, na prática, atrapalha o aluno, porque o deixa como objeto de ensino e instrução. Vira treinamento. (DEMO, 2003, p.6-7).

No segundo pressuposto, Demo clarifica o que é questionamento e reconstrução. Pela primeira “compreende-se a referência à formação do sujeito competente, no sentido de ser capaz de, tomado consciência crítica, formular e executar projeto próprio de vida no contexto histórico.” (p.10). Por reconstrução, compreende-se “a instrumentação mais competente da cidadania [...] a base da consciência crítica e a alavanca da intervenção inovadora, desde que não seja mera reprodução, cópia, imitação” (*ibidem*, p.11). Complementarmente, este questionamento reconstrutivo deve ser comprometido com a qualidade formal e política no sentido do sujeito não ficar com o conhecimento, mas usá-lo em um processo emancipatório composto de meios (conhecimento inovador) e fins (cidadania e ética). No terceiro pressuposto considera-se que a pesquisa deve fazer parte da vida acadêmica desconstruindo crenças infundadas de que pesquisa é algo difícil ou restrito para apenas algumas pessoas, crenças essas que limitam até mesmo o próprio professor o qual “também não se entende por pesquisador. Acha que o pesquisador é um ser complicado, que faz coisas complicadas, que ele mesmo não estaria à altura de fazer. Foi treinado dentro do método de aula copiada, e só sabe dar aula copiada” (*ibidem*, p.12). No quarto pressuposto, entende-se a competência como a condição de não apenas fazer, mas de saber fazer, um “atributo da cidadania, do sujeito consciente e organizado, capaz de história própria e solidária” (*ibidem*, p.14).

A partir desses pressupostos, buscou-se estabelecer nessa nova disciplina instaurada no curso de Tecnologia em Recursos Humanos, um campo de estudo no qual os alunos pudessem ter a oportunidade de se tornarem sujeitos ativos, conscientes de suas responsabilidades e capacidades, que pudesse cada aluno ir às aulas “para trabalhar junto, tendo no professor a orientação motivadora” (*ibidem*, p.15) e, a partir disto, desenvolver um melhor grau de autoestima e auto-realização.

A PRÁTICA IMPLANTADA NA IES

Por ocasião da instauração da disciplina chamada Cultura, Clima e Comportamento Organizacional no curso de tecnologia de Recursos Humanos, foi introduzida nesta a prática da pesquisa como método de ensino. Esta disciplina se localiza no segundo período letivo semestral de um total de quatro no curso. Os alunos se organizaram em grupos de no máximo cinco alunos sendo cada grupo de alunos-pesquisadores responsável pelo desenvolvimento de um artigo científico. O total de grupos foi de oito. Para tal prática, os alunos-pesquisadores

desenvolveram durante o semestre letivo estes artigos científicos passando pelas seguintes fases:

1. Aquisição de conceitos básicos científicos: nesta fase os alunos-pesquisadores passaram por uma capacitação de oito horas quando receberam as informações do que é um artigo científico, sua estrutura, sua utilidade e seus propósitos. Além disto, foram apresentadas as principais formatações das produções científicas requeridas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Vale ressaltar que tal capacitação foi necessária, pois este curso não contemplava a disciplina de metodologia científica.
2. Definições iniciais: nesta fase de, aproximadamente três semanas de duração, foram definidos os temas e os objetivos dos artigos científicos. Os temas foram variados e escolhidos pelos próprios grupos tendo como limite o perímetro de conteúdo do ementário da disciplina.
3. Desenvolvimento e apresentação do projeto de pesquisa: durante aproximadamente um mês e meio os alunos-pesquisadores desenvolveram o projeto de pesquisa referente ao artigo científico no qual constavam as seguintes partes: introdução, fundamentação teórica, metodologia e bibliografia. Após este desenvolvimento, os grupos fizeram apresentação pública tendo o professor orientador executado suas últimas avaliações e considerações antes do desenvolvimento do artigo científico em si.
4. Desenvolvimento da fundamentação teórica: pesquisa bibliográfica pelos grupos de alunos-pesquisadores com o objetivo de buscar os autores e teorias mais pertinentes aos seus temas e objetivos. Esta fase teve a duração de aproximadamente um mês.
5. Desenvolvimento da metodologia e aplicação da pesquisa: durante aproximadamente um mês os alunos documentaram a metodologia utilizada, seus instrumentos e fundamentos que justificaram as suas utilizações. Além disto, colocou-se em prática a pesquisa em si tendo, a maioria dos grupos optada por pesquisas em campo nas quais, dependendo da pesquisa, estudantes, funcionários de empresas ou gestores passaram por entrevistas ou responderam a questionários.
6. Fechamento da pesquisa: em aproximadamente três semanas os grupos de alunos-pesquisadores fecharam os seus desenvolvimentos fazendo a análise das coletas de dados, elaborando suas conclusões e procedendo aos últimos acertos.
7. Apresentação pública do artigo científico: por ocasião de uma jornada acadêmica de gestão empresarial ocorrida na IES ao final do semestre, os grupos de alunos-pesquisadores fizeram a apresentação pública de seus artigos científicos em oficinas paralelas que foram amplamente divulgadas na instituição as quais contaram com a participação de alunos de todos os cursos e períodos além de convidados externos, alunos de outras instituições, parentes e amigos.

Durante todo o semestre, o professor da disciplina acompanhou todos os grupos em sala de aula ou na biblioteca, ora atuando como orientador individual, ora como elemento provocador de debates acerca dos temas, ora auxiliando aos alunos na elaboração textual, pesquisa bibliográfica e desenvolvimento dos instrumentos de pesquisa.

A METODOLOGIA E O LEVANTAMENTO DOS INDICADORES DA PESQUISA COMO PRÁTICA DE ENSINO

Por ocasião do encerramento do semestre na mesma época da apresentação dos trabalhos na jornada acadêmica, foi aplicado um questionário utilizado como instrumento de

levantamento de dados quantitativos que objetivava o levantamento de indicadores com as percepções desses alunos-pesquisadores neste momento, como sujeitos do estudo do Projeto CDH, no intuito de investigar o quanto que a pesquisa como prática de ensino contribuiu para o aumento da autoestima e da auto-realização de seus discentes. Este questionário, igual para todos os respondentes, era composto por dezesseis questões em cujas respostas, do tipo Escala de Lickert, os respondentes indicaram o seu grau de concordância ou discordância em relação à sentença apresentada. Utilizaram-se as opções *concordo totalmente*, *concordo parcialmente*, *não concordo nem discordo*, *discordo parcialmente* e *discordo totalmente*. Com este instrumento “obtem-se uma graduação quantificada das proposições que são distribuídas entre os indivíduos a serem pesquisados [expressando] o ponto de vista favorável ou desfavorável ao assunto que se quer pesquisar” (MARCONI e LAKATOS, 2008, p.110).

Essas dezesseis questões estavam subdivididas em elementos de investigação relativas aos dois grupos de fatores da fundamentação teórica do Projeto CDH conforme apresentado no Quadro a seguir.

Responderam a esse questionário 46 alunos-pesquisadores e foi possível constatar os resultados relativos aos fatores fundamentais apresentados na tabela 1. Na tabela 2 estão apresentados os resultados os relativos aos fatores de sustentação. Os percentuais apurados representam o percentual quantitativo em que os respondentes declararam ter sido possível desenvolver a respectiva percepção a partir da prática de ensino com o uso da pesquisa.

Grupo de Fatores	Conceito relacionado	Elemento a ser investigado
Fundamentais	Nietzsche e os conceitos de super-homem e vontade de poder.	Percepção de sentimento de auto-realização.
	Maslow e o conceito de autoestima.	Percepção de sentimento de autoestima.
Sustentação	Goleman e o conceito de inteligência emocional.	Percepção de controle da inteligência emocional.
	O'Connor e o conceito de crenças limitantes.	Percepção de possibilidade de vencer as crenças limitantes.
	Herzberg e o conceito de motivação.	Percepção da possibilidade de identificar e controlar dos fatores externos que influenciam a autoestima e a auto-realização.

Quadro – Estrutura teórica para a coleta de dados

Fonte: do autor

Tabela 1 – Levantamento dos indicadores relativos aos fatores fundamentais do Projeto CDH

Agrupamento de investigação	Percentual de Percepção
Percepção de possibilidade de auto-realização.	88%
Percepção de possibilidade de autoestima.	81%

Fonte: do autor

Tabela 2 – Levantamento dos indicadores relativos aos fatores de sustentação do Projeto CDH

Agrupamento de investigação	Percentual de Percepção
Percepção de possibilidade de inteligência emocional.	84%
Percepção de possibilidade de vencer as crenças limitantes.	93%
Percepção de possibilidade de controle de fatores externos.	94%

Fonte: do autor

Além deste levantamento quantitativo, na mesma ocasião da aplicação do questionário, foram levantadas algumas percepções qualitativas dos alunos-pesquisadores durante a apresentação das pesquisas na jornada acadêmica. Dentre essas percepções, destacam-se a seguir algumas que corroboram com os indicadores numéricos. Não foram identificadas quaisquer percepções negativas.

- “Esse trabalho mudou a minha vida!” (Aluna-pesquisadora A).
- “Descobri potenciais os quais não sabia que existiam em mim!” (Aluna-pesquisadora B).
- “No início pensei que seria impossível, agora vejo que sou capaz!” (Aluna-pesquisadora C).
- “O sacrifício valeu a pena, pois vi algo, um resultado que nasceu de mim, como um filho!” (Aluna-pesquisadora D).

A partir desses resultados foi possível traçar algumas relevantes conclusões em relação à possibilidade da pesquisa como prática de ensino ser um estímulo para a auto-estima e para a auto-realização de alunos do curso superior conforme se apresenta a seguir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão que se configurou como campo de estudo nesta pesquisa oportunizou a análise do uso da pesquisa como prática de ensino juntamente com a ação da extensão possibilitando assim a sistematização das três funções básicas de uma IES. Neste sentido, buscou-se uma experiência processual tendo a pesquisa como recurso, o ensino como processo e a extensão como destino dos resultados.

Além dos resultados pedagógicos e didáticos do uso da pesquisa como prática de ensino, busca-se a possibilidade de que essa prática pudesse gerar resultados para a sociedade por meio dos discentes pertencentes ao campo de estudo, neste caso, o desenvolvimento da autoestima e da auto-realização, escopo do objetivo de estudo desta pesquisa.

Nos resultados levantados foi possível constatar que a pesquisa como prática de ensino pode ser considerada como uma relevante possibilidade para o aumento tanto da autoestima quanto da auto-realização de discentes do curso superior. Da mesma forma esta prática também foi considerada como fonte de estímulo aos diversos fatores de sustentação usados no referencial teórico deste estudo. Em especial, os valores percentuais maiores nos fatores de *crenças limitantes* e *controle de fatores externos* vão ao encontro do discurso de alguns alunos pesquisadores no qual indicam que as mudanças ocorreram na sua capacidade interior.

Entretanto, este estudo não tem como pretensão esgotar o assunto, na consciência de que ainda há muito que explorar. Buscou-se investigar os efeitos que a pesquisa poderia provocar na autoestima e na auto-realização dos discentes. Aprofundamentos deste estudo em áreas como a da cognição, a da ética, a da cidadania e a da política poderiam contribuir para maiores conclusões do efeito da pesquisa como prática de ensino.

Como reflexão final, e talvez questão de partida para alguns desses outros estudos, apresenta-se a importância da necessidade dos professores vencerem as suas próprias crenças limitantes que os impedem de se verem como pesquisadores, de estimularem suas auto-estima e auto-realização em direção a “uma condição essencial primeira [de] que profissional da educação seja pesquisador [...] mudar a definição do professor como perito em aula, já que a aula que apenas ensina a copiar é absoluta imperícia”.(DEMO, 2003, p.2)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORDENAVE, Juan Diaz; PEREIRA, Adair Martins. **Estratégias de ensino-aprendizagem**. 27ª ed.. Petrópolis: Vozes, 1977.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DEMO, Pedro. **Educar pela Pesquisa**. 6ª ed.. Campinas: Autores Associados, 2003.
- FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1979, v. 1
- GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional: a teoria revolucionária**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- HOUAISS: **Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.
- MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M.. 7ª ed.. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.
- NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **Assim Falou Zaratustra**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- O'CONNOR, Joseph. **Coaching com PNL: como ser um coach master**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006a.
- _____, Joseph. **Manual de Programação Neurolingüística: um guia prático para alcançar os resultados que você quer**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006b.
- PEIXOTO, Maurício A. P.; GUIMARÃES, Maria Teresa. **Aprender a aprender**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- PEREIRA, Luciano. **Vingança adiada**. In: *Discutindo Filosofia*. São Paulo: Escala Educacional, 2006, ano I, nº 2.

PONTE, Carlos R. Sales da. **Vingança como vontade e ressentimento**. *In*: Discutindo Filosofia. São Paulo: Escala Educacional, 2007, ano II, nº 8.

SANTOS, Julio C. Furtado dos. **Aprendizagem significativa**. Porto Alegre: Mediação, 2008

Titulo

PROCESSOS DE ABERTURA DE CAPITAL (IPO) OCORRIDOS NO BRASIL NA ÚLTIMA DÉCADA

Resumo: A inovação é um desafio buscado por todas as sociedades economicamente desenvolvidas. Sistemas nacionais articulam recursos públicos e privados no sentido de tornar a sociedade mais inovadora, capaz de conceber e difundir processos, produtos e serviços com graus crescentes de diferenciação em relação aos existentes. A busca pela inovação e a criação de vantagem competitiva se tornam ainda maiores no ambiente empresarial, *locus* microeconômico, onde a inovação pode ser aferida pelos esforços e resultados alcançados. Da mesma forma, é crescente o número de empresas que busca se abrir para o mercado de capitais com o objetivo de acumular recursos a fim de suportarem seus planos estratégicos de crescimento. Na última década, 245 empresas abriram seu capital no Brasil, sendo que quarenta por cento delas foram para a Bolsa de Valores de São Paulo, BOVESPA negociar suas ações. Ao fazer seu IPO (*Initial Public Offering*), a empresa tem que expor ao mercado de capitais sua real situação em diversas áreas regulamentadas pela Comissão de Valores Mobiliários, CVM. Ela produz uma extensa documentação, na forma de um robusto prospecto que é disponibilizada para todo potencial investidor. O prospecto é conhecido no mercado de capitais como a fonte maior de informações sobre a empresa que faz seu IPO. É uma peça jurídica, mas ao mesmo tempo, uma peça, onde se encontram, com destaque, todos os atributos e diferenciais que a empresa intenciona ver avaliados pelo mercado. Assim, através de fontes secundárias, fundamentadas nos prospectos dos IPOs realizados, foi empreendida uma pesquisa para reconhecer o grau de inovação que cada empresa possuía na época de seu IPO e, ao mesmo tempo, para medir o desempenho do valor das ações que o respectivo IPO obteve. Em seguida, foi realizado um conjunto de entrevistas qualitativas estruturadas com o objetivo de avaliar os resultados da pesquisa quantitativa. A análise quantitativa dos dados coletados não revelou significância entre a variável inovação e o desempenho que as ações obtiveram ao serem lançadas na bolsa. Esta mesma conclusão foi ratificada nas entrevistas realizadas com os agentes econômicos que operaram a maior parte dos IPOs realizados no Brasil. Assim, a despeito da importância do tema inovação para o desenvolvimento qualitativo de uma economia (e, em especial, para uma das maiores economias do mundo), os resultados apontam para a inexistência de correlação entre inovação e desempenho do IPO. Eles ainda oferecem possíveis abordagens que podem ampliar o estudo sobre o tema (incluindo outras variáveis, julgadas de maior relevância e que influenciam no desempenho do IPO), trazendo maior precisão às interpretações e conclusões aqui apresentadas.

1 Introdução

Há várias décadas, estudam-se como as empresas estruturam seu capital, analisando a melhor distribuição dos financiamentos entre capital próprio e de terceiros, e a abertura do capital da empresa, é uma das formas de viabilizar produções em escalas superiores, acesso a mercados mais amplos e ao desenvolvimento de pesquisas na fronteira do conhecimento e domínio tecnológico (BRAU; FAWCETT, 2006; PAGANO et al., 1998).

No período entre janeiro de 2000 a dezembro de 2010, 245 empresas abriram o capital, com o objetivo de suportar planos de expansão de seus negócios no Brasil e entre elas 97 tiveram suas ações negociadas em bolsa.

Em janeiro de 2011, ao tomar posse na presidência da Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP declarou Glauco Arbix “O Brasil precisa de um choque de inovação. Em todas as esferas e dimensões, na economia e na sociedade. Mobilizar o Brasil para a inovação é fundamental para acelerar e sustentar o crescimento”.

Logo, a inserção do Brasil na economia global exige esforços e investimentos contínuos em produtos e processos inovadores, o que torna a variável inovação como estratégica para crescimento de uma empresa. Embora não se possa medir a inovação de uma organização pelo número de patentes, este é um importante indicador conforme o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) que em 2010 concedeu 3.620 patentes. Enquanto segundo o relatório da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), em 2008, a China concedeu 93.706, a Índia 18.230 e a Rússia, com 28.808 patentes (VALOR, 2011).

