

Publicação da Revista Inovação Tecnológica da Faculdade Flamingo

São Paulo, SP - Volume 8, Número 2 ISSN

2179-2895

**MANTENEDORES DA FACULDADE FLAMINGO**

Ana Margarida Stefanutto Pinto  
Francisco Assis de Carvalho Pinto

**DIRETOR GERAL DA FACULDADE FLAMINGO**

Alessandro Augusto Pereira

**DIRETOR ADMINISTRATIVO DA FACULDADE FLAMINGO**

Mateus Stefanutto

**DIREÇÃO ACADÊMICA DA FACULDADE FLAMINGO**

Alessandro Augusto Pereira

**São membros do Conselho Editorial**

Prof. Dr. Alessandro Marco Rosini (Faculdade Flamingo - SP), [alessandro.rosini@grupoflamingo.com](mailto:alessandro.rosini@grupoflamingo.com)  
Prof. Dr. Angelo Palmisano (UNIVAG - MT), [angelopalmisano@uol.com.br](mailto:angelopalmisano@uol.com.br)  
Prof. Dra. Mônica Mancini (PUC - SP), [monmancini@gmail.com](mailto:monmancini@gmail.com)  
Prof. Dr. Koiti Egoshi (USP - SP), [koiti@egoshi.com.br](mailto:koiti@egoshi.com.br)

**São membros do Conselho Científico**

Prof. Dr. Koiti Egoshi (USP - SP), [koiti@egoshi.com.br](mailto:koiti@egoshi.com.br)  
Prof. Dr. Arnoldo José de Hoyos (PUC - SP), [arnoldodehoyos@yahoo.com.br](mailto:arnoldodehoyos@yahoo.com.br)  
Prof. Dra. Mônica Mancini (PUC - SP), [monmancini@gmail.com](mailto:monmancini@gmail.com)  
Prof. Dra. Rita Borges (FSI - RJ), [ritaborges.amaral@uol.com.br](mailto:ritaborges.amaral@uol.com.br)  
Prof. Dr. Luis Otoni (IFSUL Pelotas - RG), [luis.otoni@terra.com.br](mailto:luis.otoni@terra.com.br)  
Prof. Dr. Ubiratan Silva Alves (Faculdade Diadema (Uniesp) - SP), [ubiratan.alves@uniesp.edu.br](mailto:ubiratan.alves@uniesp.edu.br)  
Prof. Dr. Angelo Palmisano (UNIVAG - MT), [angelopalmisano@uol.com.br](mailto:angelopalmisano@uol.com.br)  
Prof. Dra. Maria Lúcia Gili Massi, (FIPEN - SP), [mlgmassi@fipen.edu.br](mailto:mlgmassi@fipen.edu.br)  
Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro, (UNIFESP - SP), [albertoclaro@albertoclaro.pro.br](mailto:albertoclaro@albertoclaro.pro.br)  
Prof. Dra. Ilka S Vercellino (Centro Univ. São Camilo - SP), [ilkavercellino@gmail.com](mailto:ilkavercellino@gmail.com)  
Prof. Dr. José Flávio Messias (ENIAC - SP), [jflaviomessias@hotmail.com](mailto:jflaviomessias@hotmail.com)

**São Membros Revisores de textos**

Prof. Ms. Mônica Cairrão Rodrigues (PUC - SP), [mcairrao@gmail.com](mailto:mcairrao@gmail.com)  
Prof. Ms. Aurélio José Vitorino (Fiap - SP), [vitorinoaj@gmail.com](mailto:vitorinoaj@gmail.com)  
Prof. Ms. Paulo Nogueira (FGF Fortaleza - CE), [paulonogueira@fgf.edu.br](mailto:paulonogueira@fgf.edu.br)  
Prof. Ms. Justino Salgueiro (FMU - SP), [justino@jsconsulting.com.br](mailto:justino@jsconsulting.com.br)  
Prof. Ms. Osmar Saito (Centro Univ da FEI - SP), [osmar.saito@uol.com.br](mailto:osmar.saito@uol.com.br)

Prof. Dr. Koiti Egoshi (USP - SP), [koiti@egoshi.com.br](mailto:koiti@egoshi.com.br)  
Prof. Dr. Arnoldo José de Hoyos (PUC - SP), [arnoldodehoyos@yahoo.com.br](mailto:arnoldodehoyos@yahoo.com.br)  
Prof. Dra. Mônica Mancini (PUC - SP), [monmancini@gmail.com](mailto:monmancini@gmail.com)  
Prof. Dra. Rita Borges (FSI - RJ), [ritaborges.amaral@uol.com.br](mailto:ritaborges.amaral@uol.com.br)  
Prof. Dr. Luis Otoni (IFSUL Pelotas - RG), [luis.otoni@terra.com.br](mailto:luis.otoni@terra.com.br)  
Prof. Dr. Ubiratan Silva Alves (Faculdade Diadema (Uniesp) - SP), [ubiratan.alves@uniesp.edu.br](mailto:ubiratan.alves@uniesp.edu.br)  
Prof. Dr. Angelo Palmisano (UNIVAG - MT), [angelopalmisano@uol.com.br](mailto:angelopalmisano@uol.com.br)  
Prof. Dra. Maria Lúcia Gili Massi, (FIPEN - SP), [mlgmassi@fipen.edu.br](mailto:mlgmassi@fipen.edu.br)  
Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro, (UNIFESP - SP), [albertoclaro@albertoclaro.pro.br](mailto:albertoclaro@albertoclaro.pro.br)  
Prof. Dra. Ilka S Vercellino (Centro Univ. São Camilo - SP), [ilkavercellino@gmail.com](mailto:ilkavercellino@gmail.com)  
Prof. Dr. José Flávio Messias (ENIAC - SP), [jflaviomessias@hotmail.com](mailto:jflaviomessias@hotmail.com)

## EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Mariana Soglia

## BIBLIOTECÁRIA

Mariana Soglia

**RIT - REVISTA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA.** Vol.8, nº2 – São Paulo, 2018.

### Periodicidade Semestral

I. Código de Defesa do Consumidor; II. Transdisciplinaridade ; III. GED - Produtividade;  
IV. Alfabetização; V. Redes Sociais;

**ISSN 2179-2895**

## EDITORIAL

Olá colegas, estimo que todos estejam muito bem.