Diante desses dois fatos, este estudo analisou como vem ocorrendo o crescimento dessas empresas que abrem seu capital e se a incorporação de inovações tecnológicas tem sido essencial para a obtenção de novos patamares de desenvolvimento desde a revolução industrial (FREEMAN; SOETE, 2008).

Além disso, não foi identificada qualquer pesquisa acadêmica sobre a relação entre o processo de abertura de capital e inovação no mercado brasileiro. A contribuição do presente estudo no primeiro instante é chamar a atenção do mercado investidor para essa lacuna conceitual nas análises de investimento e, em um segundo momento, já em contexto mais amplo, contribuir na investigação dos motivos que fazem com que as empresas nacionais priorizem ou não a inovação em suas atividades e em especial a inovação na sua fase inicial.

Para tanto, foi formulada a seguinte questão de pesquisa: O melhor desempenho no processo de abertura de capital se deve ao maior o grau de inovação da empresa?

Foram estudadas as empresas instaladas no Brasil que buscaram seu desenvolvimento utilizando o mercado de capitais nacional para adequar sua estrutura de capital à sua estratégia. São empresas de grande porte para os padrões brasileiros e com intenção declarada de boas práticas de governança corporativa. É, por fim, empresas que entendem que seu crescimento deve ser acoplado a uma estratégia associativa na definição de sua estrutura de capital.

A pesquisa empreendida focalizou exatamente o momento em que uma empresa atuando no Brasil, até então com capital fechado e, portanto, sem uma forma independente de precificar seu valor, se abre para o mercado e como a variável inovação eventualmente influencia tal processo.

Este artigo está delineado da seguinte forma: na seção dois será apresentado o referencial teórico quanto à abertura de capital, a importância dos prospectos na abertura de capital, definição de desempenho do processo de abertura de capital e suas variáveis, empresa inovadora e os indicadores de inovação, na seção três a metodologia empregada, na seção quatro são analisados os dados e na seção cinco as considerações finais.

2 Referencial teórico

Dois principais construtos foram operacionalizados para que a pesquisa pudesse ser empreendida: o primeiro, visou avaliar o desempenho do processo de abertura de capital, e o segundo relativo à empresa inovadora e como a inovação pode ser percebida pelo mercado de capitais.

2.1 Abertura de capital

A teoria que oferece abordagens para a compreensão do crescimento da firma proposta por Penrose (1959), onde determinadas variáveis internas e externas são investigadas notadamente com ênfase para os recursos, destaca, dentre os fatores que levam ao crescimento, a relevância do capital para a produção em escalas superiores.

Portanto, a primeira oferta pública de ações, *Initial Public Offering* (IPO), como alternativa de capitalização, é um importante evento na trajetória das empresas, onde a organização busca ajustar sua estrutura de capital em função de sua estratégia, planos, desafios e circunstâncias, segundo Perobelli e Famá (2002).

Um IPO é feito por meio da venda de participação (*equity*) para investidores. A ida ao mercado de ações possibilita que a empresa tenha acesso a recursos financeiros, além de conferir maior visibilidade institucional à própria organização (CERTO; HOLCOMB; HOLMES JR., 2009), enquanto empresas grandes e fechadas perdem competitividade na visão de Fingerl (2004).

O crescimento da empresa guarda relação positiva com o aumento de produtividade, com maior participação no mercado e, conseqüentemente, com o próprio valor da empresa. Mazzola e Marchisio (2002) destacam esses aspectos como a motivação principal das empresas irem para o mercado de ações, mesmo reconhecendo os obstáculos que devem ser superados.

A motivação de lançar ações no mercado público, no entanto, não é a mesma de empresa para empresa. Pagano, Panetta e Zingales (1998) após extensa pesquisa da real motivação de empresas, concluíram que a motivação mais freqüente é a necessidade de reequilibrar sua estrutura de capital, trocando endividamento por novos sócios e não a obtenção, como em muitos casos, de recursos para futuros investimentos.

De qualquer forma, o crescimento exerce papel fundamental e frequentemente evidenciado na decisão das empresas que se lançam no mercado de ações seja em mercados maduros ou de economias emergentes.

Maksimovic e Pichler (2001) ao discutirem sobre o momento mais adequado para chamar capitais de terceiros para o financiamento de novos produtos industriais, concluíram que três fatores desempenham papel importante no processo. São eles: a percepção do mercado sobre a viabilidade do produto e da própria empresa, a probabilidade de que uma tecnologia superior venha a aparecer e, por último, o volume de capital necessário para pesquisar e desenvolver produtos similares por novos entrantes.

A decisão de ir ao mercado tem ainda um componente estratégico, uma vez que a necessidade de prestar maiores informações (*disclosure*) pode comprometer o impacto, muitas vezes necessários no lançamento de um novo produto.

2.2 A importância dos prospectos na abertura de capital

A instrução CVM nº. 400/2003 dispõe sobre ofertas publicas de valores mobiliários, revoga as instruções CVM nº13/1980 e CVM nº 88/1988. Com força complementar a

legislação, visa a regulamentar e disciplinar todos os capítulos relevantes que devem ser observados e cumpridos no caso de emissão de títulos e assim alcançando as ofertas públicas iniciais das empresas que abrem seu capital.

Esclarece sua finalidade no sentido de assegurar e proteger o interesse do público investidor, através de exigências que garantam tratamento e informação equitativos ao mercado em geral.

Aborda as questões relativas ao registro de ofertas públicas, dos prazos a serem cumpridos, da forma de anúncio e de distribuição das informações a serem divulgadas. Neste ponto específico, seus artigos 38, 39, 40, 41 e 42 detalham a estruturação do documento, conhecido no mercado como prospecto, documento este pouco conhecido fora dos meandros do dia a dia de quem não opera nos mercados de capitais.

O prospecto é elaborado em conjunto pela empresa e a instituição líder da distribuição, deve conter informação “[...] completa, precisa, verdadeira, atual, clara, objetiva e necessária, em linguagem acessível, de modo a assegurar que os investidores possam formar criteriosamente a sua decisão de investimento” (CVM, 2011).

É um documento que deve atender a diversos propósitos. Como uma peça publicitária, deve enaltecer as qualidades e atributos da empresa emissora das ações a fim de despertar o interesse do mercado de capitais, mas é também um documento legal que deve informar todos os fatores de risco inerentes à empresa e ao seu negócio (CINTRA, 2006).

Todas as informações a respeito dos termos da oferta, do valor, sobre a ofertante, sua situação patrimonial, econômica e financeira, suas garantias, seus planos para a destinação dos recursos e muitas questões relevantes devem ampliar seu conteúdo. Para que todas as informações obrigatórias sejam disponibilizadas e, ao mesmo tempo, todas as informações julgadas relevantes e atraentes sob o ponto de vista do investidor sejam fornecidas, os prospectos acabam se tornando volumosos compêndios podendo alguns atingir quase mil páginas.

2.3 Desempenho do processo de abertura de capital e seleção das variáveis

O conceito de desempenho deve ser compreendido a partir de um sistema, cujas fronteiras estejam clara e previamente definidas, em condições rastreáveis de observação e com medidas precisas das variáveis pesquisadas.

Quando o desempenho dos processos de abertura de capital passou a ser avaliado, foram identificadas duas grandes categorias quanto à avaliação de desempenho de um IPO: desempenho de curto prazo e de longo prazo, conforme Certo, Holcomb e Holmes Jr. (2009).

Em relação ao desempenho de curto prazo é avaliado o preço de lançamento das ações e sua precificação no primeiro pregão ou em intervalos de tempo sempre inferiores a um ano. Fatores que podem afetar a avaliação do mercado em seu primeiro pregão, bem como a respectiva comparação com o preço avaliado a partir de seu valor contábil (FAMÁ; FRENCH, 1992) podem em curto prazo, contribuir para a avaliação do desempenho do IPO.

Certo, Holcomb e Holmes Jr (2009) publicaram extenso levantamento sobre o estado da arte da pesquisa acadêmica a respeito das Ofertas Públicas de Ações no mercado de capitais norte-americano. As empresas americanas levantaram US\$ 623 bilhões entre 1998 e 2007 em 2.905 lançamentos.

Diante do expressivo montante os autores listaram as possíveis variáveis que presumidamente interferem no desempenho do processo de abertura. Para tanto, além de reunir toda a literatura relevante sobre o assunto também organizaram as possíveis abordagens para a avaliação do desempenho de um IPO.

Dos 103 artigos escolhidos e estudados, 75% ligavam o tema IPO a quatro questões principais: governança corporativa (34%), lideranças estratégicas (33%), influência e

desdobramentos sociais (22%) e inovação com 11% restantes. Os demais 27 artigos ligavam o tema a diversas outras questões como fusões e aquisições, diversificação de produtos, efeitos ambientais, diversificação geográfica, entre outras.

Cabe destacar a recentidade do levantamento dos autores sobre o tema que foi publicado em outubro de 2009 e em especial sobre as possíveis relações que o processo de IPO pode ter com a inovação, objeto da presente pesquisa.

A pauta de assuntos correlatos à inovação sugere que o tema, de múltiplas abordagens e de diversos interesses, mesmo em um mercado de capitais maduro como o americano, ainda carece de significativos trabalhos de pesquisa para que eventuais conclusões possam ser estabelecidas de forma consistente. As variáveis utilizadas, como indicadores, para a identificação de uma empresa inovadora, evidenciadas a partir de pesquisas empíricas, se concentraram em torno dos dispêndios em pesquisa e desenvolvimento (P&D), patentes e/ou lançamentos de novos produtos.

2.4 Empresa inovadora

Em termos de definição, a palavra inovação admite diversas formas, porém todas elas trazem em si a idéia de que algo novo passa a ser incorporado à organização, não necessariamente um ineditismo absoluto. “Inovação é o uso de novo conhecimento para oferecer um novo produto ou serviço que o cliente quer. É invenção mais comercialização” (FREEMAN; SOETE, 2008).

Inovação também pode ser definida como a adoção de idéias que são novas para as organizações que as adotam. Nessa mesma linha, inovação é definida como a adoção de uma idéia ou comportamento, tanto um sistema, uma política, um programa, um equipamento, um processo, um produto ou serviço que é novo para a organização que a adota (DAMANPOUR, 1992).

É importante assinalar que essa linha conceitual para inovação também está em fase com as perspectivas institucionais, tanto internacionais (MANUAL DE OSLO, 1997) quanto nacionais (PINTEC, 2008), que caracterizam a inovação como mudanças que envolvam um grau significativo de novidade para a empresa.

A inovação como evento de repercussão econômica, seja ela radical ou incremental, é estudada visando a compreensão da dinâmica e dos ciclos econômicos e seus efeitos na sociedade. Já a inovação enquanto fenômeno que se estrutura para que possa ser implantada é estudada no âmbito dos teóricos organizacionais.

É no campo econômico onde a inovação mostra o maior de seus efeitos a impulsionar a sociedade que a promove, seja com uma abordagem tradicional, cuja principal vertente se desenvolve a partir de uma lógica racionalista pontuada por equilíbrio e crescimento (PENROSE, 1959), seja na visão schumpeteriana da inovação como um salto paradigmático a dinamizar ciclos econômicos ou ainda na visão evolucionária, onde pequenas ou grandes inovações são incorporadas através de uma permanente mutação da cultura organizacional (DOSI, 1994, 2002; NELSON, 1995; NELSON e WINTER, 1982, 2002). Qualquer que seja a natureza da abordagem econômica empregada, a inovação desempenha papel na essência do desenvolvimento das sociedades que completam seu ciclo, da concepção à difusão.

No presente trabalho, a ênfase foi dada para o estudo da estruturação da inovação e como reconhecê-la na cultura e no dia-a-dia das empresas (DAMANPOUR et al 2001; GOPALAKRISHNAN, 2000; UTTERBACK; AFUAH, 1998). O foco é a busca da compreensão dos elementos estruturantes que levam uma empresa a ser considerada mais inovadora do que outra e no momento seguinte como o mercado de capitais brasileiro percebe tais empresas.

Do âmbito macroeconômico para um ambiente específico e localizado, o foco é a empresa (o *locus* microeconômico), onde as inovações são estruturadas e difundidas. A inovação como resposta a questões organizacionais capazes de transformar recursos tangíveis e intangíveis em vantagem competitiva. O elemento de análise passa a ser a empresa e sua capacidade de explorar novas idéias, desenvolver inovações, explorá-las nas diversas frentes possíveis.

Os recursos tangíveis (RT) e intangíveis (RI), segundo Barney (1991) e Helfat e Peteraf, (2003) podem estabelecer, a partir de sua melhor utilização, a fonte básica para a estruturação da estratégia. Esse encaminhamento estratégico deu origem à *Resource Based View* (RBV). Wernerfelt (1984), aprofundando essa abordagem, afirmou que a possibilidade de criação de novos produtos está limitada à disponibilidade do bom uso dos recursos disponíveis. A RBV está baseada na ideia de que a natureza dos recursos da empresa (como fonte de heterogeneidade/diferenciação) e a forma como eles são gerenciados podem levar à criação de vantagem competitiva sustentável (VCS).

A estratégia da organização como um elemento de gestão capaz de reunir os recursos e posicioná-los a fim de obter e sustentar vantagem competitiva em relação aos concorrentes. Porter (1985, 1992) estabelece os elementos centrais (do custo à tecnologia) para que o posicionamento estratégico de uma empresa possa ser compreendido e comparado em termos de vantagem e diferenciação. A inovação no universo porteriano está claramente associada às transformações tecnológicas que as empresas empreendem.

Ettlie, Bridges e O'Keefe (1984) propõem um modelo no qual a forma como a estratégia está estruturada pode mais facilmente levar as empresas a introduzirem inovações incrementais ou radicais. Augier e Teece (2008) sugerem que a estratégia está em permanente evolução, destacam o papel das lideranças no processo e introduzem o conceito de "capabilidade" dinâmica como possíveis caminhos para, através de inovações, explicar desempenhos diferenciados entre empresas.

A liderança como um elemento capaz de polarizar toda a organização ou mesmo toda a rede interligada com o objetivo de lançar um novo produto ou desenvolver um novo processo. A importância da liderança também é consistentemente atestada por referências teóricas.

Damanpour e Schneider (2006) estudam o efeito do ambiente sobre as fases de inovação, destacando o papel da alta liderança das empresas que desempenham a função de ligação e de necessária harmonização entre os diversos *stakeholders* da organização.

Ailin e Lindgren (2008) destacam a importância da liderança nas diferentes fases da inovação, mas, sobretudo, no acultramento que as lideranças são capazes de realizar no sentido de fazer com que a inovação seja algo que se confunda com a própria essência da empresa.

Damanpour, Walker e Avellaneda (2009) estudam o papel das lideranças em organizações públicas, destacando o fato de que o nível de inovação tecnológica ou organizacional é diretamente proporcional ao comprometimento das altas lideranças. Assinalam ainda que o custo da implantação das inovações seja menos relevante do que o comprometimento da alta gerência

E um último elemento a ser destacado, não como os três anteriores, de caráter constitutivo, mas em seu sentido mais amplo sobre o que poderá produzir de novo e impactar a sociedade, traz a ideia de desempenho, no sentido de fazer com que esses elementos de fato introduzam um paradigma operacional em outro patamar em termos de resultados. Recursos tangíveis e intangíveis, estratégia e liderança, esses três elementos como fonte de geração de vantagem competitiva, através do lançamento e difusão de inovações: como aferir o desempenho da organização? Como medir se tais elementos modificam a realidade e colocam

a organização em outro patamar? Muitas são as fontes que destacam o papel da inovação no desempenho diferenciado das empresas.

No tocante à percepção de desempenho pelo mercado de capitais, Chaney e Devinney (1991) realizaram uma pesquisa que baseada na metodologia de estudo de eventos, relaciona o impacto do lançamento de novos produtos no desempenho do valor das ações da empresa.

Assim, na Figura 1, estão relacionados os elementos básicos, acima descritos, que compõem uma organização: Recursos tangíveis e intangíveis, Liderança e Estratégia. Esses três elementos irão determinar, em seu ambiente operacional, o desempenho e seu eventual impacto na sociedade e sua percepção de valor no mercado.

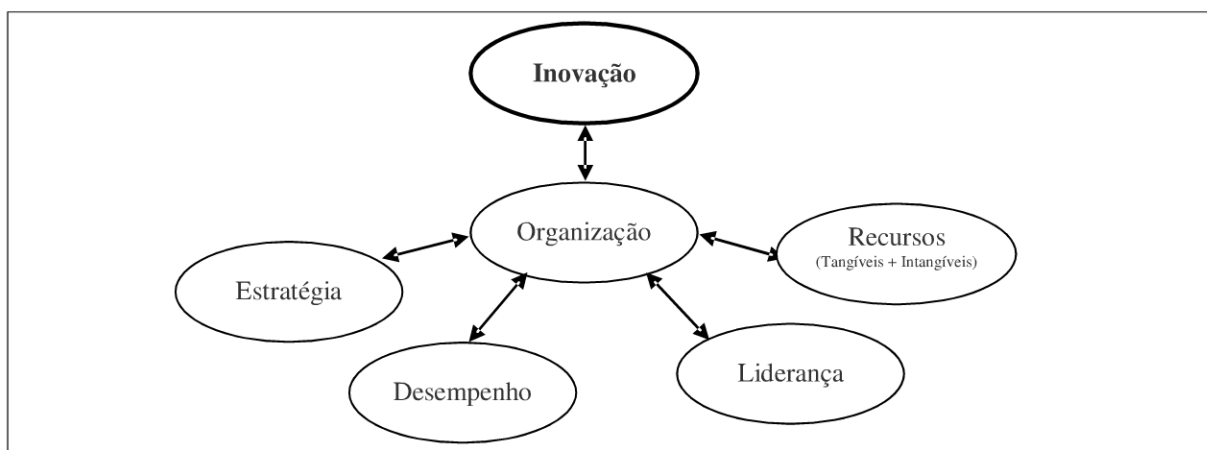


Figura 1: Inovação na dimensão organizacional

Fonte: O autor

2.5 Indicadores de inovação

As pesquisas que lidam com inovação demandam evidências de esforços, gastos, investimentos e ganhos que as empresas efetuam ao longo de todo o processo. Quase sempre, enfrentam dificuldades para que seus resultados sejam plenamente validados em função, principalmente, de:

- Seleção de indicadores que possam atestar o grau de inovação da empresa de uma forma geral e, em particular, sobre determinadas fases do processo de inovação;
- A forma pela qual o processo é considerado. É inovação o equipamento adquirido para a expansão da capacidade produtiva, assim como também o são os convênios celebrados com órgão de P&D. São, por certo, de diferentes naturezas, mas para o mundo da empresa (e de sua terminologia pragmática), ambos, podem ser considerados como inovação; e
- A precisão dos levantamentos. Os mesmos podem ser realizados, através de entrevistas pessoais e questionários estruturados em empresas organizadas e com históricos em termos de inovação, mas ao mesmo tempo podem ser feitos com menor rigor e em empresas que tratam das mesmas atividades, mas de forma específica ao seu processo.

A partir de uma abordagem inspirada no modelo proposto por Brown e Svenson (1998), focando a inovação como o final de um processo, que se inicia quando os recursos são aplicados nas atividades de P&D (*inputs*) até o final dessa fase pré-operacional, quando são gerados projetos e/ou patentes (*outputs*), podem ser extraídos indicadores relativamente simples e comprováveis.

Conjugando a abordagem processual de Brown e Svenson (1998) com as duas dimensões de inovação no âmbito empresarial (tecnológica e organizacional), foram extraídos os indicadores constantes da Figura 3. Qualquer das atividades de inovação, tanto na dimensão tecnológica (P&D, obtenção de patentes, lançamento de produtos novos e sua importância no faturamento) quanto na organizacional (ferramentas para a melhoria de gestão da empresa e sua interface com os clientes), todas elas foram pesquisadas na fase de coleta de dados com o objetivo de avaliar o grau de inovação da empresa no momento em que a mesma se lançou no mercado de capitais.

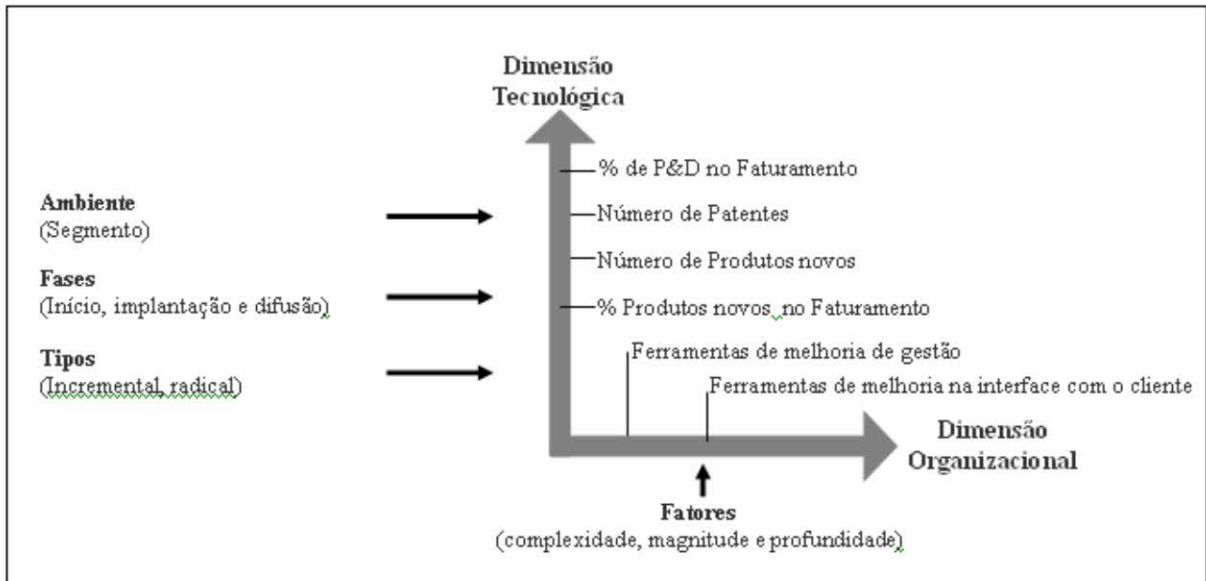


Figura 3: Indicadores de inovação nas dimensões tecnológica e organizacional

Fonte: O autor.

Resumindo o referencial teórico, a configuração abaixo relaciona os grandes blocos conceituais que abrangem nuances e detalhes em cada uma de suas etapas. A pesquisa empreendida situa-se nesta sequência e buscou levar os diversos fatores levantados no referencial teórico até aqui considerados.

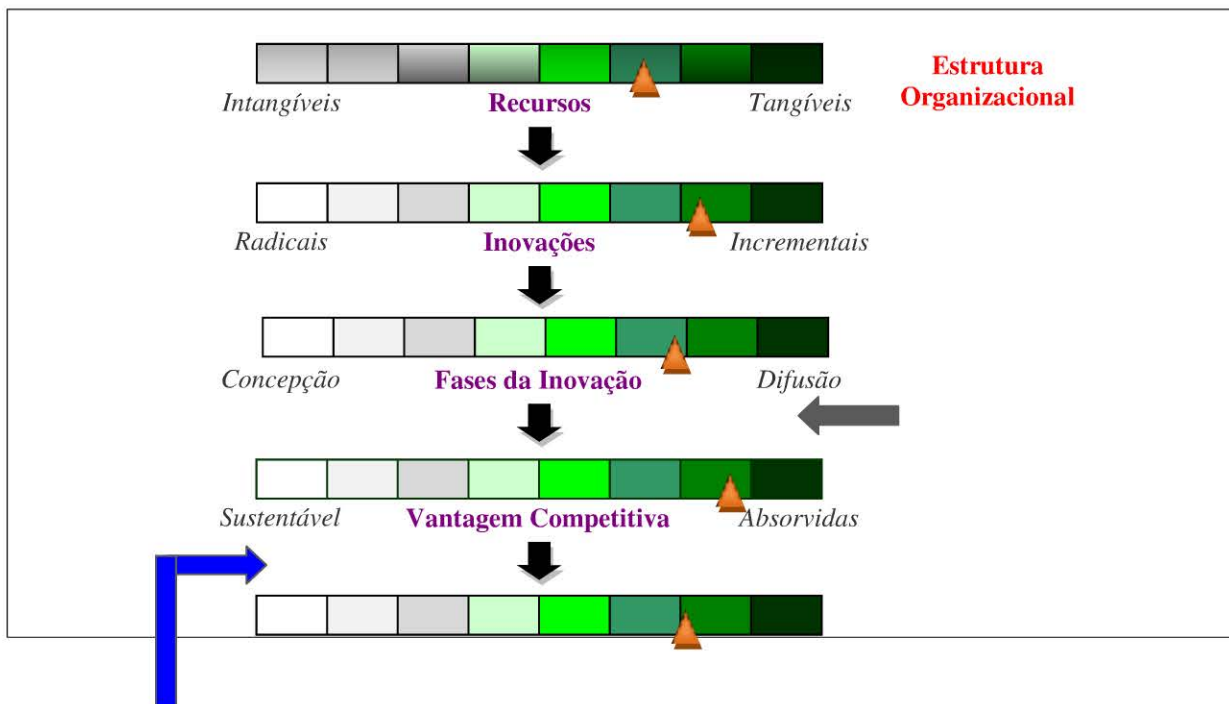




Figura 3: Inovação, sua estrutura e a percepção do mercado de capitais.

Fonte: O autor

Dentro do contexto até agora exposto, formulou-se a seguinte hipótese:

H₀: Quanto maior o grau de inovação da empresa, melhor é o seu desempenho.

A seguir é apresentada a metodologia do presente trabalho.

3 Metodologia

O objeto desta pesquisa é identificar e caracterizar a relação que o desempenho do processo de abertura de capital da empresa tem com a inovação e assim responder a questão de pesquisa formulada. Para que esta relação pudesse ser conhecida e analisada, foi empreendida uma consulta aos prospectos preliminares e definitivos de cada uma das 97 empresas que abriram o capital e passaram a negociar suas ações na bolsa para:

- Coletar os dados referentes à faixa de valores desejada para as ações e o valor alcançado no IPO. Com isso, foi calculado o desempenho do IPO (variável VD); e
- Apurar a quantidade de vezes que a palavra inovação foi citada no texto para que, em seguida, fosse identificada a origem da inovação mencionada. Assim, classificou-se a inovação em organizacional (variável IO) ou em inovação tecnológica (variável IT).

Após a tabulação das variáveis VD, IO e IT, foram estudadas as possíveis correlações entre elas e, em seguida, foi passada para a fase qualitativa da pesquisa, quando foram realizadas dez entrevistas estruturadas com empresas que abriram capital e com agentes do mercado de capital a fim de discutir os resultados apurados a partir das informações contidas nos prospectos.

4 Análise dos dados

O objetivo da análise foi verificar uma possível correlação entre o número de citações da palavra Inovação, constante nos prospectos de IPO, usado como operacionalização do construto inovação e o desempenho da abertura obtido pela empresa. Para tal, três abordagens foram utilizadas:

- Análise de correlação linear (utilizando o valor quantitativo que é o número absoluto de citações da palavra inovação);
- Análise de associação utilizando os valores categorizados; e
- Análise comparando a média de desempenho de abertura entre os grupos sem citação ou com alguma citação da palavra inovação.

4.1 Análise de correlação linear

Nesta etapa do estudo avaliaram-se as correlações lineares entre os números de citações da palavra inovação (tecnológica, organizacional e total) e o valor de desempenho de abertura.

Para verificar as correlações entre as escalas foi utilizado o coeficiente de Spearman. Os resultados dos coeficientes de correlação estão apresentados na Tabela 1. São consideradas fortes correlações valores acima de 0,8 e correlações abaixo de 0,5 são consideradas baixas.

Tabela 1: Coeficiente de correlação de Spearman

Inovações	Desempenho de abertura
Organizacionais	-0,072
Tecnológicas	0,219
Total	0,139

Fonte: Dados da pesquisa

Observando-se os resultados das correlações, nota-se que em todas as situações foi apresentada baixa correlação entre o número de citações e o valor de desempenho, não confirmando a hipótese formulada.

4.2 Análise de associação

Para esta análise foi classificada, em categorias, a quantidade de citações. Devido ao grande número de empresas com nenhuma citação foram realizadas as classificações nas seguintes categorias:

- Nenhuma citação;
- Uma e mais de uma citação.

Para o valor de desempenho do IPO foi utilizada a seguinte classificação:

- Grupos com valor de desempenho até um e acima de um.

Para as comparações das categorias de quantidade de citações em relação às categorias de valor de desempenho foi utilizado o teste Qui-Quadrado. Para todos os testes foi considerado um nível de significância de 5%. Desta forma, foram consideradas diferenças entre os grupos quando *p-value* foi menor do que 0,05 ($p < 0,05$).

Pelos resultados constantes na Tabela 2, pode-se observar que não houve associação do número de citações e o valor de desempenho do IPO em nenhuma das situações ($p > 0,05$), mais uma vez não confirmando a hipótese formulada.

Tabela 2: Associação entre inovação e desempenho de abertura

Inovações		Desempenho de abertura				<i>p-value</i>
		até 1		acima de 1		
		N	%	N	%	
Organizacionais	Nenhuma vez	32	68,1	33	66,0	0,827
	Mais de uma vez	15	31,9	17	34,0	
Tecnológicas	Nenhuma vez	36	76,6	31	62,0	0,121
	Mais de uma vez	11	23,4	19	38,0	
Total	Nenhuma vez	22	46,8	17	34,0	0,199
	Mais de uma vez	25	53,2	33	66,0	

Fonte: Dados da pesquisa

4.3 Desempenho de abertura por grupo de citação da palavra inovação

Nas comparações abaixo, o interesse foi avaliar se o valor de desempenho foi em média maior no grupo em que houve pelo menos uma citação da palavra inovação. Para tais

comparações foi utilizado o t-Student, considerando um nível de significância de 5%. Dessa forma foi considerado que há diferença entre os grupos quando $p < 0,05$.

Pelos resultados mostrados na Tabela 3 tanto para a inovação organizacional, tecnológica e a inovação total, pode-se observar que não houve diferença na média do desempenho do IPO entre os grupos (nenhuma citação, uma vez ou mais). Pode-se apenas observar que houve uma tendência ($0,05 < p < 0,10$) de que empresas em que houve uma vez ou mais citação de inovação tecnológica apresentaram, em média, maior valor de desempenho (1,11) do que as empresas que não citaram (1,04). Esta análise, consoante às anteriores, também não confirmam a hipótese formulada.

Tabela 3: Desempenho de abertura por grupo de citações de inovações

Medidas	Inovações Organizacionais			Inovações Tecnológicas			Inovações (Totais)		
	Nenhuma vez	Uma vez ou mais	vez	Nenhuma vez	Uma vez ou mais	vez	Nenhuma vez	Uma vez ou mais	vez
n	66	32		68	30		40	58	
Média	1,07	1,04		1,04	1,11		1,05	1,08	
Desvio padrão	0,19	0,15		0,17	0,19		0,18	0,17	
Mínimo	0,62	0,69		0,69	0,62		0,69	0,62	
Máximo	1,48	1,38		1,40	1,48		1,40	1,48	
<i>p-value</i>	0,415			0,062			0,430		

Fonte: Dados da pesquisa

4.4 Análise qualitativa

Na etapa final da pesquisa foram realizadas entrevistas estruturadas com os principais agentes atuantes no mercado de capitais e coordenaram mais de dois terços de todos os IPOs realizados no Brasil (Banco Itaú, Banco do Brasil, Banco Bradesco, Banco Santander e Banco JP Morgan), além dos agentes econômicos, foram também realizadas entrevistas estruturadas com empresas que abriram seu capital, entrevistas essas realizadas no período janeiro a março de 2011 com diretores ou gerentes da área de mercado de capitais. Para que as entrevistas fluíssem mais facilmente, fez-se uma breve explicação conceitual sobre inovação tecnológica de produtos e de processos e de inovação organizacional, situando a base institucional, tanto internacional (OCDE/Oslo) quanto nacional (IBGE/Pintec).

Em todas as entrevistas, foram apresentadas diversas variáveis consideradas relevantes para o desempenho do IPO. Todos apontam como essenciais as variáveis “Conjuntura no momento do IPO”, “Valor pretendido para a ação” e “Plano de destinação dos Recursos”. Muito próxima a essas variáveis, no mesmo nível, ficou a variável “Governança Corporativa”.

A variável “Inovação”, colocada dentre as demais não teve importância reconhecida, confirmando os resultados da análise quantitativa. Ou seja, o mercado ainda não considera na prática a inovação como algo relevante no IPO. Aprofundando a questão específica da inovação, não foi demonstrado pelos agentes econômicos um conhecimento consistente a respeito de inovação e menos ainda sobre inovação organizacional.

5 Considerações finais

Operacionalizar uma pesquisa que relacione um tema amplo e de múltiplas abordagens como inovação com um resultado quantitativo como a aferição de desempenho da abertura de capital da empresa (IPO) pode demandar cuidados e procedimentos adicionais aos que foram aqui relatados.

Para a questão de pesquisa: O melhor desempenho no processo de abertura de capital se deve ao maior o grau de inovação da empresa?

Essa abordagem, se levada para o momento em que a empresa abre seu capital, sugere que sendo ela, reconhecidamente inovadora, através de determinados indicadores, ela deve ter uma precificação superior a que uma congênere sem tal atributo alcançaria. No entanto, empiricamente, não houve a comprovação de que isso ocorreu no Brasil.

Mesmo com evidentes frentes a serem pesquisadas para que o tema possa ser esgotado, o papel que outras variáveis desempenham na abertura do capital das empresas, a conceituação de desempenho do IPO com horizontes de prazo de maior alcance, a operacionalização do construto inovação a partir de pesquisa primária, dentre outros aspectos, é possível afirmar que dentro das condições e limitações desta pesquisa, que o tema inovação não desempenha papel relevante no desempenho que as empresas obtêm, quando se abrem para o mercado de capitais no Brasil.

Fingerl (2004) ex-dirigente do BNDES de 2006 a 2010, igualmente reconhece a relevância da inovação para o crescimento qualificado da economia de uma sociedade, enfatizando a questão dos recursos intangíveis para a sua produção, mas não deixa de assinalar as dificuldades operacionais que o próprio BNDES tem que vencer para incluir questões relativas à inovação no momento de conceder crédito ou de assumir posição em determinada empresa.