Esta revista tem como objetivo divulgar pesquisas nacionais e internacionais relacionadas à Inovação Tecnológica que possam contribuir para o Desenvolvimento Sustentável dessas áreas no Brasil.

A *Revista Inovação Tecnológica – RIT*, é uma publicação de fins acadêmicos de forma eletrônica semestral e bilíngue da Faculdade Flamingo São Paulo (São Paulo, Brasil). Os textos publicados e assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores, permitindo-se a reprodução parcial ou total dos textos publicados, desde que a fonte seja citada.

## PREFÁCIO

Prezado leitor, nessa segunda edição do ano de 2018, temos a publicação do artigo **Os Impactos do Código de Defesa no Comportamento do Consumidor**, o autor Carlos Roberto Miranda aborda os conceitos de consumidor, fornecedor, produtos e serviços, os direitos do consumidor, estrutura do código de defesa do consumidor e princípios gerais do código de defesa do consumidor. No segundo capítulo serão apresentadas **As narrativas como estratégia de aprendizagem significativa: uma experiência transdisciplinar**, onde os próprios autores Aléssio Adrian Chiuratto, Isilda Guimarães de Souza e Cintia Cristina Escudeiro Biazan,

nos apresentam o resultado de uma experiência vivenciada na disciplina das narrativas. Já no terceiro artigo, tem como objetivo melhorar o endereçamento e a classificação de produtos e com isso obter agilidade, ter colaboradores bem preparados e criar um estoque exclusivo para atender os clientes do *e-commerce* na empresa BJTS Confecções, texto de Roberto Cezar Datrino, et.Al, sob o título: **Os desafios da logística para atender os clientes do E-commerce na empresa BJTS confecções.**

Já André Luís Palácios e Fernando José Lopes no artigo **A percepção de professores paulistanos sobre o processo de letramento e alfabetização**, que analisa a evolução dos correspondentes bancários nos últimos anos no Brasil e a importância dos pontos de atendimentos.

Nessa edição, encontramos um artigo dos professores Benedito José Santos e Koiti Egoshi, que aborda o **Moodle como tecnologia social em prol da sustentabilidade**, apresenta uma análise qualitativa do CMS (Content Management System) Moodle como Tecnologia Social utilizada em favor da Sustentabilidade.

Caro amigo leitor, esperamos que você goste de nossa nova edição. Obrigado e boa leitura!

Cordialmente,

Mariana Gabriele da Paixão Soglia – Bibliotecária Responsável

Professor Doutor Alessandro Marco Rosini

**Coordenador Editorial da Revista Inovação Tecnológica - RIT, da Faculdade Flamingo**

Dezembro, 2018

## Os Impactos do Código de Defesa no Comportamento do Consumidor

Carlos Roberto Miranda

Mestrando em Educação na UNICID/SP – Universidade Cidade São Paulo

[crmiranda71@gmail.com](mailto:crmiranda71@gmail.com)

### Resumo

O presente artigo apresenta: Os Impactos do Código de Defesa no Comportamento do Consumidor. No primeiro capítulo será abordado o estudo do Código de Defesa do Consumidor, sua história e de que forma a criação dessa lei foi benéfica aos consumidores. O Código de Defesa do Consumidor dispõe de leis que protegem e defendem os consumidores e lhes assegurem de seus direitos, com uma das finalidades de instruir a forma de consumo e a incumbência que tal fornecedor tem para o consumidor final, gerando uma conduta transparente aos fornecedores que o seguem. No desenrolar do artigo serão abordados o conceito de consumidor, fornecedor, produtos e serviços, os direitos do consumidor, estrutura do código de defesa do consumidor e princípios gerais do código de defesa do consumidor. No segundo capítulo serão apresentados os principais fatores que influenciam o comportamento de consumo das pessoas e como esses impactam diretamente em nossas vidas.

**Palavras-chave:** Impactos - Código de Defesa do Consumidor - Comportamento do Consumidor.

**Data de aceite:** 23/11/2018 **Data de publicação:** 28/02/2019

## **INTRODUÇÃO**

Criado em 11 de setembro de 1990 e entrando em vigor em 11 de março de 1991, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi criado a partir da imposição da população, para que houvesse um regulamento dos direitos sociais por meio da Constituição Federal de 1988, que as amparassem em meio à redemocratização do Brasil.

O objetivo inicial desse artigo compreende em analisar o Código de Defesa do Consumidor (CDC), como surgiu, seu papel na sociedade e impacto que trouxe para a população do Brasil na época que foi criado.

Para esse fim, discorrerá a princípio como o Código de Defesa do Consumidor (CDC) surgiu no Brasil, como o vínculo entre fornecedor e consumidor foi modificado, criações de órgãos públicos que procuram promover e supervisionar as organizações a fim de proteger e fazer valer os direitos dos consumidores.

Logo após, serão conceituados de forma bibliográfica os conceitos de Consumidor, Fornecedor, Produto e Serviços.

Posteriormente, a estrutura do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e Direitos Básicos do Consumidor presentes na Lei nº 8.078/90.

Por fim, apresentará os impactos que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) trás ao dia-a-dia do Brasileiro, citando o artigo 49 presente no Código de Defesa do Consumidor (CDC).

### **1. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Para Sheth et. al. (2001), o comportamento do consumidor trata das atividades físicas e mentais realizadas por clientes que resultam em decisões e ações, como compram e utilizam produtos e/ou serviços, bem como pagam por eles. A definição proposta de comportamento do cliente inclui várias atividades e muitos papéis que os indivíduos podem assumir.

Segundo Sheth et. al. (2001), estudar o comportamento dos consumidores é entender os indivíduos em seu papel como clientes, saber que produtos adquirirão, como efetuam seus pagamentos e quais são suas reais experiências com eles.

Esses fatos determinam cada tipo de consumidor e se o mesmo ficaria satisfeito com os serviços e/ou produtos disponibilizados pela empresa, quais tipos de mudanças nos projetos de outros produtos podem atrair esse tipo de consumidor.

A empresa necessita conhecer seu cliente, para fazer seus planejamentos e na tomada de decisões com o objetivo de saber se devem ou não lançar determinado produto e/ou serviço. Sheth et. al. (2001) ainda coloca que a pesquisa sobre o comportamento do consumidor, é importante para criar valor para o cliente e comunicar a ele esse valor.

Atualmente as empresas estão produzindo cada vez mais, fazendo mais com menos, e as que terão sucesso serão as que conquistarem primeiramente seus clientes.

Uma pesquisa sobre o comportamento de cada consumidor é extremamente importante e essencial para se alcançar o sucesso desejado.

### **1.1 Conceitos de Consumidor**

Conforme o C.D.C., disposto no artigo 2º. da Lei nº 8.078/90, consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Para Moura (2003), consumidor é: “qualquer pessoa que contrata para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou locação de bens ou prestação de um serviço”.

Já para os autores Herman e Benjamin apud Almeida (2003) que expressam de forma mais detalhada a apreciação jurídica de consumidor, como:

Todo aquele que para uso pessoal, de sua família, ou dos que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva a ele, adquire ou utiliza produtos, serviços ou quaisquer outros bens ou informação colocados à sua disposição por comerciantes ou por qualquer outra pessoa natural ou jurídica, no curso de sua atividade ou conhecimento profissional.

Othon Sidou (1977) apud Filomeno (2005) definem consumidor como:

Qualquer pessoa natural ou jurídica, que contrata, para a sua utilização, a aquisição de mercadoria ou a prestação de serviço, independentemente do modo de manifestação de vontade, salvo quando a lei exigir expressamente, ou seja, utilizar, consumir um produto ou serviço para uso próprio, sem intenção de ser intermediário, fornecedor do produto consumido.

## **1.2 Conceitos de Fornecedor**

Em seu estudo, Nunes (2005) estabelece fornecedores como:

Pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc.”

Conforme Moura (2003), na acepção que foi concedido pelo C.D.C. ao definir fornecedor sobressai três ordens de fornecedores:

O fornecedor real, compreendendo o fabricante, o produtor e o construtor; o fornecedor presumido assim entendido como o importador de produtos industrializados ou in natura e o fornecedor aparente, isto é, aquele que aplica seu nome ou sua marca no produto final.

## **1.2 Conceitos de Produtos**

Presente no artigo 3º, §1º, do C.D.C. estabelece que “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

Dispõem no Código Civil em seus artigos 79 e 82 as definições mais amplas referente a bens móveis e imóveis:

São bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente.

São móveis os bens suscetíveis de movimento próprio, ou de remoção por força alheia, sem alteração da substância ou destinação econômico-social.

Conforme Filomeno (2001), produto define-se como: “qualquer objeto de interesse em dada relação de consumo, e destinado a satisfazer uma necessidade do adquirente, como destinatário final”.

#### **1.4 Conceitos de Serviços**

A definição de serviços está exposta no artigo 3º, §2º, do C.D.C., tal como sendo: “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhistas”.

Para Nascimento (1991), “serviço é a prestação de atividade, é o laborar em favor de outrem”.

#### **1.5 O novo contexto do consumidor**

É fundamental que se conheça mais e melhor o consumidor, que vive constantemente mudando seus comportamentos.

O acesso à informação determinou uma grande mudança nesse comportamento.

Segundo Mainardes (2006), devido à internet, os consumidores além de receberem uma enorme quantidade de informações, através das mais variadas fontes e dos quatro cantos do mundo, a velocidade com que esses dados chegam até seu conhecimento, é cada vez maior.

Ainda segundo Mainardes (2006), associada a essa comunicação imediata, online, temos os avanços relacionados à abertura dos mercados. Podemos comprar na esquina de casa ou em qualquer país, ou seja, o que varia é o tempo da entrega dos produtos.

O consumidor se tornou de uma forma extremamente rápida um ser muito instruído, bem informado, exigente, com gostos diversos e com muitas opções na hora de comprar, envolvido numa economia totalmente globalizada.

A abertura remota das importações no Brasil teve início em 1990 e o auge da internet se consagrou a mais de dez anos. Hoje todos nós temos acesso livre a tudo praticamente, que qualquer lugar e o tempo todo.

Mainardes (2006) afirma que:

Este contexto trouxe mais respeito, cuidado e responsabilidade por parte das empresas com o consumidor, desencadeando mudanças na mídia, nos hábitos de consumo, nas relações comerciais e institucionais. Tornou-se muito mais difícil vender para este cidadão mais exigente e preparado. Acima de tudo, ele não pode, não deve e não admite mais se sentir enganado.

O consumidor de hoje caso se sinta prejudicado, pode ser amparado por específicas leis que tratam dos direitos do consumidor, contando com o apoio dos órgãos competentes na prática da defesa do consumidor.

### **1.6 Direitos Básicos do Consumidor**

Atualmente existe uma regra geral de conduta das empresas para com seus clientes. Isto pode ser explicitado no artigo 4º. do C.D.C. que diz:

A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (a) principio da vulnerabilidade; (b) da adequação do binômio; (c) da boa fé objetiva; (d) da solidariedade; (e) da informação; (f) da responsabilidade civil objetiva e (g) do acesso à justiça, entre outros. O artigo 4º., inciso I trata do princípio da vulnerabilidade dos consumidores, foi através deste inciso que deu origem ao código, pois ele trata da vulnerabilidade técnica, ou seja, da falta de informação sobre o produto e/ou serviço. E também da vulnerabilidade fática, vale dizer, quando o consumidor precisa de um serviço que só pode ser prestado por um fornecedor, bem como da vulnerabilidade econômica porque, em regra, o consumidor tem menos recursos que o fornecedor (VERGARA, 2003, p. 38).

#### **a) Princípio da adequação do binômio segurança e qualidade**

Exige que o produto e/ou serviço seja seguro, ausente de riscos e eficaz, correspondendo aos anseios dos consumidores, obrigando os fornecedores a não lançar no mercado produtos e/ou serviços defeituosos. Caso isso ocorra, e der causa a um acidente de consumo, responderá pelo acidente. Só não responderá se acaso

conseguir provar se seu produto não padece de defeito. Ao consumidor, basta a chamada “prova de primeira aparência”, que permite um juízo de probabilidade.