Enquanto o Brasil investiu em 2008 apenas 1,09% do PIB em atividades voltadas à inovação (IBGE, 2010), os principais países da Comunidade Européia e os Estados Unidos investiram de duas a três vezes esse percentual de seus respectivos PIBs. Se as fontes principais de financiamento para o crescimento das empresas no país estão diretamente ligadas ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES e ao mercado de capitais, faz sentido estudar com atenção o tema inovação quando uma empresa recorre a essas fontes de financiamento, porque a inovação passou a ser um desafio permanente para as empresas que buscam o crescimento (MANUAL DE OSLO, 1997).

Portanto, como parece haver um consenso teórico sobre a importância da inovação para as empresas e para a sociedade como um todo, mas tal importância não é percebida quando da avaliação da empresa que se lança ao mercado. Tal evento, que marca a passagem de uma empresa fechada para uma empresa aberta, transparente e negociada publicamente, pode servir para revelar os planos que a mesma possui em termos de inovação e a eventual contribuição a ser dada para a melhoria qualitativa para o segmento onde ela atua. Com a pesquisa empreendida, ainda não se pode afirmar que isso ocorra no país, mas devem ser intensificados os estudos nesse sentido porque o tema inovação vem continuamente ganhando importância para ser explorado tanto no meio acadêmico como empresarial.

Referências

AILIN, M.; LINDGREN, P. Conceptualizing Strategic Innovation Leadership for Competitive Survival and Excellence. **Journal of Knowledge Globalization**, v. 1, n. 2, p. 87-108, 2008.

ARBIX, G. Discurso de posse na Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP, em 28.1.2011, Rio de Janeiro.

- AUGIER, M.; TEECE, D. J. Strategy as evolution with design: the foundations of dynamic capabilities and the role of managers in the economic system. **Organization Studies**, v. 29, n. 8-9, p. 1187-1208, August 2008. DOI: 10.1177/0170840608094776
- BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, March 1991. DOI: 10.1177/014920639101700108
- BRAU, J. C.; FAWCETT, S. E. Initial public offerings: an analysis of theory and practice. **Journal of Finance**, v. 61, n. 1, p. 399-436, February 2006.
- BROWN, M. G.; SVENSON, R. A. Measuring R&D productivity. **Research Technology Management**, v. 31, p. 11-13, 1988.
- CERTO, S. T.; HOLCOMB, T. R.; HOLMES JR., R. M. IPO research in management and entrepreneurship: moving the agenda forward. **Journal of Management**, v. 35, n. 6, p. 1340-1378, December 2009. DOI: 10.1177/0149206309347375
- CHANEY, P. K.; DEVINNEY, T. M. New product innovation and stock price performance. **Journal of business Finance & Accounting**, v. 19, n. 5, p. 677-695, September 1992. DOI: 10.1111/j.1468-5957.1992.tb00651
- CINTRA, A.F.A. O prospecto de Oferta Pública. **Revista Capital Aberto**, seção IPO em foco, ano 4, n. 38, outubro 2006. Disponível em: http://www.capitalaberto.com.br/ler_artigo.php?pag=2&sec=22&i=1274 . Acesso em 06 fev. 2011.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS – CVM. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br> , pag. 15 de 41. Acesso em: 15 Fev. 2011.
- DAMANPOUR, F. Organizational size and innovation. **Organization Studies**, v. 13, n. 3, p. 375-402, July, 1992. DOI:10.1177/017084069201300304
- DAMANPOUR, F.; GOPALAKRISHNAN, S. The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. **Journal of Management Studies**, v. 38, n. 1, p. 46-65, January 2001. DOI: 10.1111/1467-6486.00227
- DAMANPOUR, F.; SCHNEIDER, M. Phases of the adoption of innovation in organizations: effects of environment, organization and top managers. **British Journal of Management**, v. 17, n. 3, p. 215-236, September 2006. DOI: 10.1111/j.1467-8551.2006.00498
- DAMANPOUR, F.; WALKER, R. M.; AVELLANEDA, C. N. Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations. **Journal of Management Studies**, v. 46, n. 4, p. 650-675, June 2009. DOI: 10.1111/j.1467-6486.2008.00814
- DOSI, G. **Evolutionary regimes and industrial dynamics**. 1994
- DOSI, G. **Innovation, organization and economic dynamics**. 2000
- ETTLIE, J. E.; BRIDGES, W. P.; O'KEEFE R. D. Organization strategy and structural differences for radical versus incremental innovation. **Management Science**, v. 30, n. 6, p. 682-695, 1984.
- FAMA, E. F.; FRENCH, K. R. The cross-section of expected stock returns. **Journal of Finance**, v. 47, n. 2, p. 427-465, June 1992.

- FINGERL, E. R. **Considerando os intangíveis**: Brasil e BNDS. 148 f. 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2004.
- FREEMAN, C.; SOETE, L. **A economia da inovação industrial**. Campinas: Unicamp, 2008.
- GOPALAKRISHNAN, S. Unraveling the links between dimensions of innovation and organizational performance. **Journal of High Technology Management Research**, v. 11, n. 1, p. 137-153, Spring 2000.
- HELFAT, C. E.; PETERAF, M. A. The dynamic resource-based view: capability lifecycles. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 10, p. 997-1010, October 2003. DOI: 10.1002/smj.332
- MAKSIMOVIC, V.; PICHLER, P. Technological innovation and initial public offerings. **The Review of Financial Studies**, v. 14, n. 2, p. 459-494, April 2001. doi:10.1093/rfs/14.2.459
- MAZZOLA, P.; MARCHISIO G. The role of going public in family businesses' long-lasting growth: a study of Italian IPOs. **Family Business Review**, v. 16, n. 2, p. 133-148, June 2002. DOI: 10.1111/j.1741-6248.2002.00133
- NELSON, R. R. Recent evolutionary theorizing about economic change. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v. 33, n. 1, p. 48-90, March 1995.
- NELSON, R. R.; WINTER, S. G. **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge: Harvard University Press, 1982.
- NELSON, R. R.; WINTER, S. G. Evolutionary Theorizing in Economics. **The Journal of Economic Perspectives**, v. 16, n. 2, p. 23-46, Spring 2002.
- Manual de Oslo**, OECD. 1997.
- PAGANO, M.; PANETTA, F.; ZINGALES, L. Why do companies go public? An empirical analysis. **Journal of Finance**, v. 53, n. 1, p. 27-64, February 1998.
- PENROSE, E. **A teoria do crescimento da firma**. Campinas: Unicamp, 2006.
- PEROBELLI, F. F. C.; FAMÁ, R. Determinantes da estrutura de capital: aplicação a empresas de capital aberto brasileiras. **RAUSP - Revista de Administração**, São Paulo, v. 37, n. 3, p. 33-46, julho/setembro 2002.
- PETERAF, M. A.; BERGEN, M. E. Scanning dynamic competitive landscapes: A market-based and resource-based framework. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 10, p. 1027-1041, October 2003. DOI: 10.1002/smj.325
- PORTER, M. E. **Competitive advantage**. New York: Free Press, 1985.
- PORTER, M. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. New York: Oxford University Press, 1912.
- UTTERBACK, J. M.; AFUAH A. N. The dynamic 'diamond': a technological innovation perspective. **Economics of Innovation & New Technology**, v. 6, n. 2-3, p. 183-200, January 1998.
- VALOR. Estratégia Competitiva: investimento em pesquisa garante avanço das cadeias produtivas. **Valor Especial – Inovação**, Jun./Jul. 2011.
- WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, n. 2, p. 171-180, April/June 1984. DOI: 10.1002/smj.4250050207

Responsabilidade Social Ambiental como nova competência da gestão de Recursos Humanos: investigando esse paradigma em instituição de ensino superior líder de mercado

RESUMO

Esta pesquisa investiga a existência da Responsabilidade Social Ambiental em uma Instituição de ensino superior líder de mercado, o Centro Universitário Serra dos Órgãos (UNIFESO), para observar a adequação de sua gestão por Recursos Humanos e confirmar a relação entre liderança de mercado e cidadania empresarial. O estudo se justifica pelas projeções de mudança climática e a vulnerabilidade social da população de Teresópolis, que demandam melhoria no nível de desenvolvimento humano e ações efetivas de preservação do meio ambiente, com o comprometimento das organizações.

Palavras chave: Responsabilidade Social Ambiental. Recursos Humanos. Desenvolvimento Sustentável.

1. Introdução

Este trabalho de pesquisa foca a interface de dois campos de estudo, Recursos Humanos e Responsabilidade Social Ambiental (RSA), onde o homem se situa como agente de transformação. A interface percebida advém dos novos conceitos e paradigmas, que formam uma faixa ainda pouco explorada pelas organizações, mas de grande relevância para a sociedade, ameaçada pelo advento da mudança climática.

A área de Recursos Humanos (RH) é estratégica não apenas porque empreende seu planejamento com base no planejamento estratégico corporativo, mas porque prepara o capital humano para atuar com visão estratégica, potencializando a inteligência, a competitividade e a longevidade do negócio. A dimensão estratégica de Recursos Humanos advém de um entendimento ampliado de sua missão, de preparar e cuidar das pessoas, não apenas visando resultados satisfatórios no curto prazo, mas no longo prazo, por entender a organização como um patrimônio que gera riqueza, segurança e bem estar para a sociedade, a ser preservado para as futuras gerações. Assim, com base nesse raciocínio, Recursos Humanos é um grande aliado da organização e seus custos se justificam como investimentos.

As funções clássicas de RH fornecem elementos para analisar o cenário de gestão de pessoas, especificamente a realidade brasileira de empresas privadas:

- Recrutamento, seleção, educação e desempenho, funções relacionadas à captação e desenvolvimento de pessoas, são essenciais para prover as empresas dos profissionais desejados, adequá-los aos processos e prepará-los para os desafios de trabalho. Nenhuma organização que deseja sobreviver e prosperar no seu mercado pode prescindir de pessoas sem as competências requeridas, por isso essas funções são as mais comumente praticadas.
- Cargos, remuneração, carreira e benefícios, dentre os quais a saúde, são funções relacionadas à atratividade e à retenção, porque dizem respeito ao bem estar e à segurança dos empregados. Dada a sua importância e os reflexos observados na produtividade e na

motivação, essas práticas são correntes em organizações de cultura avançada. Mas ainda há muitas empresas onde essas funções são negligenciadas, em decorrência dos custos envolvidos e da falta de compromisso dos empregadores com a qualidade de vida dos empregados. A área da Responsabilidade Social (RS), interessada no desenvolvimento de um mercado empresarial ético e justo, percebe essa negligência como uma deformação do modelo social, que acentua a desigualdade e gera exclusão.

Tanto a política interna de pessoal, como a relação com a comunidade, é estratégica para a prática da Responsabilidade Social que é definida pela relação ética que a empresa estabelece com todos os seus públicos (*stakeholders*), a começar pelo público interno. Assim, uma empresa socialmente responsável não se limita a cumprir o estabelecido como obrigação legal, empenha-se em produzir dignidade e qualidade de vida para todos.

A premência de ações que freiem o avanço da insustentabilidade, caracterizada pelo aumento não apenas da desigualdade social, mas da degradação ambiental, leva a RS a incorporar o desafio de reparação e preservação do meio ambiente. Gradualmente a Responsabilidade Social Ambiental, vem ganhando espaço no mundo, apesar da grande defasagem observada entre o bloco de países desenvolvidos, de países em desenvolvimento e os subdesenvolvidos, esses dois últimos ainda com elevado nível de resistência à mudança ou envolvidos com o equacionamento de graves demandas de sobrevivência.

A faixa ainda pouco explorada pelas organizações refere-se à interseção de Recursos Humanos e Responsabilidade Social Ambiental, onde a nova cultura é desenvolvida e exercitada. O presente trabalho explora esses campos de estudo, com o interesse é investigar a ideologia e a prática de RSA, em uma empresa líder no seu mercado, e observar se é coerente atribuir a Recursos Humanos a competência de RSA.

2. Percepções acerca da Responsabilidade Social

Apesar de parecer um assunto novo no cenário empresarial, a Responsabilidade Social (RS) vem sendo praticada há vários anos em países desenvolvidos, nos Estados Unidos, no Canadá e em diversos países europeus. No Brasil, a responsabilidade social ganhou impulso com o advento das Organizações não governamentais (ONGs), o fortalecimento dos sindicatos e a campanha pela divulgação do Balanço Social, apoiada pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. Na década de 1980, a sociedade experimentou períodos produtivos com a participação da sociedade em movimentos de mudança, tais como as greves do ABC paulista, a redemocratização, as diretas já, a nova constituinte, as conquistas da mulher e as lutas raciais. Em sintonia com os movimentos globais em favor do meio ambiente, no Brasil dos anos 70, foram criados os órgãos de controle ambiental¹.

Em função da deficiência do Estado (primeiro setor) em atender todas as necessidades sociais, historicamente de sua competência (educação, saúde, habitação, saneamento básico, transporte, etc.), por força das mudanças no comportamento da sociedade e por pressão dos *stakeholders*, as empresas privadas (segundo setor), cujo interesse primordial é o lucro, foram ampliando sua atuação no campo social. Em geral, as empresas buscam associar sua imagem à Responsabilidade Social, porque os benefícios proporcionados à sociedade geram retorno, traduzido em novos clientes e novas oportunidades. A percepção do retorno das ações de responsabilidade social e ambiental nos negócios passou a estimular os investimentos em Marketing e novas adesões. As organizações do terceiro setor (formalmente constituídas, de estrutura não governamental, com gestão própria e sem fins lucrativos) ocupam os espaços

criados entre o Estado e as empresas privadas, na prestação de serviços à sociedade, cuja eficiência não gira em torno de indicadores econômicos, mas de indicadores socioambientais. Essa nova arquitetura social implica em transformações necessárias no relacionamento entre Estado e sociedade.

Da evolução da consciência responsável derivou o conceito do *triple bottom line*, termo introduzido em 1994, por John Elkington, que traduzia uma nova leitura aos resultados corporativos, propondo que a perspectiva econômica não fosse o único ângulo de observação, mas também a perspectiva social e ambiental. É um tripé conceitual que evoca uma mudança de paradigma e orienta a gestão, passando a ser referência para as empresas comprometidas com o desenvolvimento sustentável. A opinião de Patrícia Ashley sobre RS reflete essa concepção: “Responsabilidade social corporativa não pode ser reduzida a uma dimensão ‘social’ da empresa, mas interpretada por meio de uma visão integrada de dimensões econômicas, ambientais e sociais que, reciprocamente, se relacionam e se definem”. (ASHLEY, 2002, apud NETO e RIBAS, 2008, p.31)

¹ Em 1973, a Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA); em 1975, os órgãos estaduais de controle ambiental, dentre os quais a Fundação Estadual de Engenharia do Meio Ambiente (FEEMA); em 1981, o Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA).

Responsabilidade Social é percebida e conceituada de diferentes maneiras por diferentes autores e empreendedores sociais: com a conotação de filantropia², com foco no bem estar social dos empregados, através da política de benefícios, associada à ética em prol da transparência na gestão e com o sentido de desenvolvimento sustentável enfatizando a questão ambiental, dentre outras. A pluralidade de entendimentos deixa entrever que o conceito de RS não está completamente consolidado e pode ser considerado em construção. Algumas definições ilustram essa observação:

Estabelecendo distinção entre a RS e a chamada responsabilidade legal, Aline Rodrigues Sacomano afirma:

[...] reflete a expectativa social para a postura adequada da empresa; o atendimento das metas empresariais deve ocorrer dentro do cumprimento das determinações legais, nas esferas municipal, estadual e federal, incluindo as relativas à responsabilidade fiscal e ao pagamento de impostos (SACOMANO, 2010, p.55).

Francisco Paulo de Melo Neto e César Froes julgam que:

“[...] apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem estar dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores.” (NETO e FROES, 1999, p.78)

Para Howard Bowen, Responsabilidade Social é “a obrigação do empresário de adotar práticas, tomar decisões e acompanhar linhas de ação desejáveis segundo os objetivos e valores da sociedade”. (BOWEN³ apud VIEIRA, 2007, p.3).

A Comissão das Comunidades Europeias (2001, p.7) considera que “ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais - implica ir mais

além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais”. Sobre a dimensão interna afirma:

No nível da empresa, as práticas socialmente responsáveis implicam, fundamentalmente, os trabalhadores e prendem-se com questões como o investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança, enquanto as práticas ambientalmente responsáveis se relacionam sobretudo com a gestão dos recursos naturais explorados no processo de produção. Estes aspectos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada. (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS, 2001, p.8)

E sobre a dimensão externa:

A responsabilidade social de uma empresa ultrapassa a esfera da própria empresa e estende-se à comunidade local, envolvendo, para além dos trabalhadores e acionistas, um vasto espectro de outras partes interessadas: parceiros comerciais e fornecedores, clientes, autoridades públicas e ONG que exercem a sua atividade junto das comunidades locais ou no domínio do ambiente. Num mundo de investimentos multinacionais e de cadeias de produção globais, a responsabilidade

² Segundo o dicionário Aurélio, filantropia é um ato de amor à humanidade; humanitarismo; caridade.

³ Bowen, H.R. (1953): Social Responsibilities of the Businessman; New York.

social das empresas terá também de estender-se para além das fronteiras da Europa. A rápida globalização fomentou a discussão sobre o papel e o desenvolvimento de uma governação à escala planetária, para a qual contribui a definição de práticas voluntárias de RSE. (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS, 2001, p.12)

O quadro 1 sintetiza uma visão análoga:

	Responsabilidade Social Interna	Responsabilidade Social Externa
Foco	Público interno (empregados e seus dependentes)	Comunidade
Áreas de atuação	Educação Salários e benefícios Assistência médica, social e odontológica	Educação Saúde Assistência social Ecologia
Instrumentos	Programas de RH Planos de Previdência complementar	Doações Programas de voluntariado Parcerias Programas e projetos sociais
Tipo de retorno	Retorno de produtividade Retorno para os acionistas	Retorno social propriamente dito Retorno de imagem Retorno publicitário Retorno para os acionistas

Quadro 1 – Responsabilidade Social interna e externa

Fonte: Melo Neto e Froes, 1999, p.87

Francisco Paulo de Melo Neto e César Froes (1999, p.87) comentam a abrangência que o conceito de responsabilidade social assumiu na perspectiva do desenvolvimento sustentável:

Os direitos humanos; os direitos dos funcionários; os direitos dos consumidores; desenvolvimento comunitário; a relação com fornecedores; o monitoramento e a avaliação de desempenho e os direitos dos grupos de interesse. Existe ainda, o conceito de empresa-cidadã. Este tem como objetivo atribuir uma nova imagem empresarial para aquelas empresas que se convertem em tradicionais investidoras em projetos sociais. (NETO & FROES, 1999, p.88).

Para Leonardo Boff:

[...] A responsabilidade social é a obrigação que as empresas assumem de buscar metas que, a médio e longo prazo, sejam boas para elas e também para o conjunto da sociedade na qual estão inseridas. Não se trata de fazer *para* a sociedade o que seria filantropia, mas *com* a sociedade, se envolvendo nos projetos elaborados em comum com os municípios, ONGs e outras entidades. Mas sejamos realistas: num regime neoliberal como o nosso, sempre que os negócios não são tão rentáveis, diminui ou até desaparece a responsabilidade social. O maior inimigo da responsabilidade social é o capital especulativo. (BOFF, 2011, site)

Considerando o “acúmulo de desastres socioambientais ocorridos nos últimos tempos, com desabamentos de encostas, enchentes avassaladoras e centenas de vítimas fatais” Leonardo Boff (2011) nos lembra que:

[...] a responsabilidade social é insuficiente, pois ela não inclui o ambiental. São poucos os que perceberam a relação do social com o ambiental. Ela é intrínseca. Todas empresas e cada um de nós vivemos no chão, não nas nuvens: respiramos, comemos, bebemos, pisamos os solos, estamos expostos à mudanças dos climas, mergulhados na natureza com sua biodiversidade, somos habitados por bilhões de bactérias e outros microorganismos. Quer dizer, estamos dentro da natureza e somos parte dela. Ela pode viver sem nós como o fez por bilhões de anos. Nós não podemos viver sem ela. Portanto, o social sem o ambiental é irreal. Ambos vêm sempre juntos. (BOFF, 2011, site)

A definição do Instituto Ethos sintetiza a RS em prol do desenvolvimento sustentável:

[...] a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2010, site)

Congruente com esse entendimento, Aline Rodrigues Sacomano conclui que “os requisitos legais e a promoção da cidadania compõem uma estrutura que, juntamente com a ética e a sustentabilidade, formam um tripé sobre o qual está assentada a responsabilidade social” (SACOMANO, 2010, p.13).

Qualquer que seja a perspectiva da Responsabilidade Social - cumprimento da legislação, contrapartida aos trabalhadores, remuneração justa do capital, relacionamento idôneo com todas as partes interessadas, iniciativas que favoreçam a comunidade, projetos de preservação e recuperação do meio ambiente - estará sempre assentada em uma base ética, de tal modo que sua associação à ética é inevitável.

Os diferentes padrões culturais, que influenciam as escolhas dos indivíduos na sociedade, justificam o relativismo ético, abordado por Décio Zylbersztajn (2002, p.2), sendo possível admitir, de um lado, o desejo de um ambiente empresarial cooperativo e, de outro, estratégias

obscuras e oportunismos (via de regra relacionados ao interesse de maximização do lucro), que ensejam a pergunta “[...] como as sociedades, e dentro delas as organizações, podem ser induzidas a incorporar princípios éticos?” (ZYLBERSZTAJN, 2002, p.4). A discussão em torno dos incentivos para que a empresa aja de forma ética e responsável é recorrente. A competitividade a que está submetida no curto prazo e o retorno dos investimentos sociais no longo prazo, pode pesar desfavoravelmente na decisão por RS. Por outro lado, investir em RS agrega valor à imagem empresarial, podendo repercutir positivamente no volume de novos negócios, se a qualidade estiver assegurada. Embora estas considerações não sejam as únicas (entre estes dois extremos há variantes), aqui se observa que a questão econômica é preponderante (imediatismo e interesses comerciais), sobrepujando a premência social e ambiental e constituindo uma barreira cultural a ser vencida.

Ricardo Young, do Instituto Ethos, observa a importância da transparência no propósito da RS: “[...] ao buscar atender às demandas de seu público e fazendo isso de maneira ética e clara a empresa passa a funcionar como um agente de mudanças em busca do desenvolvimento sustentável e de uma sociedade mais justa” (YOUNG, 2006, p. 9).

A respeito do comportamento ético Décio Zylbersztajn afirma:

[...] representa um valor da sociedade moderna; no entanto existe falhas no comportamento ético dos indivíduos, das organizações e das sociedades. Todos os desvios possíveis e conhecidos do comportamento humano podem estar presentes nas organizações, sejam elas empresas, sejam organizações não-governamentais, seja o próprio Estado. (ZYLBERSZTAJN, 2002, p.17)

Como há falhas no comportamento ético dos indivíduos, das organizações e das sociedades, índices, normas e indicadores estão sendo continuamente criados e aprimorados servindo para referenciar boas práticas no mercado, orientando os empreendedores interessados em rotas seguras e protegendo os consumidores de perdas e riscos evitáveis. Assim como as normas, as certificações são padrões aceitos e validados, cuja conformidade foi aferida por um órgão certificador externo. Na área da Responsabilidade Social não é diferente e pode fazer diferença.

3. A responsabilidade social no contexto do Desenvolvimento Sustentável

A globalização trouxe importantes progressos, especialmente na área da tecnologia, e aproximou os mercados, porém a lógica capitalista, focada em objetivos de crescimento e lucratividade no curto prazo, que se traduz no acúmulo de bens materiais, capital e poder, gera aumento das desigualdades sociais, má distribuição de renda (concentração de riquezas nas mãos de poucos), destruição de ecossistemas e esgotamento de recursos naturais não renováveis. A sucessão de agressões, historicamente infligidas ao planeta pelo homem, desequilibrou os ecossistemas e gerou consequências climáticas extremas, que tem deixado um rastro de destruição e penalizado, sobretudo, os mais pobres: segundo o Banco Mundial (2008) existem “1,4 bilhão de pessoas em países em desenvolvimento em condição de pobreza extrema”, situação que tende ao agravamento com a expansão demográfica mundial aguardada, de 8,5 milhares de milhão em 2030, segundo o Relatório de Desenvolvimento Humano do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, RDH 2007/2008, p.56).

Neste contexto, “[...] além do desafio de produzir de forma sustentada e distribuir de forma equitativa, a sociedade do século XXI necessita acelerar a transição para a sustentabilidade”

(NUNES-VILLELA, 2010, p.26). O termo sustentabilidade indica o sentido de perpetuidade, de continuidade no tempo, que emoldura o conceito de desenvolvimento sustentável, publicado no Relatório Nosso Futuro Comum ou Relatório Brundtland: “[...] aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

O modelo da sociedade insustentável, como descrito por Karl-Henrik Robèrt⁴, baseia-se no pensamento de que a capacidade de suporte da natureza e os recursos naturais são ilimitados, uma falácia que explica as degradações sistemáticas do meio ambiente e as violações ao direito à satisfação plena das necessidades básicas por todos. A mudança para o padrão sustentável requer a inversão desse pensamento: aceitar que a resiliência da natureza é limitada, que seus recursos são finitos e que o desequilíbrio provocado pelo homem ameaça a sobrevivência de todas as espécies, exigindo um plano sistêmico de reparação.

A RS abordada do ponto de vista da sustentabilidade, no contexto da crise ambiental que ameaça o planeta e todas as espécies, reconhece a vulnerabilidade das populações mais pobres, chamando atenção para as ações socioambientais preventivas e não apenas corretivas.

⁴ Fundador do The Natural Step (TNS), uma organização de consultoria e pesquisa internacional, que trabalha com os usuários de recursos do planeta, gerando soluções para acelerar a sustentabilidade global.

Essa compreensão nos permite derivar da Responsabilidade Social para a Responsabilidade Social Ambiental (RSA). Todos os eventos em âmbito global que concorrem para o desenvolvimento sustentável são sistemicamente relacionados e requerem correspondentes ações locais. As ações locais dependem de vontade política, políticas públicas, mobilização da sociedade e posicionamento responsável e proativo de empresas e pessoas. Em situações de crise, como a atual, onde o risco é anunciado, as ações responsáveis de caráter preventivo são as mais adequadas. As ações corretivas são mais onerosas porque envolvem perdas humanas e grandes somas dos cofres públicos e privados, podendo “[...]custar 20% do PIB do planeta nas próximas décadas, se o ritmo de emissões dos gases causadores do efeito estufa não for contido” (Relatório Stern⁵, 2006).

A RSA praticada em situações de normalidade é um exercício de contrapartida cidadã, a ser incentivado para humanizar o mercado, banir práticas destituídas de ética e diminuir o fosso entre ricos e pobres. O setor empresarial é um dos mais poderosos da sociedade, possuindo imensos recursos financeiros, tecnológicos e econômicos, por esta razão exerce grande influência na política e tem acesso privilegiado aos governantes. Esse grande poder implica em uma grande responsabilidade. Ao discorrer sobre o poder de influência das organizações na sociedade industrializada, Peter Drucker observa que a sociedade se transformou em uma “sociedade das organizações”, onde os responsáveis pelas decisões exercitam o poder social (DRUCKER, 2002). Nada mais lógico do que mobilizar essa rede para a adoção de práticas éticas e humanizadas, de respeito aos direitos humanos, aos direitos trabalhistas, ao meio ambiente e contra a corrupção.

O Pacto Global, iniciativa do ex-secretário da ONU, Kofi Annan, nasceu com o propósito de mobilizar as empresas, ao redor do mundo, para a adoção de um padrão internacionalmente aceito, baseado na Declaração dos Direitos Humanos, consolidado em dez princípios:

Direitos Humanos

- 1) As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e

2) Assegurar-se de sua não participação em violação destes direitos.

Trabalho

3) As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;

4) A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;

5) A abolição efetiva do trabalho infantil; e

6) Eliminar a discriminação no emprego.

Meio Ambiente

7) As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;

8) Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;

9) Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

Contra a corrupção

10) As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina. (PACTO GLOBAL, 2011)

Assim, pode-se afirmar que a tônica é de que as empresas são corresponsáveis para que o mundo seja melhor, servindo à sociedade e não apenas se responsabilizando pelo bem estar dos funcionários. Especialmente os *stakeholders* esperam que as empresas não se comprometam apenas com a qualidade dos produtos e/ou dos serviços, mas também com a qualidade de vida, que estabeleçam gestões e relações éticas de valorização das pessoas e

⁵ Estudo patrocinado pelo governo inglês.

preservação do meio ambiente. Com a importância da Responsabilidade Social Ambiental no cenário global e nacional, como estratégia para recuperar a enorme dívida social acumulada em função do modelo de crescimento centrado no capital, do imediatismo dos negócios e da cultura de privilégios, surgem novas competências que precisam ser desenvolvidas para que se conquiste o reconhecimento de empresa socialmente responsável, aquela que responde aos anseios da sociedade por ética e prática contrapartida social e ambiental. Isso envolve:

- Desenvolvimento de programas sociais, dirigidos à comunidade na identificação participativa dos problemas e soluções, incentivando o voluntariado entre o público interno;
- Desenvolvimento da sustentabilidade, com respaldo da Educação Ambiental (EA), conscientizando os funcionários sobre o reflexo de suas ações no Planeta e os benefícios da melhor utilização dos recursos naturais, de modo que não se esgotem, garantindo qualidade de vida às futuras gerações;
- Análise da estrutura tecnológica, dos processos operacionais, das políticas e práticas internas, à luz de princípios e indicadores sustentáveis, adotando medidas mitigadoras e de substituição, de modo a reduzir o impacto socioambiental, estabelecendo planos de mudança definidos com visão estratégica sistêmica.

As empresas que adotam a RSA experimentam ganhos tangíveis (fidelidade dos clientes, retenção de talentos e longevidade dos negócios) e intangíveis (imagem institucional e credibilidade da marca). A opção da empresa de não aderir à RSA, em um mercado que reconhece o valor dessa opção, pode ser interpretada como descompromisso com as causas sociais e ambientais e resultar em perda de mercado. No entanto, o grande prejuízo dessa opção é o retardo na transição para o modelo social sustentável, onde a participação das empresas é essencial.

4. Responsabilidade Social Ambiental como nova competência de Recursos Humanos

Durante décadas, as empresas têm passado por várias transformações, assim como o cenário de Recursos Humanos (RH) tem evoluído para acompanhar as mudanças demandadas pela empresa, pelo mercado e pela conjuntura (nacional e/ou global). Diante de complexas e significativas mudanças no novo contexto dos negócios - globalização, competição, novas demandas dos *stakeholders* - as organizações passam a definir seus rumos, investimentos e políticas com visão estratégica. Deriva dessa dinâmica um posicionamento estratégico de RH, que transcende suas funções básicas e técnicas - recrutamento e seleção, admissão e ambientação, treinamento e desenvolvimento, administração de cargos e salários, desempenho e carreira. Ser um parceiro estratégico da empresa requer alinhamento à sua visão, missão e valores, atuando como agente da mudança no desenvolvimento da nova cultura e no cumprimento dos novos desafios originados a partir das decisões estratégicas. Assim, soluções como educação continuada, programa de qualidade de vida no trabalho, desenvolvimento de equipes auto-gerenciadas de alto desempenho e programa *coaching*, deixam de ser eventuais e se incorporam ao portfólio de serviços prestados pelo RH estratégico.

Para João Lins, Recursos Humanos tem sido visto como um prestador de serviços passivo, mas considerando o ambiente futuro de trabalho e de negócios, poderá seguir por três caminhos:

- Com uma mentalidade proativa e orientada para a estratégia de negócios, o RH se tornará o coração da empresa: esse departamento desempenhará um papel novo e mais abrangente em termos de gestão de pessoas, incorporando e influenciando vários outros aspectos do negócio.
- O RH se tornará o direcionador da agenda de responsabilidade social corporativa. Numa posição de coletivismo e integração: as organizações cuidam. Dominando a agenda corporativa com preocupações ligadas a mudanças demográficas, o clima e a sustentabilidade passam a ser direcionadores importantes para os negócios.
- O RH será visto como transacional e quase inteiramente terceirizado. Desse modo, o mesmo assumirá uma nova forma fora da empresa (externo), e internamente será focado predominantemente em recrutamento. (LINS, 2008, p.22-23)

Tomando como referência as organizações que desenvolvem novas competências para atender aos novos desafios, RH define suas estratégias e as novas dimensões, com base nas mudanças que estão acontecendo e que podem acontecer no futuro. Considerando a grande vulnerabilidade do contexto social e ambiental, com tendência ao agravamento, e a necessária participação da empresa no processo de reversão, a segunda alternativa indicada por João Lins, a gestão da Responsabilidade Social Ambiental, se configura como a nova atribuição do RH, demandando ações locais e pensamento global.

Recursos Humanos é a área responsável por introduzir os novos empregados nos valores e hábitos (cultura), nas políticas e práticas da organização. Com a RSA ocorre o mesmo – ela subentende uma nova cultura e uma política própria, às quais as pessoas são apresentadas por meio da educação, do incentivo à participação (trabalhos voluntários) e efetivo acompanhamento. A este respeito, Denis Donaire afirma que:

O desempenho de uma organização está fortemente associado à qualidade de seus recursos humanos. Se uma empresa pretende implantar a gestão ambiental em sua estrutura organizacional, deve ter em mente que seu pessoal pode transformar-se na maior ameaça ou no maior potencial para que os resultados esperados sejam alcançados. (DONAIRE, 1999, p.102)

A partir do momento em que a Responsabilidade Social Ambiental se incorpora a Recursos Humanos, a gestão de pessoas precisa ser revista e aprimorada, desafio para o qual o gestor de

RH estará mais habilitado, na medida em que ele próprio introjetar os valores de RSA. Essa percepção constitui um paradigma válido em qualquer área de conhecimento, derivado do pressuposto de que somos mais efetivos, na medida em que conhecemos, acreditamos e praticamos. A decisão estratégica pela RSA, respaldada em uma política e em valores avalizados pela Alta Administração, posiciona os dirigentes como seus legítimos promotores, compromissados em dar o exemplo. Somente com esse compromisso, é possível gerar a credibilidade necessária ao processo de aculturação, que perpassa todos os níveis da estrutura organizacional, por meio da educação.