Tal media obrigou as empresas a fazerem o recall, ou seja, chamar o consumidor para sanar a falha do produto ou serviço oferecido pelo fornecedor. (Vergara, 2003).

**b) Princípio da boa-fé objetiva**

Segunda Vergara (2003), esse princípio determina que ambas as partes ajam com honestidade antes, durante e depois do contrato.

A boa-fé é recíproca, tanto para o fornecedor quanto para o consumidor. O fornecedor tem que agir como uma pessoa proba, respeitando os legítimos interesses e expectativas do consumidor quanto ao produto e/ou serviço oferecido sem causar lesão moral ou física. O consumidor também tem de prestar todas as informações solicitadas, por exemplo, pelos planos de saúde e seguro de carros, entre outros, antes de fechar o negócio com o fornecedor. (Vergara, 2003).

**c) Princípio da solidariedade**

Considera que todos que participam da cadeia de eventos respondem solidariamente. O C.D.C. permite que o consumidor acione o fornecedor mais próximo.

**d) Princípio da informação**

É o dever que tem o fornecedor de dar informações claras, corretas e precisas sobre o produto a ser fornecido e/ou serviço a ser prestado ou contrato a ser firmado. (Cavaliere Filho, 2000).

**e) Princípio da responsabilidade civil**

Objetiva do fornecedor desconsidera o elemento culpa, pois é um conceito subjetivo. O consumidor tem de provar que o dano foi causado pelo produto e/ou serviço e o fornecedor tem de provar que não houve nexos casual.

**f) Princípio de acesso à Justiça**

Consiste no direito que se reconhece a todo cidadão de obter a prestação jurisdicional.

O Capítulo III do C.D.C. dispõe o artigo 6º. que define os Direitos Básicos do Consumidor, como sendo:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas à liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Alguns destes direitos citados acima são reconhecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), por intermédio da Resolução nº 32/248, de 10/04/1985, e também pela International Consumers (CI), que é a confederação mundial de grupos

de consumidores que está presente em 120 países e sua sede fica localizada em Londres.

Os procedimentos internos das empresas devem estar alinhados com o direito do consumidor, pois a utilização prática das normas expressas na lei deve ser seguida pelas empresas interessadas em preservar os direitos de seus consumidores.

Destacam-se entre outros procedimentos, destacados no C.D.C.:

- Fornecedor é obrigado a fazer advertências sobre os riscos que os produtos possam causar aos consumidores. Portanto, todas as informações devem ser transmitidas aos consumidores. Esse artigo obrigou as indústrias de cigarro, por exemplo, a alertar seus consumidores, no maço de cigarros, sobre os riscos que o fumo acarreta;

- Informações ou comunicação publicitária obrigam o fornecedor a cumpri-las. Portanto, os consumidores podem exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade dos produtos e/ou serviços. Sempre que o anúncio for capaz de induzir o consumidor a erro, mesmo que esta não seja a intenção do anunciante, caracterizada estará à publicidade enganosa, passível do que dispõe o C.D.C.

- O fornecedor na publicidade de seus produtos e/ou serviços manterá em seu poder os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem. Se a empresa anunciar que é líder no mercado, então ela deverá ter dados técnicos para comprovar tal liderança;

- Os serviços só podem ser executados com orçamento prévio, do qual devem constar valores da mão de obra e dos materiais, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término do mesmo. Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de 10 (dez) dias, contados de seu recebimento pelo consumidor;

- O consumidor tem o prazo de 07 (sete) dias para trocar os produtos comprados fora do estabelecimento comercial, ou seja, compras por telefone ou pela internet. Também tem o direito de receber como amostra grátis tudo que lhe for fornecido sem sua solicitação;

- O consumidor tem direito a desconto promocional se quitar o pagamento da venda a crédito;
- O prazo para reclamar pelos vícios de produtos não duráveis é de 30 (trinta) dias e de produtos duráveis é de 90 (noventa) dias. Produtos não duráveis exaurem-se no primeiro momento de uso, por exemplo, materiais de limpeza, comida, etc. Produtos duráveis são os que têm uso reiterado e não se exaurem no primeiro momento de uso, tais como, carro, roupa, eletrodomésticos, etc.

## **2. FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Para Kotler (2006) todos os profissionais de marketing devem ter conhecimento do comportamento de consumo, isso vale tanto para teoria como na prática.

Com base nisso, podemos concluir que atualmente é importante, conhecer, estudar e monitorar frequentemente o comportamento dos consumidores, dessa forma é possível detectar ameaças e novas oportunidades no mercado.

"O comportamento do consumidor engloba o estudo de o que compram, por que compram, quando compram, onde compram com que frequência compram e com que frequência usam o que compram" (SCHIFFMAN, KANUK, 2000, p. 5).

Entre os principais fatores que influenciam na decisão final do consumidor, tanto no mercado de negócios como no de consumo estão: os fatores de mercado, culturais, determinantes sociais, condições pessoais e psicológicas (Dias, 2003).

### **2.2.1 Fatores de Mercado**

De forma geral, em relação às atitudes e preferências dos consumidores, o mercado tem grande influência sobre. O fator econômico do país muda a disposição de comprar dos consumidores.

Fatores como níveis de emprego, disponibilidade de crédito para consumo, salários, oferta de produtos, entre outros, acabam sendo determinantes na hora da compra, gerando um clima de pessimismo ou otimismo nos consumidores, refletindo sempre em atitudes desfavoráveis ou favoráveis de compra (Dias, 2003).

O mercado e o clima econômico podem apresentar danos tanto para quem vende como para os consumidores, que acabam deixando de adquirir seus produtos de preferência devido às altas inflações e devido à crise.

Um grande influenciador do consumo de bens também é a tecnologia, que causou a diminuição do ciclo de vida dos produtos. Isso tornou o mercado altamente competitivo, alertando as empresas sobre a importância de considerar a evolução tecnológica antes de lançarem seus produtos.

A tecnologia de forma geral tem tornado os clientes extremamente exigentes. Com o acesso instantâneo as informações sobre produtos, empresas e notícias, os clientes tornam-se mais seletivos em suas escolhas, gerando mais preferências, sofisticação, necessidades, diversidade de gostos e expectativas durante seu consumo, o que gera certa customização das suas necessidades, fazendo com que as empresas sejam mais específicas quando se trata de cliente (Dias, 2003).