Denis Donaire comenta, também, a importância do treinamento para legitimar o investimento da empresa em RSA e na mudança de comportamentos em serviço:

Como o público pode acreditar na boa intenção da empresa em relação ao meio ambiente, se o pessoal interno não estiver convencido e motivado para contribuir de forma positiva na questão ambiental? Se os trabalhadores não estiverem engajados nesse objetivo, o resultado será medíocre. Se a força de trabalho estiver comprometida e mentalizada para a idéia da gestão ambiental, haverá uma melhora contínua nos índices de qualidade ambiental da empresa. [...] Um aspecto fundamental da área de Recursos Humanos está ligado ao treinamento para gestão ambiental, desenvolvendo habilidades para lidar com essa questão. Nesse sentido, além da necessidade de prover informações de caráter específico relativas ao conhecimento da área ambiental, das ações tomadas e de seus reflexos na preservação do meio ambiente, reveste-se de maior importância a ênfase no treinamento que possibilite mudança de atitude por parte dos gerentes e subordinados, a fim de que eles possam, em consonância, desenvolver adequado comportamento ambiental em sua atividade diária. (DONAIRE, 1999, p.102-104)

As práticas de Responsabilidade Social Ambiental (RSA) adotadas pela organização, também podem servir de modelo para os *stakeholders* e inspirar mudanças para que se tornem multiplicadores em sua rede de influência. Segundo Ricardo Young:

[...] uma empresa social e ambientalmente responsável é a que considera os impactos de sua atividade sobre todos os públicos de seu relacionamento – funcionários, fornecedores, comunidade, governos, entidades da sociedade civil e também prestadores de serviço, consumidores, acionistas e investidores. (YOUNG, 2006, p.9).

O modelo estratégico de gestão de RH, aliando as pessoas ao sucesso da empresa e associando esse sucesso à participação responsável da empresa na transformação do contexto social e ambiental, gera reflexos positivos na organização e na sociedade. Assim, a visão do gestor de RH é de longo prazo, relacionada não apenas ao futuro da organização, mas ao futuro da sociedade, envolvendo estratégias planejadas com essa abrangência.

5. O contexto da pesquisa

A Responsabilidade Social é uma área de conhecimento nova que segundo Gisele Kakuta (2006, p.70), vem experimentando crescimento (aumento do número de iniciativas privadas), o que é especialmente importante em um país carente de igualdade, preservação do meio ambiente e ética. O contexto empresarial é onde o impacto da RS é maior para a economia do país, no entanto, condicionantes políticos e econômicos podem impedir ou determinar o ritmo dos investimentos na área. Na ótica da governança, a área de RH vem sendo percebida como ideal para conduzir o processo de RS e RSA, como foi apresentado, mas nem sempre dispõe de um posicionamento estratégico para exercer essa competência, de grande complexidade e influência pelos resultados que pode gerar para a própria empresa e a sociedade. Nesse

cenário, é esperado que organizações líderes em seu setor sejam conscientes e atuantes em RS/RSA. Para comprovar essa hipótese, foi empreendida uma pesquisa em uma Instituição de ensino, líder no mercado local, utilizando como ferramenta a entrevista estruturada com representantes de seu quadro funcional, com alguns de seus clientes e fornecedores.

O Centro Universitário Serra dos Órgãos (UNIFESO) é uma fundação educacional que conta com um centro universitário para ofertar educação do 1º ao 3º grau e cursos de especialização. Dispõe de um hospital de ensino e clínicas escola (de Fisioterapia, Odontologia e Veterinária), um centro cultural, um núcleo de prática jurídica e um escritório modelo. Esses cenários de prática se justificam pelo método educacional adotado, a Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP). Em 2007, o UNIFESO passou a integrar a lista de Instituições de Ensino Superior (IES). É o segundo maior empregador do município de Teresópolis, com mais de 2.000 empregados, e movimenta uma intensa rede de produtos e serviços. Com relação à Responsabilidade Social, o UNIFESO recebeu o selo de Instituição Socialmente Responsável, a partir de sua adesão ao Dia da Responsabilidade Social, criado em 2005, pela Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES). O amadurecimento do UNIFESO no contexto da RS constitui o objeto de investigação subjacente desta pesquisa.

A amostra foi composta com base na estrutura organizacional, incluindo 18 pessoas de nível estratégico, tático e operacional: um representante da reitoria, um diretor, um gerente, dois coordenadores, duas chefias de setor, três professores, três empregados administrativos. Como clientes três alunos (cursos de Medicina, Administração e Pedagogia), um fornecedor da área de Informática e um fornecedor de produtos nutricionais. A identidade dos respondentes foi preservada em prol da coleta fidedigna de opiniões e em respeito ao Termo de Consentimento.

6. A pesquisa e seus resultados

A pesquisa foi empreendida por meio de um questionário que possibilita investigar a ideologia e a prática de RSA na empresa, dinamizado sobre a forma de entrevistas individuais, com base em um roteiro pré-elaborado, contendo doze perguntas organizadas em cinco blocos sequenciais que compõem o quadro 2:

1. O UNIFESO tem uma política de Responsabilidade Social (RS) e/ou Responsabilidade Social Ambiental (RSA) definida e divulgada?	Sim	Não		
2. Que ações o UNIFESO pratica de RS ou RSA?				
3. Essas ações ocorrem de forma sistemática e continuada?	Sim	Não		
4. Em sua opinião, considerando a escala de 0 a 3 (sem importância, pouco importante, medianamente importante e muito importante), qual o valor da prática de RS e/ou RSA no cenário brasileiro?	0	1	2	3
5. E no cenário de Teresópolis?	0	1	2	3
6. Em sua opinião o que impede ou dificulta uma organização brasileira de praticar a RS e/ou a RSA?				
7. Em sua opinião, a gestão da RS/RSA por Recursos Humanos faz sentido?	Sim	Não		
8. É a mais adequada?	Sim	Não		
9. Você acredita no retorno anunciado dos investimentos em RS/ RSA?	Sim	Não		
10. O UNIFESO já teve retorno sobre os investimentos em RS/RSA? Quais?	Sim	Não		
11. Tendo em vista o acidente natural de proporções catastróficas ocorrido na região, você acredita na importância de ações educativas ambientais, de caráter preventivo e corretivo?	Sim	Não		
12. Que (outras) ações você gostaria que o UNIFESO estivesse praticando?				

Quadro 2: Roteiro da pesquisa
 Fonte: Elaboração própria

Os dados foram trabalhados por meio de análise quantitativa em nove perguntas objetivas (às quais foram dadas respostas sim, não ou atribuído um valor numérico), calculadas em frequência e percentual, e por meio de análise qualitativa em quatro perguntas subjetivas, a partir dos relatos livres.

No primeiro bloco (perguntas 1, 2 e 3), quatorze participantes (77,77%) consideraram que o UNIFESO tem uma política de RS e/ou RSA definida e divulgada e treze participantes (72,22%) consideraram que as ações ocorrem de forma sistemática e continuada. As ações praticadas referem-se a: concessão de bolsas, gratuidade de ensino e desconto nas matrículas; atendimento jurídico gratuito, a quem recebe até 1 salário mínimo, prestado pelo Núcleo de Prática Jurídica (NPJ); agenda de atividades culturais, algumas voltadas à terceira idade, e plano de gerenciamento de resíduos no campus Pró-Arte; participação no dia da RS, calouro solidário; serviços de saúde nos cenários de prática dos cursos do Centro de Ciências da Saúde.

No segundo bloco (perguntas 4, 5 e 6), treze participantes (72,22%) atribuíram muita importância, quatro participantes (22,23%) indicaram média importância e um participante (5,55%) atribuiu pouca importância à prática de RS e/ou RSA no cenário brasileiro. A mesma pergunta associada ao cenário de Teresópolis obteve os seguintes resultados: onze (61,11%) consideraram muito importante, duas (11,11%) pessoas consideraram medianamente importante, quatro pessoas (22,23%) julgaram a questão pouco importante e um participante (5,55%) a julgou sem importância. Embora os resultados tenham evidenciado a importância das práticas de RS e RSA para a maioria, causaram surpresa com relação a Teresópolis, especialmente considerando que dois meses antes da pesquisa o município e a região foram assolados por enchente, caracterizada como o maior acidente climático do Brasil, que vitimou centenas de pessoas demandando um alto investimento na reconstrução e no reassentamento de famílias. Quanto aos fatores que impedem e dificultam as práticas de RS e RSA nas organizações, grande parte dos entrevistados apontou como principais entraves, os interesses políticos ou interesses privados, a falta de apoio e incentivo dos governantes. Outros fatores citados foram: a falta de interesse, conhecimento e consciência do assunto, a resistência dos dirigentes de empresas em incorporar essas práticas, pela visão imediatista e preocupação com os custos.

No terceiro bloco (perguntas 7 e 8), os resultados indicam que a percepção da maioria (14 pessoas ou 77,77% e 10 pessoas ou 55,55%, respectivamente⁶) credita ao RH a gestão da RS/RSA, considerando que faz mais sentido, dentre outras razões, por ser o setor responsável pelo processo de mudança cultural e desenvolvimento de pessoas. Especialmente dois depoimentos enfatizam a grande interrelação existente entre RH e RS/RSA: “A RS está totalmente ligada ao RH; segundo pesquisa mundial o item *tratar empregados de forma justa* recebeu o maior percentual”; “o RH passou a ser visto como estratégico para a gestão de RS/RSA, é um modelo de gestão e estão interligados”. Porém, a maioria compartilha a idéia de que deve haver uma ação conjunta, envolvendo a organização como um todo, como indicam os depoimentos: “[...] o bom é que todos os serviços estejam integrados”; “[...] devemos optar por um módulo integrado e participativo”. Alguns poucos entrevistados consideram que a gestão pelo RH não é a mais adequada, ficando a cargo de outras esferas ou mesmo de um setor próprio. Conclusivamente, a maioria reconhece o RH como melhor via ou disseminador da política e práticas de RS/RSA, desde que integrado e buscando a participação de toda a empresa.

No quarto bloco (perguntas 9 e 10), quatro pessoas que responderam “o UNIFESO não possui uma política e práticas em RS/RSA” (perguntas 1 e 2), acreditam no retorno dessas ações. Nove pessoas responderam positivamente à pergunta 10 (o UNIFESO já teve retorno sobre os investimentos em RS/RSA?). Dessas, duas acreditam que já houve algum tipo de retorno, mas desconhecem quais foram, e três citaram o retorno de imagem. Cinco pessoas não souberam responder sobre o retorno dos investimentos.

No quinto bloco (perguntas 11 e 12), 100% das pessoas acreditam na importância de ações educativas ambientais, de caráter preventivo e corretivo, com sugestões de RSA para o público interno (orientação a respeito do desastre ambiental para os alunos afetados, reciclagem e coleta seletiva). Algumas sugestões apresentadas com foco na RS interna (plano de carreira e benefícios; plano de saúde para os funcionários e dependentes), sugerem a fragilidade ou a incipiência da política de retenção e valorização dos recursos humanos no UNIFESO. Os fornecedores entrevistados (de alimentos e produtos de informática) sugeriram à UNIFESO ações relevantes, associadas ao seu universo de interesses (parceria no projeto de desnutrição infantil e ações contra desperdício de papel), indicando a pertinência de se estreitar os laços de colaboração com o mercado.

⁶ Nas perguntas 7 e 8 respostas que não estavam previstas (‘não sei’, talvez’, “não conheço a questão para opinar”) alteraram os percentuais.

7. Considerações Finais

A pesquisa realizada constatou a convergência de percepções quanto à existência de práticas de RS no UNIFESO, aos entraves mais comuns para o avanço da RSA nas organizações brasileiras e à importância de ações educativas ambientais. No entanto, através de algumas das soluções apresentadas pelos entrevistados, é possível observar a lacuna existente entre a realidade atual e a política ideal de RH, indicando a necessidade de amadurecimento da Responsabilidade Social interna no UNIFESO. Da mesma forma, a ausência de relatos de ações de responsabilidade ambiental indica que essa dimensão inexistente no UNIFESO ou é incipiente, apesar de sua grande importância, especialmente no cenário de Teresópolis, marcado por desastre ambiental recente, e o anúncio de eventos climáticos pela comunidade científica. Essas duas constatações não permitem comprovar a relação entre liderança de mercado e cidadania empresarial, neste estudo.

Com relação à compatibilidade da gestão da RSA por RH, em tese, o desafio da mudança cultural vem a ser o desafio maior, tanto da gestão de RH como da RSA, tornando essa articulação estratégica e congruente para consolidar políticas e práticas cidadãs em empresas e desenvolver as competências requeridas. Na realidade do UNIFESO esse direcionamento se confirma, através de depoimentos favoráveis, com ênfase no processo participativo, provavelmente em função das características do ambiente educacional, inerentemente democrático. Assim, examinando-se a adequação do vínculo RSA com RH, o objetivo da pesquisa (observar se é coerente atribuir a RH a competência de RSA) se confirma positivamente. Este resultado reitera a importância de se adotar políticas e práticas sociais e ambientais, visando o desenvolvimento do grupo organizacional, com reflexos na sociedade. O desastre climático que se abateu sobre a região serrana requer prudência e proatividade no trato desta questão, com ênfase na Educação Ambiental. A importância da participação comprometida das organizações é inquestionável.

Tendo em vista a adequação de se ratificar os resultados de um estudo com pesquisas complementares, é pertinente a realização de novas iniciativas exploratórias da realidade organizacional do UNIFESO.

Referências

BOFF, Leonardo. **Uma lei de responsabilidade socioambiental?** Site, 2011. Disponível em <http://www.leonardoboff.com/site/lboff.htm>. Acesso em fev 2011.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. **Livro Verde: Promover Um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas.** Bruxelas, julho de 2001.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Relatório Brundtland: nosso futuro comum.** Rio de Janeiro: FGV, 1991.

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na Empresa.** 2ª. Ed.. Editora Atlas SP, 1999.

DRUCKER, Peter F.. **O melhor de Peter Drucker.** São Paulo: Nobel, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da Língua Portuguesa, Revisado Conforme Acordo Ortográfico.** Editora Positivo, 2007.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em <http://www.ethos.org.br> Acesso em: ago 2010.

KAKUTA, Gisele. **Coleção Gestão Empresarial: Como Garantir a Eficiência. Implantando a Gestão da Qualidade.** Istoé Edições. São Paulo. Vol. 2, 2006.

LINS, João. **Gestão de Pessoas em 2020.** Revista Administração. CRA-RJ: nº. 79, Terceiro Trimestre de 2008.

NETO, Francisco Paulo de Melo e FROES, César. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: A Administração do Terceiro Setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

NETO, Guilherme B.A. Pires e RIBAS, José Roberto. **Responsabilidade Social nos Agronegócios: Reflexão e Proposta.** Revista Administração em Debate (RAD). CRA-RJ: nº 1, Primeiro Semestre de 2008. (pág. 29 à 35).

NUNES-VILLELA, Josely. **Mudança Comportamental do Consumidor a partir de Sacolas Plásticas: Iniciativa em Prol da Sustentabilidade em Comunidade Cristã.** Dissertação (Mestrado em Sistemas de Gestão), Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 112p., 2010.

PACTO GLOBAL. **Dez princípios empresariais para transformar o planeta.** Disponível em: <http://www.pactoglobal.org.br/> Acesso em: janeiro 2011.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Relatório de Desenvolvimento Humano 2007-2008. Disponível em: http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf Acesso em nov 2010.

SACOMANO, Aline Rodrigues. **Responsabilidade social como elemento para a sustentabilidade, a qualidade de produtos e serviços e a qualidade de vida**. Dissertação de Mestrado, Universidade Paulista, São Paulo, 116p., 2010.

STERN REVIEW REPORT ON THE ECONOMICS OF CLIMATE CHANGE. **Summary of conclusions**, 2006. Disponível em:

[http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.hm-](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.hm-treasury.gov.uk/media/3/2/Summary_of_Conclusions.pdf)

[treasury.gov.uk/media/3/2/Summary_of_Conclusions.pdf](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.hm-treasury.gov.uk/media/3/2/Summary_of_Conclusions.pdf) Acesso em: abril 2011.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **A iniciativa privada no contexto social**: exercício de cidadania e Responsabilidade Social. In: RP em Revista. Salvador: nº 22, Maio, 2007.

YOUNG, Ricardo. **Primeiro, a responsabilidade social, depois, os frutos**. Revista Brasileira de Administração. Brasília: n.º 54, Setembro de 2006, p. 08-11. Entrevista.

ZYLBERSZTAJN, Decio. **Organização Ética**: um Ensaio sobre Comportamento e Estrutura das Organizações. RAC, v. 6, n. 2, Mai/Ago. 2002.

REÚSO DE ÁGUA NA INDÚSTRIA TÊXTIL BRASILEIRA: SUSTENTABILIDADE E EFETIVIDADE.