### **2.2.2 Fatores Culturais**

Nos hábitos de consumo dos consumidores, a cultura exerce um enorme poder de influência, ou seja, uma mistura de crenças e valores criados pela sociedade, que vem passando de geração a geração e reforçada por instituições como escolas e igrejas (DIAS, 2003). A preferência de uma pessoa por ler ou assistir televisão, o modo de se vestir, estilos musicais, tudo isso são valores de uma cultura pessoal.

“A cultura é o principal determinante dos desejos e do comportamento de uma pessoa. O comportamento humano é em grande parte adquirido” (KOTLER; ARMSTRONG, 2003, p. 120).

A personalidade de uma sociedade assimilando e evidenciando aprendizados, percepções, valores e preferências de uma sociedade ou organização é vista como convívio cultural.

Incluem-se nela grupos com modos de comportamento próprios e classe social, que são pessoas com interesses, valores e comportamentos similares.

Para Kotler e Armstrong (2003) a classe social não é determinada exclusivamente por um fator, ela é determinada através de uma combinação de ocupação, renda, riqueza, instrução, entre outras variáveis. Em alguns sistemas

sociais, os membros das diferentes classes sociais são educados para exercerem determinados papéis e não podem mudar sua posição social.

### **2.2.3 Fatores Sociais**

Os grupos sociais modelam o comportamento dos indivíduos desde a infância. E o comportamento humano é determinado em grande parte pelo seu convívio dentro desses grupos. Quando, essa ligação começa a se tornar explícita chamamos esse grupo de grupo de referência (DIAS, 2003).

Dentro dos fatores sociais uma das principais variáveis sociais são os grupos de referência, segundo Kotler e Keller (2006) esses são aqueles que exercem algum tipo de influência direta ou indireta na vida dos consumidores. Aqueles que exercem uma influência diretamente na vida dos consumidores são chamados de grupos de afinidade e dividem-se em:

- primários (família, amigos, vizinhos e colegas de trabalho);
- secundários (grupos religiosos e profissionais de classe).

Para Kotler e Keller (2006), os consumidores podem ser influenciados também por outros grupos que não pertencem, são os grupos de:

- aspiração (grupos onde a pessoa espera pertencer);
- dissociação (grupos com valores ou comportamentos que a pessoa rejeita).

Dentre os grupos de referência, salienta-se que talvez o grupo familiar seja o mais importante determinante de comportamento do consumidor, devido à estreita e contínua interação entre os seus membros.

Kotler e Keller (2006) afirmam que na vida dos consumidores podem existir dois tipos de família:

- orientação (consiste em pais e irmão);
- procriação (cônjuge e filhos).

Para Kotler e Keller (2006) as pessoas ao longo de suas vidas participam de inúmeros grupos, e a posição que exerce em cada grupo pode ser definida em termos de papéis e status. Dependendo da atividade que uma pessoa possui ou desenvolva

ela possui mais status que outras, sendo assim as pessoas escolhem produtos que comunicam seus papéis e status na sociedade.

#### **2.2.4 Fatores Pessoais**

Segundo Kotler e Keller (2006) esses fatores interpretam as características pessoais de cada indivíduo, ou seja, momentos de vivência de um indivíduo, experiências passadas ou atuais, influenciando nos seus hábitos e tomadas de decisões de consumo. Os elementos que formam esses fatores são:

- Idade e estágio do ciclo de vida: necessidades e desejos dos indivíduos se transformam no decorrer da vida, definindo alguns estágios pelos quais as famílias influenciam a capacidade de satisfação de um indivíduo.
- Ocupação: trata-se da profissão exercida pelos consumidores, caso que influencia diretamente em seus respectivos padrões de consumo.
- Condição econômica: patrimônio, renda disponível, investimentos, créditos que atingem diretamente as escolhas de compra dos consumidores.
- Estilo de vida: é o padrão de vida expresso em atividades, opiniões e interesses que se associam a produtos e serviços específicos, induzindo os consumidores a comprarem de acordo com o posicionamento da marca no mercado.
- Personalidade: cada indivíduo tem uma personalidade própria, que determina e influencia seu comportamento de compra. É um elemento importante que pode definir correlações fortes entre certos tipos de personalidade e escolhas de consumo.

Para Dias (2003) no ciclo de vida os principais estágios são os solteiros e viúvos, casais com e sem filhos. Se for considerado o tipo de produto e/ou serviço que cada ciclo familiar pode consumir, é recomendável considerar o fator idade.

##### **2.2.4.1 Classes sociais e Estilos de Vida**

Segundo Karsaklian (2000), as modernas sociedades buscam algo além da visão de produtos quanto a necessidades, pois já não é mais o valor de uso o que interessa, mas sim o valor-símbolo.

Certos objetos de consumo assumem sentido somente quando são feitos dentro de um contexto social. Seria como as diferentes classes sociais. Muitas empresas necessitam e usam dessas diferenças para montar suas estratégias.

Em seu sentido mais amplo, uma classe social é uma divisão relativamente homogênea e permanente de uma sociedade, no seio da qual é possível classificar indivíduos ou famílias que compartilham valores, modos de vida, interesses e comportamentos de consumo (DUSSART, 1983 apud KARSAKLIAN, 2001).

Consumidores da classe baixa normalmente avaliam produtos de acordo com sua utilidade, se são resistentes, se rendem e se trazem conforto, não optam por estilos, dessa forma sempre estão influenciados a conhecer uma diversidade de produtos novos e estilo.

### **2.2.5 Fatores Psicológicos**

São várias as teorias que tentam explicar o comportamento psicológico dos consumidores. Entretanto, todas elas partem do mesmo ponto, onde o ato de compra é estimulado por uma motivação que atende uma necessidade e dessa forma, desperta um desejo, "o qual será atendido de forma específica, determinada pelas preferências, que estarão diretamente relacionadas ao autoconceito" (DIAS, 2003, p. 70).

Os fatores psicológicos que podem influenciar no comportamento dos consumidores são:

- **Motivação:** trata-se do desejo que direciona os consumidores à ação de satisfazer suas reais necessidades e desejos através de escolhas de produtos e serviços.
- **Percepção:** processo em que a pessoa seleciona, estrutura e decifra as informações recebidas. A percepção depende não só de estímulos físicos, mas também da compreensão da relação desses estímulos com as necessidades presentes naquele momento.
- **Aprendizagem:** conhecimento adquirido pelo consumidor através das suas experiências. Pode ocasionar mudança de comportamento devido uma experiência passada.

- Crenças e atitudes: o posicionamento psicológico, positivo ou negativo do consumidor diante das escolhas de consumo.

Os fatores de mercado, pessoais e sociais são essenciais para classificar o cliente e conhecer suas motivações, além de serem pouco mutáveis, entretanto são ineficientes quando é preciso influenciar as atitudes dos clientes nos diversos estágios de compra.

Durante uma compra, segundo Festinger (apud DIAS, 2003, p. 77), há um "conflito que se estabelece no processo cognitivo associado ao comportamento de compra" chamado dissonância cognitiva.

Um exemplo comum acontece:

Quando consumidores se comprometem — dão um sinal em dinheiro ou fazem uma ordem de pagamento por um produto, especialmente um produto caro, como um carro ou um microcomputador — frequentemente eles começam a sentir dissonância cognitiva quando pensam nas qualidades singulares e positivas das marcas que não foram escolhidas (foram deixadas "de lado"). (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p. 193).

Por muitas vezes, o cliente busca apoio social para a decisão tomada ou através de meios psicológicos para validar sua compra. Assim, isso explica a reação de muitos clientes no pós-compra. "O consumidor pode racionalizar a decisão como sábia, buscar anúncios que apoiem a escolha (ao mesmo tempo em que evita os anúncios dos concorrentes que criam dissonância), tentar "vender" para os amigos os aspectos positivos da marca, ou buscar apoio em proprietários sabidamente satisfeitos" (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p. 193).

Os profissionais de marketing tem se dedicado de forma intensiva para evitar essa dissonância pós-compra, já que é na referência boca a boca que eles conseguem mais clientes e, cliente insatisfeito gera uma propaganda negativa para empresa (DIAS, 2003).

Por isso, os profissionais de marketing dessa área incluem informações de grande relevância no produto ou serviço, pois, geralmente, é aí que eles buscam informações para resolver sua dissonância.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O artigo apresentou como propósito inicial conhecer e possuir melhor entendimento sobre o Código de Defesa do Consumidor (CDC), entender o motivo pelo qual foi criado, captar os benefícios que os consumidores tiveram através da criação dessa lei, quais foram os impactos trazidos pelo código para os fornecedores com intuito de que pudessem se enquadrar nas normas e satisfazer seus consumidores finais.

Inicialmente não foi fácil colocar em prática as normas estabelecidas pelo código, houve resistência, um exemplo que pode ser citado são as instituições bancárias, que não seguiam as normas até meados 2006, no entanto, uma decisão do Supremo Tribunal Federal fez com que seguissem as leis presentes no Código de Defesa do Consumidor (CDC).

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é uma lei nova em comparação a tantas outras, mas foi uma grande conquista que os consumidores conseguiram adquirir, resguardando seus direitos. No entanto, ainda se tem muito a melhor, existem muitas empresas que não cumprem as leis estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), diante disso, os órgãos públicos especializados em fiscalizar tais empresas precisam ser mais enérgicos e estar sempre de olho em empresas que possuem um volume alto de reclamações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

\_\_\_\_\_, A Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon). Disponível em <http://www.defesadoconsumidor.gov.br/portal/a-senacon> Acesso em 19/09/2017;

\_\_\_\_\_, Código de Defesa do Consumidor – Nova ed. rev. atual. e ampl. com os Decretos nº 2.181, de 20 de março de 1997 e 15 de março de 2013 – Brasília: Ministério da Justiça, 2013;

\_\_\_\_\_, História – O nascimento do Código de Defesa do Consumidor no Brasil. Disponível em <http://www.portaldoconsumidor.gov.br/noticia.asp?id=25020> Acesso em 19/09/2017.

BUENO, Elici M<sup>a</sup> Checchin, A história de uma luta que se renova diariamente. Disponível em <https://idec.org.br/em-acao/artigo/25-anos-do-cdc-a-historia-de-umaluta-que-se-renova-diariamente> Acesso em 19/09/2017;

\_\_\_\_\_, Comportamento do Consumidor. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-comportamentodos-consumidores,4c73ce6326c0a410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em 03/11/2017.

\_\_\_\_\_, Fatores que influenciam no Comportamento do Consumidor. Disponível em <https://mindminers.com/consumo/fatores-queinfluenciam-comportamento-do-consumidor> Acesso em 03/11/2017.

\_\_\_\_\_, Comportamento do Consumidor. Disponível em <http://blog.opinionbox.com/comportamento-do-consumidor-marketing/> Acesso em 18/11/2017.

CAVAIERI FILHO, Sergio. O direito do consumidor na liminar do século XXI. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 35, p. 97-108, 2000.

CAMILO, Maria Cecilianne de Moraes, A aplicação do código de defesa do consumidor no turismo: ênfase no consumidor dos meios de hospedagem, 2013. Trabalho de Conclusão de curso (graduação) – Faculdade Cearense, Curso de Turismo. Disponível em

<https://www.faculdadescearenses.edu.br/biblioteca/TCC/TUR/A%20APLICACAO%20DO%20CODIGO%20DE%20DEFESA%20DO%20CONSUMIDOR%20NO%20TURISMO%20ENFASE%20NO%20CONSUMIDOR%20DOS%20MEIOS%20DE%20HOSPEDAGEM.pdf> Acesso em 18/09/2017.

FILOMENO, J. G. de B. Código de defesa do consumidor comentado pelos autores de anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001;

DIAS, Sergio Roberto. Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.

GONÇALVES, Alda Lidia Ferreira, O Código do consumidor e a sua importância como instrumento da ordem econômica, 2012. Trabalho de Conclusão de curso (graduação) – Universidade Federal do Paraíba, Curso de Direito. Disponível em [dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3504/1/PDF%20%20%20Alda%20L%3%ADdia%20Ferreira%20Gon%3%A7alves.pdf](https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3504/1/PDF%20%20%20Alda%20L%3%ADdia%20Ferreira%20Gon%3%A7alves.pdf) Acesso em 18/09/2017.