Reúso de água na indústria têxtil brasileira: sustentabilidade e efetividade.

Resumo

O presente estudo aborda, dentre outros assuntos, a importância do reúso de água e o uso dos mecanismos de prevenção da poluição na indústria têxtil - P2, visando demonstrar a mudança de comportamento e orientação deste setor como um todo, principalmente a produção de tecidos e aviamentos, quando da adoção de práticas ambientais com menor impacto – as chamadas tecnologias limpas – seja por um consumo mais eficiente de recursos, seja por sua utilização de maneira mais racional e consciente, através da redução e reutilização constante de alguns insumos, como a água de utilidades, ao longo de toda a cadeia produtiva fabril; bem como as razões do uso de metodologias aprovadas e ratificadas pelo mercado. Deste modo, foi traçado um breve cenário da indústria ora em análise, com especial atenção à doméstica no tocante às metodologias e técnicas de gestão ambiental, por ela praticadas. Para tanto, foi observada também a questão do reúso de água e de seus aspectos conceituais, técnicos e formais, bem como as fases de aplicação e as vantagens em sua utilização. Neste tocante procurou-se, ainda, apresentar as metodologias de reúso mais aceitas pelo mercado, em especial a técnica do PCRA – Programa de Reúso e Conservação de Água, bem como os critérios e parâmetros a serem analisados e os benefícios potenciais verificados a partir de seu uso. Ao longo do último ponto, estudou-se a questão da sustentabilidade a partir de sua evolução histórica até as vantagens atuais e suas formas de aplicação, de maneira a elaborar um panorama sobre o tema, verificando as possíveis interrelações entre a cadeia produtiva têxtil e o meio ambiente, tanto em relação ao desenvolvimento sustentável em todos os aspectos quanto à utilização da metodologia de *triple bottom line*, também conhecida como “tripé da sustentabilidade”; como suas interações com a responsabilidade socioambiental e a efetividade.

Palavras-chave: Reúso de água; Indústria têxtil brasileira; Sustentabilidade.

Introdução

A água, outrora bem livre, hoje recebe a alcunha de “ouro azul”, analogia a outro recurso natural estratégico: petróleo, o “ouro negro”. Em um cenário em que o todo potável se concentra em apenas 13% dos 3% de água doce, a responsabilidade socioambiental deixou de apenas ter retorno em imagem e se tornou, a um só tempo, exigência do mercado e uma forma de otimizar custos e processos.

Ao mesmo tempo, a Indústria têxtil é uma das que utilizam em maior escala recursos hídricos como insumo de transformação. Isso se dá em uma faixa média de consumo de 200 a 270 toneladas de água por tonelada de produto têxtil produzido. No Brasil, considerado o sexto maior mercado mundial, este setor movimenta cerca de US\$ 2,4 bilhões em exportações/ ano e os pólos de produção concentram-se principalmente nos estados de São Paulo, Santa Catarina, Ceará, Minas Gerais, Pernambuco e Rio de Janeiro.

Em termos de impacto ambiental, o fabrico de insumos têxteis é responsável por sobrecarregar os recursos hídricos, seja pela alta utilização destes em seus processos produtivos, seja pelos efluentes líquidos resultantes dos mesmos. Assim, o uso constante de água em diversas fases da cadeia produtiva têxtil reduz a competitividade do setor por constituir grande parte dos custos das unidades fabris.

Dessa forma, a reutilização dos efluentes líquidos tornou-se uma alternativa de otimização de custos e redução de impactos no meio ambiente. O que se reverte em competitividade, já que no caso em análise não há conflito entre lucratividade e questões ambientais.

Tendo em vista o perfil da indústria têxtil brasileira de alta demanda de recursos hídricos e grande potencial poluente; e considerando a crescente exigência do mercado por tecnologias limpas e responsabilidade socioambiental, uma questão se faz premente: a adoção do reúso de água parece suficiente para manter um curso de ação capaz de aliar lucratividade à responsabilidade socioambiental na busca pela efetividade?

Vale lembrar que durante a crise econômica de 2008 as empresas sustentáveis sofreram os menores reveses, justamente pelo resultado positivo em uma equação de três fatores: estrutura de custos enxuta, preocupação com a efetividade e busca pela competitividade. Nesta perspectiva, as metodologias de reúso de água se firmam como uma das técnicas para alcance da sustentabilidade.

Assim, este artigo objetiva demonstrar a importância do reúso de água na indústria têxtil, a partir da seguinte lógica: breve análise dos mecanismos de prevenção da poluição utilizados na indústria em estudo; apresentação das metodologias de reúso mais aceitas no mercado, e; verificação das vantagens na adoção de tais métodos, avaliando se a adesão a programas deste tipo pode ser considerada, forma de sustentabilidade para a indústria têxtil e instrumento para o alcance da efetividade.

1. Breve análise dos mecanismos de prevenção da poluição utilizados na indústria têxtil.

A crescente preocupação das empresas com a utilização de práticas ambientalmente responsáveis se deu como resposta a três questões: humana, econômica e legal. Neste contexto, a gestão ambiental se insere como via possível de diálogo das organizações junto ao governo e ao mercado a fim de minimizar os impactos negativos da atividade produtiva. O exercício de suas práticas possibilita a redução de custos diretos e indiretos.

1.1 Mecanismos de prevenção da poluição: conceitos e metodologias.

Os mecanismos de prevenção da poluição são derivados de uma abordagem mais simplista denominada “Controle da Poluição”, que visa controlar a poluição sem fazer alterações significativas nos processos produtivos, com duas possibilidades tecnológicas: tecnologia de remediação (objetiva resolver um problema ambiental preexistente) e tecnologias *end-of-pipe control* (visam à captura e tratamento da poluição resultante de um processo antes de seu lançamento no meio ambiente, através da adição de novos equipamentos e instalações nos pontos de descarga dos poluentes).

Falar em mecanismos de prevenção da poluição, também conhecidos como P2, é estabelecer métodos viáveis da redução máxima possível de resíduos gerados durante o ciclo produtivo. Envolve a aplicação das melhores práticas de gerenciamento, utilização racional de recursos, eficiência energética, reaproveitamento dos materiais e consumo reduzido de água. São mecanismos de prevenção da poluição: segregação de efluentes, substituição de produtos químicos e melhor controle do lançamento dos efluentes a serem tratados.

O programa de P2, de acordo com a CETESB (2008), é elaborado de forma semelhante à de um projeto. Cabe lembrar que ele deve envolver todos os níveis da organização. Deste modo têm-se, resumidamente, as seguintes etapas: comprometimento da direção da empresa; definição da equipe de P2; elaboração da

declaração de estabelecimento de prioridades, objetivos e metas; elaboração do cronograma de atividades; disseminação de informações sobre P2; levantamento de dados; definição de indicadores de desempenho; identificação de oportunidades de P2; levantamento de tecnologias; avaliação econômica; seleção das medidas de P2; implementação das medidas de P2; avaliação dos resultados e manutenção do programa.

1.2. Vantagens quanto ao uso de mecanismos de prevenção da poluição na Indústria têxtil.

Com relação à análise das vantagens dos mecanismos de prevenção da poluição utilizados no expediente têxtil, há que se traçar um pequeno cenário acerca da indústria ora em exame. Os principais impactos ambientais das atividades têxteis estão relacionados ao elevado consumo de energia elétrica, de água e o lançamento de efluentes.

Para Zamora (2002), “o setor têxtil apresenta um especial destaque, devido a seu grande parque industrial instalado gerar grandes volumes de efluentes, os quais, quando não corretamente tratados, podem causar sérios problemas de contaminação ambiental”.

Segundo a Companhia de tecnologia de Saneamento Ambiental – CETESB (2008):

a prevenção à poluição refere-se a qualquer prática, processo, técnica ou tecnologia que vise à redução ou eliminação em volume, concentração ou toxicidade dos resíduos na fonte geradora, resultando no aumento de eficiência no uso da água e outros recursos naturais.

As técnicas de prevenção à poluição na indústria têxtil indicadas pela CETESB (2008) são: redução do consumo de água; redução do consumo de energia / utilização / substituição de produtos químicos; modificações no processo; recuperação / reúso de produtos; remoção de cor do efluente têxtil, e; otimização do sistema de tratamento de águas residuárias.

Assim, no entender de Castro Júnior (2008), é notável a mudança de paradigma na mente do empresariado na medida em que a prevenção da poluição deixa de ser encarada como um mero custo e passa a figurar como investimento, cujo retorno se dá em termos de aumento da eficiência, ganho de produtividade e conformidade. No caso em tela, estes custos e despesas ocorrem durante os processos ambientais como, por exemplo, tratamento de efluentes líquidos, destinação de resíduos sólidos, geração de vapor, tratamento de água etc.

Vale lembrar que, em se tratando de administração, mudanças e quebras de paradigma nem sempre são vistas com receio e cautela. No entanto, cabem alguns exercícios de futurologia a fim de traçar cenários prevendo tendências, modismos e realidades.

Considerando que a preocupação com os custos ambientais se tornou parte do cotidiano de empresas têxteis de médio e grande porte, faz-se necessário falar em caminhos e rotas de redução de custos. Para Twardokus (2008), a racionalização do uso da água pode ser feita com a modernização dos equipamentos e incremento tecnológico nos processos e produtos, sendo necessário o monitoramento dos desperdícios diários no processo produtivo para minimizar o consumo.

Conforme assevera Zamora (2002), a busca de novas metodologias para o tratamento de efluentes têxteis e industriais deve ser uma constante em razão de sua complexidade e dificuldade. Há métodos físicos, químicos e biológicos e sua escolha deve se ater não somente a uma análise de custo-benefício, mas principalmente aos

objetivos a serem alcançados com o tratamento. Assim, a escolha da metodologia deve estar baseada tanto no tratamento dos efluentes quanto na busca constante da minimização de resíduos gerados através de tecnologias limpas. Logo, a maior preocupação deve ser a fonte do efluente dentro da fábrica e não somente a remediação dos efeitos.

No entender de Barbieri (2007), a prevenção da poluição indica uma postura proativa por parte das empresas, sinalizando sua disposição em não repassar os custos de conformidade com a legislação ambiental / exigências e práticas de mercado ao consumidor.

Os benefícios de um programa de prevenção da poluição são, ao mesmo tempo, ambientais e econômicos. Tais benefícios podem ser agrupados em quatro grandes categorias: respeito à legislação pertinente; redução de custos operacionais; minimização de riscos ambientais e demandas de custo ambiental, e; reforço e / ou melhora da imagem da corporação.

Os maiores entraves à implementação de um programa de prevenção da poluição seriam: cultura corporativa resistente e normas institucionais; dificuldades para identificação de oportunidades; custos de implementação e manutenção; ausência de metodologias confiáveis de avaliação; falta de planejamento, a longo prazo, e; expectativa dos consumidores.

Logo, a prevenção da poluição surge como uma opção viável para que as empresas dispensem ao meio ambiente o cuidado que ele merece, bem como estejam isentas de quaisquer responsabilidades e infrações legais que possam vir a cometer contra a natureza.

2. Principais metodologias de reúso de água utilizadas no mercado.

Alguns conceitos têm o poder de permanecer válidos e atuais a despeito do tempo, sobrevivendo à História, o que nos remete a noção de dogma. A verdade é que em certos casos a natureza adota algumas práticas, como é o caso da reciclagem ou reúso de água. Ao longo das eras, através do ciclo hidrológico, a natureza tem reciclado e reutilizado a água com muita eficiência.

O que foi proposto pela natureza foi seguido pela humanidade, com a utilização de uma forma indireta ou não planejada de reúso, resultante da utilização de águas por usuários de jusante (captação de água já utilizada) e devolvidas aos rios pelos usuários de montante, sendo responsável pelo abastecimento de milhões de pessoas. Entretanto, este sistema deixou de funcionar a contento em razão do agravamento da questão da poluição, motivado pelo tratamento adequado de efluentes urbanos. Quando o reúso indireto tornou-se ineficaz, evoluiu-se, então, para uma forma direta de reúso, em que o efluente é tratado para reutilização interna ou externa.

A história da utilização do reúso direto, que teve diversas fases ao longo dos últimos dois séculos, pode ser assim resumida: Fase conservacionista total - século XIX, Fase conservacionista específica – até o fim dos anos noventa do século XX e, a terceira fase – em que a humanidade se encontra atualmente.

2.1. Reúso: conceito, aplicação e vantagens na adoção.

Diante de um cenário funesto causado por relatórios climáticos de toda a ordem (relatórios da Convenção de Estocolmo; o Clube de Roma e seus relatórios: Limites do Crescimento, sua atualização de 30 anos, e Além do Crescimento; a Eco-92 e Relatórios do IPCC), tendo em vista as crescentes e restritivas exigências ambientais, as organizações perceberam que, em razão do alto investimento requerido para o tratamento dos efluentes, seria vantajoso reutilizar os efluentes ao invés de devolvê-los aos rios.

Conforme informa Hespanhol “o reúso da água pode gerar uma economia de 30% a 70% para o setor público e privado com os seus gastos com água”.

Para a Secretaria de Meio Ambiente da cidade de São Paulo, a adoção do reúso traz inúmeros benefícios para a sociedade, para o meio ambiente e para as empresas. Vale lembrar que ainda que os fatores sociais e ambientais não sejam analisados em um primeiro momento, cabe a máxima de que tudo está interligado. São vantagens da produção mais limpa para as empresas, “redução de custos; aumento de produtividade e competitividade; melhoria da imagem corporativa; reforço para manutenção e conquista de clientes; maior acesso a linhas de crédito; diminuição de riscos ambientais e; melhor relacionamento com o entorno.”

Para o Instituto Ambiental Reciclar, o reúso de água tem a finalidade de preservar a água com alto índice de potabilidade para o consumo humano e atividades em que se exige maior grau de pureza, como nas indústrias alimentícia e farmacêutica.

A água de reúso pode ser aplicada em processos industriais na indústria têxtil como lavagem e tingimento dos produtos.

A título de exemplo, podemos nos limitar aos baixos custos de produção do metro cúbico da chamada *água de utilidade* (produzida através de tratamento de efluentes secundários e distribuída por adutoras que servem a um agrupamento significativo de indústrias). O que se constitui em um grande atrativo para abastecimento industrial. De acordo com Hespanhol, “em algumas áreas da região metropolitana de São Paulo o custo da água posta à disposição da indústria está em torno de oito reais por metro cúbico, enquanto que a água de utilidades apresenta um custo marginal por metro cúbico pouco superior a quatro reais.”

As antigas práticas de mercado traduzem a crença corrente de que a água potável seria um recurso com grande potencial de renovação e facilmente encontrado / extraído. A mudança de paradigma se deve à própria mudança nas práticas de mercado, pois a indústria pagaria tanto pela coleta da água no meio ambiente quanto pelo lançamento dos dejetos.

O gerente de processamento da empresa *Coats Corrente*, Mário Rodrigues, avalia o emprego do reúso como fundamental na medida em que se conjugam fatores econômicos e ambientais.

Um Programa de Conservação e Reúso de Água – PCRA – é, de acordo com a FIESP (2008), composto por um conjunto de ações específicas de racionalização do uso da água na unidade industrial, a partir da análise de demanda e oferta de água, em função dos usuários e das atividades consumidoras, com base na viabilidade técnica e econômica de implantação.

Em geral, as ações constantes de um PCRA são: modificações em equipamentos e processos; otimização dos processos de resfriamento; reúso aplicado na planta industrial, e; implantação de sistema de Gestão da Água.

2.2. Metodologias de reúso.

De acordo com Twardokus (2008), o uso racional dos recursos hídricos se mostra cada vez mais necessário, em razão dos crescentes custos e restrições ambientais impostos tanto pelo mercado como pelos países. Desta forma, duas importantes rotas podem contribuir para o uso racional da água: o aprimoramento técnico das novas máquinas e a redução nas instalações atuais.

A implantação de um PCRA requer o conhecimento pleno do uso da água em todas as edificações, áreas externas e processos, de maneira a identificar os maiores consumidores e as melhores ações de caráter tecnológico a serem realizadas,

bem como os mecanismos de controle que serão incorporados ao Sistema de Gestão da Água estabelecido.

A implantação de programas deste tipo é dividida em quatro etapas: avaliação técnica preliminar; avaliação da demanda de água; avaliação da oferta de água e estudo de viabilidade técnica e econômica.

A metodologia do PCRA deve ser analisada caso a caso, avaliando custos efetivos e benefícios potenciais. Este programa deve ser encarado como uma prática voluntária de conduta, tendo em vista que promove um melhor desempenho ambiental das empresas que o adotam e aumenta sua competitividade ao fabricar o mesmo produto com menor geração de resíduos e menor consumo de insumos e matérias-primas.

Esta metodologia apresenta como maiores vantagens: uma completa conciliação com o mercado – na medida em que indica uma postura proativa, produzindo e / ou reforçando uma imagem positiva perante a sociedade, e; total adequação / conformação à legislação ambiental – o que possibilita a redução de passivos ambientais e redução de demandas judiciais e entraves de ordem jurídica.