GONÇALVES, Edinaldo, Código de defesa do consumidor como estratégia empresarial. Disponível em [www.administradores.com.br/artigos/marketing/codigode-defesa-do-consumidor-como-estrategia-empresarial/14363/](http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/codigode-defesa-do-consumidor-como-estrategia-empresarial/14363/) Acesso em 12/09/2017;

GUILHEM, Camila Araujo. O Código de Defesa do Consumidor como forma de garantia em cirurgias estética, 2012. Trabalho de Curso Graduação em Direito Curso de Direito, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília –UNIVEM, Marília, 2012. Disponível em [http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/913/TCCv2\\_merged.pdf?sequence=1](http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/913/TCCv2_merged.pdf?sequence=1) Acesso em 18/09/2017.

HERMAN, A; BENJAMIN. Comentários ao Código de Proteção ao consumidor. São Paulo: Saraiva, 1991.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9º. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, L. Kevin. Administração de Marketing. 12º. e. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2000.

MAINARDES, Rogério. Marketing – ideias, reflexões e prática. Gazeta do Povo, Curitiba, 22 maio 2006. Primeiro Caderno, p. 8.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MOURA, Walter José Faiad de. Dever de educar. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, Revista dos Tribunais, n. 60, p. 212-233.

NASCIMENTO, T. M. C. do. Comentários ao Código do Consumidor. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NICKELS, William G. & WOOD, Marian Burk. Marketing: relacionamentos, qualidade, valor. 1.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

NUNES, R. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2009.

PEREIRA, Luiz Fernando. Breves noções sobre os Princípios Gerais do Código de Defesa do Consumidor, 2013. Disponível em [drluizfernandopereira.jusbrasil.com.br/artigos/111968098/breves-noco-es-sobre-os-principios-gerais-do-codigo-de-defesa-do-consumidor](http://drluizfernandopereira.jusbrasil.com.br/artigos/111968098/breves-noco-es-sobre-os-principios-gerais-do-codigo-de-defesa-do-consumidor).

PISKE, Oriana, O Código de Defesa do Consumidor e o Administrador. Disponível em <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/artigos/2006/o-codigode-defesa-do-consumidor-e-o-administrador-juiza-oriana-piske> Acesso em 12/09/2017;

RAMALHO, Roberto. O que é Código de Defesa do Consumidor? Disponível em <http://www.arcos.org.br/artigos/o-que-e-codigo-de-defesa-do-consumidor/> Acesso em 13/09/2017;

RODRIGUES, Nayara de Souza. A ilegalidade da interrupção do serviço público essencial sob o prisma do código de defesa do consumidor, 2014. Monografia (Curso de Direito), Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Disponível em [https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/872/1/NayaraSR\\_Monografia.pdf](https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/872/1/NayaraSR_Monografia.pdf) Acesso em 18/09/2017.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SIDOU, J.M.OTHON. Proteção do consumidor. Rio de Janeiro: Forense, 1977.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; I. NEWMAN, Bruce. Comportamento do cliente: Indo além do Comportamento do Consumidor. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SOLOMON, Michel R. O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

VERGARA, Sylvia Helena C. Impacto dos direitos dos consumidores nas práticas empresariais. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

## **The Impacts of the Defense Code No Consumer Behavior**

Carlos Roberto Miranda  
Master in Education at UNICID / SP - Universidade Cidade São Paulo  
cromiranda71@gmail.com

### **ABSTRACT**

The present article presents: The Impacts of the Code of Defense on Consumer Behavior. There is no first chapter and addressed the study of the Consumer Defense Code, its history and in what form a creation of the law to beneficial to consumers. The Consumer Defense Code has laws protecting and defending consumers and their employees against their rights, with one of the purposes of education, a form of consumption and a company that is a supplier to the final consumer, generating a transparent conduct to suppliers who follow him. Not unfolding the article addresses the concept of consumer, supplier, products and services, consumer rights, consumer protection code structure and general principles of consumer protection code. In the second chapter is the presentation of the main factors that influence people's consumption behavior and how they impact them directly in our lives.

CARLOS ROBERTO MIRANDA

**Keywords:** Impacts - Code of Consumer Protection - Consumer behavior.

## AS NARRATIVAS COMO ESTRATÉGIA DE APRENDIZAGEM SIGNIFICATIVA: UMA EXPERIÊNCIA TRANSDISCIPLINAR

**ALÉSSIO ADRIAN CHIURATTO**

Universidade Cidade de São Paulo (UNICID)

[professoaleccio@gmail.com](mailto:professoaleccio@gmail.com)

**ISILDA GUIMARÃES DE SOUZA**

Universidade Cidade de São Paulo (UNICID)

[isildaguimaraes@yahoo.com.br](mailto:isildaguimaraes@yahoo.com.br)

**CINTIA CRISTINA ESCUDEIRO BIAZAN**

Universidade Cidade de São Paulo (UNICID) [cintia.biazan@gmail.com](mailto:cintia.biazan@gmail.com)

### Resumo

Este trabalho é resultado de uma experiência vivenciada na disciplina de Narrativas (Auto) biográficas: Pesquisa e formação, do Programa de Mestrado Profissional Formação de Gestores Educacionais da Universidade Cidade de São Paulo UNICID durante o primeiro semestre de 2016. Como método de trabalho cada aluno elaborou a confecção do livro da vida, com ênfase na trajetória profissional em relação aos autores estudados no decorrer do módulo. Evidenciou-se que a estratégia didática utilizada com base nas narrativas apresentou eficácia como instrumento de aprendizagem significativa com alunos pós-graduandos advindos de cursos diversificados. Como resultado observou-se que alunos com formações diferentes, submetidos ao mesmo método didático produziram conhecimentos significativos, perpassando às esferas emocionais, intelectuais e sociais.