3. Metodologias de reúso de água como condição de sustentabilidade para a indústria têxtil e o meio ambiente.

Segundo Sachs (2005), o conceito de desenvolvimento sustentável surgiu como evolução da idéia de ecodesenvolvimento – uma via intermediária entre o ideário neomalthusiano seguido pelo Clube de Roma (que apregoa que o consumo abusivo dos recursos naturais, o crescimento exponencial da população mundial e a poluição acumulada ao longo da história da humanidade constituem sérios entraves ao crescimento) e os partidários da idéia de crescimento a todo o custo (que entendem consciência ambiental como sinônimo de consciência social, diretriz a ser sustentada apenas pelos países desenvolvidos).

O desenvolvimento sustentável é, em realidade, a síntese de três aspectos: inclusão social, ações ambientais planejadas e permanentes, capazes de se manter ao longo do tempo, deixando um legado positivo no seu entorno e com viabilidade econômica a longo prazo.

3.1. Sustentabilidade: conceito, aplicação e vantagens.

Para Sachs (2005), “o desenvolvimento deve se pautar por dois princípios éticos que se complementam: a solidariedade sincrônica com as gerações presentes e a solidariedade diacrônica com as gerações futuras.”

Com relação às vantagens da adoção de metodologias de reúso de água podem ser citadas o impacto positivo sobre a imagem da empresa e a redução de custos. Conforme assevera Guercio, “a imagem da empresa tem ligação com sua atitude ambiental. As empresas atuais devem estar preparadas para enfrentar esta nova realidade no cenário dos negócios. O mercado é exigente e a sustentabilidade dos negócios está diretamente ligada à sustentabilidade ambiental.”

No entender de Amelia Gonzalez, as empresas que operam em situação de sustentabilidade sofrerão reveses menores em um cenário de crise por operar com estruturas de governança corporativa, menor exposição a riscos e melhor estruturação a empresas não sustentáveis.

De acordo com Hart (2004), o atual cenário de restrições no consumo de insumos e matérias-primas, na geração de resíduos e de poluição industriais apresenta oportunidades para redução de custos e de riscos para as empresas desenvolverem habilidades e potenciais no combate à poluição e de ecoeficiência.

A despeito de oportunidades e ameaças, forças e fraquezas propagadas por certas matrizes de planejamento estratégico, vale lembrar o conceito de sustentabilidade empresarial proposto pelo Instituto Ethos (Ursini 2005): “consiste em ‘assegurar o sucesso do negócio a longo prazo e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, um meio ambiente saudável e uma sociedade estável’.”

O conceito de sustentabilidade empresarial pressupõe, ao mesmo tempo, crescimento, rentabilidade e geração de resultados econômicos, mas também contribuição para o desenvolvimento da sociedade e para a preservação do planeta. Ou seja, trata-se do conceito do *Triple Bottom Line*, que determina que a empresa deva gerir seus resultados, focando tanto no resultado econômico adicionado quanto nos resultados ambiental e social adicionados.

Segundo Ursini (2005), uma gestão socialmente responsável agrega valor à marca, associando valores positivos que perpassam o produto propriamente dito, gera relacionamentos duradouros, fixando uma imagem positiva junto ao mercado e impactando sobremaneira as vendas.

É corrente que o status de sustentabilidade está diretamente relacionado à percepção do mercado de valores como solidez e perenidade, o que confere maior grau de atratividade no mercado investidor. Deste modo o desempenho sustentável por parte das empresas está relacionado à sua permanência no mercado, gerando valores de longo prazo tanto para *shareholders* como para *stakeholders*. Assim, a sustentabilidade deixou de ser simples diferencial, se tornando não apenas praxe de mercado.

O desenvolvimento sustentado se tornou palavra de ordem para qualquer empresa que se pretenda manter no mercado. Com a adoção de práticas mais responsáveis, tem-se uma imagem favorável junto ao mercado, otimizam-se os custos, reduzem-se os impactos ambientais, aumenta-se a qualidade do produto final e melhoram-se os processos produtivos. O que, como dito antes, resulta em maior competitividade e efetividade. Indo além, podemos afirmar que a sustentabilidade empresarial perpassa a organização como um todo.

3.2. Indústria têxtil e meio ambiente: coexistência possível.

A indústria têxtil é grande usuária de água em todo o seu processo industrial, podendo consumir em média, num processo de lavagem entre 60 e 80 litros/kg por tecido. Em se tratando do expediente têxtil, as águas residuárias têm origem nos processos de lavagem, alvejamento, purga e tingimento e nos efluentes líquidos gerados pelo sistema de lavagem dos gases das caldeiras.

Os números impressionam: os efluentes gerados pela indústria têxtil contêm entre 80 e 85% de água. Desse total, há a utilização em torno de 75% de toda a energia gerada e 65% de produtos químicos para converter as fibras em tecidos são usados nas etapas de tingimento e de finalização.

A quantidade de água gasta no primeiro elo da cadeia é o valor de 11m³ usado na produção de um par de calças jeans. A questão é que a referida quantidade equivale à capacidade de um caminhão-tanque de tamanho padrão, ou seja, quantidade suficiente para abastecer uma pequena comunidade. Já na confecção e modelagem de roupas e afins, os restos do processo são resíduos sólidos com grande potencial de reciclagem.

O uso de água em diversas fases da cadeia produtiva têxtil impacta de forma negativa as estruturas de custos das unidades fabris têxteis, reduzindo a competitividade do setor. Dessa forma, a reutilização dos efluentes líquidos tornou-se uma alternativa de otimização de custos e redução de impactos no meio ambiente. O

que se reverte em competitividade, assegurando a sustentabilidade das empresas do segmento têxtil.

Desse modo, tais medidas parecem suficientes para manter um curso de ação capaz de aliar lucratividade à responsabilidade socioambiental, remetendo a um dos conceitos-chave da Administração moderna – a busca pela efetividade, qual seja: que toda organização seja capaz de deixar um legado positivo à localidade em que se instalou – seja pela manutenção de seus recursos ambientais, seja pelo saldo social positivo junto à população do entorno da unidade fabril. Somente com o alcance da efetividade, tem-se um cenário de sustentabilidade.

As pressões crescentes da sociedade com relação à questão ambiental têm levado as empresas da cadeia produtiva têxtil a fazer investimentos vultosos, a fim de tornar seu negócio sustentável. Investimentos de vulto na cadeia produtiva das fibras alternativas e em processos mais limpos, eficientes e certificados internacionalmente. A título de exemplo vale observar o caso do algodão colorido naturalmente.

Aliada às melhoras trazidas pela tecnologia, o incremento em qualidade e eficiência proveniente de melhores práticas de gestão e controle implantadas a partir das certificações ISO 14.000 e OEKO-TEX-100 certamente tem um impacto maior, pois demonstra profissionalização e amadurecimento do setor, o que servirá de estímulo para o mercado brasileiro atingir um estágio mais aprofundado de compromisso com a sustentabilidade.

Portanto, aquelas práticas que, em um primeiro momento, soam como mera questão de marketing torna-se um meio de sobrevivência da organização. E, neste sentido, a indústria têxtil muito tem a ganhar com a adoção de práticas ambientalmente responsáveis. De fato, a sustentabilidade deixou de tão somente integrar o mundo das idéias e tornou-se real, apoiando ações em metodologias com o uso de indicadores, definição de metas e elaboração de análises.

Durante a crise econômica mundial de 2008, as empresas sustentáveis foram as que sofreram os menores danos, em razão de uma estrutura de custos enxuta, da preocupação com a efetividade e da busca pela competitividade.

Portanto, se antes problemas eram restritos a áreas isoladas, a partir da globalização o mundo passou a sofrer da síndrome do efeito dominó. Logo, o que atinge um, resvala em muitos. Nenhuma crise fica restrita a um único setor / país. Nesta perspectiva, as metodologias de reúso de água se firmam como uma das técnicas para alcance da sustentabilidade.

Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo investigar as relações entre a indústria têxtil e a gestão ambiental observando uma metodologia em especial – mecanismos de prevenção da poluição. Dentre estes, escolheu-se como objeto de estudo o reúso de água, em razão da grande demanda por este tipo de insumo pela indústria em análise, e também, pelo alto grau de poluição nos efluentes produzidos de forma constante no expediente têxtil. Esta investigação serviu como pano de fundo para outro debate - reúso de água como condição de sustentabilidade para a indústria têxtil.

Em princípio, o estudo mostrou que dentre as várias metodologias existentes de gestão ambiental, a mais aceita e indicada pela literatura para o tratamento de efluentes dispensados pela indústria têxtil é a dos mecanismos de prevenção da poluição, atendo-se aos aspectos conceituais, bem como aos aspectos fáticos, formas de aplicação e vantagens na adoção da metodologia.

Também foi possível apresentar as principais metodologias de reúso de água consagradas na literatura e ratificadas pela praxe no mercado. Partiu-se de uma

discussão conceitual, passando pelas indicações de uso e vantagens na adoção das práticas deste tipo, até a apresentação das metodologias de reúso – com atenção ao chamado PCRA – Programa de Conservação e Reúso de Água, sinalizando critérios de utilização, fases para a implantação e vantagens potenciais na adoção.

Por fim, não menos importante, analisou-se as vantagens potenciais quando da adoção de metodologias de reúso de água, verificando se esta prática funcionaria como condição de sustentabilidade para a indústria têxtil e coexistência possível com o meio ambiente. De pronto, afigura-se um panorama acerca do desenvolvimento sustentável, partindo da apresentação teórica com conceitos, impactos e implicações na indústria têxtil, indo até um cenário macro em que também se debatem impactos e implicações no mercado. Analisaram-se também vantagens na adoção desta filosofia, ou indo além, não apenas um modo de pensar a organização, e sim um verdadeiro *modus vivendi*, em que se conjuga em uma mesma equação retorno financeiro, cuidado com pessoas – intra e extramuros e atenção ao meio ambiente. Ao fim, tratou-se ainda da sustentabilidade como via de coexistência possível entre a indústria têxtil e o meio ambiente.

Referências

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CASTRO JÚNIOR, Orlando Vieira de. **Custos e despesas ambientais na indústria têxtil**. Disponível em <http://www.polosolucoes.com.br/artigos/custosedespesasambientaisnaindustria%20t%C3%A9xtil.pdf>. Acesso em 27.10.2008 às 20:10h.

CAZONATTI, Bruno. **Essa tal sustentabilidade**. in: Razão Social, nº 58, jan. 2008, p. 23.

CETESB. **Manuais ambientais CETESB: compilação de técnicas de prevenção à poluição para a indústria têxtil**. Disponível em http://www.ana.gov.br/Destaque/d179-docs/PublicacoesEspecificas/Textil/Manual_ambiental_textil.pdf. Acesso em 19.09.2008 às 13:18h.

CETESB. **Relatórios ambientais: Implementação de um Programa de Prevenção à Poluição**. Disponível em http://www.cetesb.sp.gov.br/Tecnologia/producao_limpa/documentos/manual_implem.pdf. Acesso em 15.03.2009 às 22:40h.

FIESP. **Conservação e reúso de água: manual de orientações para o setor industrial volume 1**. Disponível em http://www.ana.gov.br/AcoesAdministrativas/CDOC/Catalogo_imgs/Conservacao_e_Reuso_de_Agua.pdf. Acesso em 18.08.2008 às 13:41h.

GUERCIO, Mary Jerusa. VAN BELLEN, Hans Michael. **Meio ambiente e indústria têxtil: um estudo sobre a aplicação de ferramentas de gestão ambiental no estado de Santa Catarina e sua repercussão sobre a imagem das empresas**. Disponível em http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro3/arquivos/TA293-06032006-112512.DOC. Acesso em 11.10.2008 às 21:28h.

HART, Stuart L. MILSTEIN, Mark B. **Criando valor sustentável**. in: RAE executivo, v.3, nº2, Maio / Jul. 2004, pp. 65 – 79.

HESPANHOL, Ivanildo. **Potencial de reúso de água no Brasil - agricultura, indústria, municípios, recarga de aquíferos.** Disponível em <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/encuen/ivan.pdf>. Acesso em 20.08.2008 às 10:02h.

IAR. **Água com consciência: Água de reúso para Coats Corrente.** Disponível em http://iar.org.br/novs.php/?subaction=showfull&id=1190819571&archive=&start_from=&ucat=1&. Acesso em 31.10.2008 às 08:20h.

LEMOS, Haroldo Mattos et alli. **Sustentabilidade das organizações brasileiras.** Niterói: ABEPRO, 2006.

PERALTA-ZAMORA, Patricio et alli. **Novas tendências no tratamento de efluentes têxteis** in: Química Nova, v.25, n.1, São Paulo, Janeiro – Fevereiro /2002. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-22002000100014&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em 30.09.2008 às 17:40h.

Portugal Têxtil. **Sustentabilidade: a revolução têxtil.** Disponível em <http://www.portugaltextil.com/tabid/63/xmmid/407/xmid/34631/xmview/2/NoticiaID/34631/Default.aspx>. Acesso em 03.03.2009 às 22:05h.

SACHS, Ignacy. **O desenvolvimento sustentável: do conceito à ação. De Estocolmo a Johannesburg.** in DOWBOR, Ladislau. TAGNIN, Renato Arnaldo (org.). **Administrando a água como se fosse importante: gestão ambiental e sustentabilidade.** São Paulo: SENAC São Paulo, 2005.

SECRETARIA do Meio Ambiente de São Paulo. **Produção Mais Limpa (P+L) e Reúso de Água na Indústria.** Disponível em http://homologa.ambiente.sp.gov.br/EA/encontro_agua_1106/paraiba_sul/palestras/Jose_Pacheco.pdf. Acesso em 30.10.2008 às 14:35h.

TWARDOKUS, Rolf Guenter. **Reúso de água no processo de tingimento da indústria têxtil.** Disponível em <http://www.tede.ufsc.br/teses/PENQ0135.pdf>. Acesso em 18.08.2008 às 13:44h.

URSINI, Tarcila Reis. BRUNO, Giuliana Ortega. **A Gestão para a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável** in: FAT, ano 2, n. 32, Junho - Agosto/2005. Disponível em http://www.fundatec.org.br/pdf/RevistaFAT03_2005.pdf#page=40. Acesso em 20.09.2008 às 11:25h.

Resumo de Dissertação

ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL POR PARTE DOS ATORES ENVOLVIDOS EM UM ARRANJO PRODUTIVO LOCAL

ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL POR PARTE DOS ATORES ENVOLVIDOS EM UM ARRANJO PRODUTIVO LOCAL – O CASO DO APL DE MODA ÍNTIMA DE NOVA FRIBURGO E REGIÃO

Resumo

O aumento da escala de produção e consumo tornou-se o fator determinante da intensificação da exploração dos recursos naturais e da elevação da geração de resíduos e emissões atmosféricas, contribuindo, decisivamente, para a degradação ambiental. A Indústria de Confecção, de um modo geral, não carrega o estigma de poluidora. No entanto, ao utilizar recursos e gerar resíduos, também causa impactos ambientais, que podem ser representativos, considerando-se o padrão de produção e o volume produzido. Diante disso, este trabalho tem como objetivo conhecer as percepções de atores do Arranjo Produtivo Local (APL) de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região em relação à sustentabilidade ambiental, no que se refere à atividade desenvolvida. Para isso, partiu-se da hipótese de existência de *gaps* entre a importância atribuída a ações de sustentabilidade ambiental e à adesão das confecções a tais ações, como também em relação ao desempenho do APL, tanto na percepção de empresários, quanto de membros da governança. Para atingir este propósito, a pesquisa utilizou o método quali-quantitativo. Na fase quantitativa, a teoria dos conjuntos *fuzzy* foi utilizada para avaliar a percepção desses atores. Como resultado desta fase, empresários e membros da governança expressaram que, basicamente, as ações de sustentabilidade ambiental apresentadas nos questionários aplicados eram importantes. No entanto, ocorreram *gaps* significativos entre a importância atribuída às ações e o grau de adesão das empresas, bem como entre a importância atribuída às ações e o desempenho do APL, indicando que, na percepção desses dois grupos, não há congruência entre a importância percebida e as práticas coletivas e individuais. Confirmada a hipótese da existência de *gaps*, a segunda fase, qualitativa, buscou ouvir empresários, membros da governança e da sociedade civil, para, por meio da análise de conteúdo, aprofundar o conhecimento do contexto em que ocorrem tais fenômenos. Com base nisso, foi possível confirmar que um dos principais problemas do APL é a destinação dos resíduos têxteis, fato que se torna crítico em função do novo Sistema de Licenciamento Ambiental (SLAM), em vigor desde fevereiro de 2009 e da Lei 12.305, de 02 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. A conclusão a que se chega é que, de modo geral, existe a preocupação com as questões ambientais por parte dos empresários e da

Governança, porém, por conta das restrições financeiras com que convivem os micro e pequenos empresários da região, há uma tendência de relegá-la ao segundo plano, de forma que as ações sejam mais reativas, que estratégicas. Desta forma, em relação aos impactos ambientais provocados pela atividade, assume grande importância, em longo prazo, a educação ambiental, o desenvolvimento tecnológico e o emprego de ferramentas de gestão ambiental, como o *ecodesign*, ecoeficiência e Produção mais Limpa (PmaisL), para a minimização da geração de resíduos na fonte.

Palavras-chave: Percepção. Sustentabilidade Ambiental. APL de Nova Friburgo e Região.



CRA/RJ

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO RIO DE JANEIRO