**Palavras-chave:** Narrativas - Aprendizagem significativa - Transdisciplinaridade.

**Data de aceite: 23/11/2018 Data de Publicação: 28/02/2019**

ALÉSSIO ADRIAN CHIURATTO, CINTIA CRISTINA ESCUDEIRO BIAZAN,  
ISILDA GUIMARÃES DE SOUZA

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho “AS NARRATIVAS COMO ESTRATÉGIA DE APRENDIZAGEM SIGNIFICATIVA: UMA EXPERIÊNCIA TRANSDICIPLINAR” apresenta uma análise sobre experiência coletiva de aprendizagem significativa vivenciada em disciplina do Programa de Mestrado Profissional durante o primeiro semestre de 2016 na Universidade Cidade de São Paulo UNICID, sob orientação das Professoras Doutoras Ecleide C. Furlanetto e Margaréte May B. Rosito. Como instrumento de avaliação da disciplina elegeram-se a elaboração do livro da vida, na representação de um diário com registro das aulas e, concomitantemente, as narrativas de nossas próprias histórias de vida profissional.

Inicialmente, elaborar um livro da vida narrando sua própria história pode parecer simples, mas sem o privilégio de uma orientação com base em autores conceituados no assunto, esta tarefa pode não trazer resultados com expectativas direcionadas na aprendizagem significativa e desenvolvimento do sujeito. Para esta tarefa utilizou-se o corpo teórico de Celestin Freinet, abordando e sustentando teoricamente esta tarefa. Conhecer a história de um processo em que você está envolvido faz muita diferença para o valor do conhecimento que será adquirido.

Trazer a história para a atualidade com base na reflexão faz parte de qualquer processo de aprendizagem e apoderação do conhecimento. Outros autores contribuíram para o desenvolvimento desta experiência como Delory Mombberger, Decartes e Freud, reflexões relevantes para a construção de qualquer narrativa para a construção do conhecimento. Observou-se um processo de transformação que possibilitou os conhecimentos adquiridos e a percepção que somos capazes de enriquecê-los e de construir nossas identidades, observando nossa história como narrativa com a percepção do aprendizado de forma significativa.

Segundo Ausubel: “O aprendizado significativo acontece quando uma informação nova é adquirida mediante um esforço deliberado por parte do aprendiz em ligar a informação nova com conceitos ou proposições relevantes preexistentes em sua estrutura cognitiva.” (1978, p. 159).

Contudo, uma narrativa de formação é o processo que aproxima o desenvolvimento deste trabalho com análise comparativa da teoria das aprendizagens significativas, pois o ponto de partida foi nossa própria história de

vida. Pois ao passar pelo processo de formação estamos obtendo a própria experiência, se apoderando deste saber na vivência do aprendizado. Cristine Josso nos auxilia sobre a dificuldade de elaboração teórica do processo de conhecimento, que realmente existe muita dificuldade em detalhar as observações e reflexões neste percurso intelectual. Diante do exposto, o aprendizado significativo é evidente após uma síntese neste processo de narrativa acompanhado das reflexões sobre os autores durante o desenvolvimento de uma narrativa.

## **2. MARCO TEÓRICO**

No processo de aprendizagem coletiva do trabalho acima descrito, identificamos duas categorias conceituais: Aprendizagem significativa de David Ausubel e Transdisciplinaridade.

Considerando a teoria da aprendizagem cognitiva de Ausubel, o sujeito em situação de aprendizagem recorre naturalmente aos conhecimentos prévios e experiências vivenciadas ao longo de sua vida. Compreende-se por aprendizagem significativa quando material lógico exposto ao sujeito se transforma em significado psicológico, sendo o ser humano capacitado de armazenar informações em várias estruturas do conhecimento. No entanto, o material apresentado ao sujeito não ancora em qualquer outra área do conhecimento, mas sim em áreas notadamente marcantes para o sujeito, nesta teoria denominada subsunções. Desta maneira, ao elaborar o livro da vida observou-se que cada participante buscou relacionar os autores apresentados com situações vivenciadas em suas trajetórias, com suas experiências profissionais que foram distintas e singulares, pois apresentava significados especialmente identificados para cada um. Simultaneamente a este processo cognitivo era necessário ancorar os autores apresentados durante o módulo com nossas vivências.

Desta forma aplica-se outro conceito de Ausubel, o da substantividade. Segundo Ausubel (1982) o que é incorporado à estrutura cognitiva é a substância do novo conhecimento ou novas concepções, e não especificamente as palavras precisas para identificá-las. O mesmo conceito pode ser expresso de diferentes formas, com diferentes linguagens e símbolos.

Observou-se que nesta vivência relatada na disciplina, cada participante apresentou sua história de vida com suas linguagens empregando materiais

diversificados. No entanto, todos apresentaram determinados conjuntos de ideias pertinentes ao tema proposto: história de vida agregada à escolha profissional; desenvolvimento de carreira; momentos cruciais que marcaram mudanças profissionais até o presente momento no grupo do Programa de mestrado profissional. Sobretudo da relação dos autores estudados com nossas interpretações em registros semanais das aulas.

Uma segunda categoria teórica identificada neste trabalho é o conceito da transdisciplinaridade, que vai além do conjunto de conhecimento para determinada análise. De acordo com os Coordenadores do CETRANS (Centro de Educação Transdisciplinar), a Transdisciplinaridade é uma teoria do conhecimento, é uma compreensão de processos, é um diálogo entre as diferentes áreas do saber e uma aventura do espírito. (MELLO; BARROS; SOMMERMAN, 2002, p. 9-10).

Observou-se no grupo em estudo a troca de conhecimento significativo entre participantes de diversas áreas de formação. Houve um grande aprendizado com as narrativas das histórias de vida, profissionais e de registro sobre os autores estudados no módulo.

### **3. METODOLOGIA**

A metodologia utilizada para vivenciar as narrativas foi o livro da vida fundamentado por Freinet, possibilitando ao sujeito uma liberdade de expressão do pensamento em sua narrativa, elaborando sua história, resgatando experiências e através delas uma análise dos dados relatados, constatando o aprendizado desejado neste movimento. Esta ação foi formada por um processo de estimulação para o desenvolvimento das narrativas, expondo a importância deste processo e suas análises, despertando curiosidade e interesse dos envolvidos, pois foi caracterizado a algo já conhecido pelos alunos. Segundo Ausubel, para que haja a aprendizagem significativa, são necessárias duas condições: o aluno precisa ter uma disposição para aprender e o conteúdo a ser aprendido deve ser significativo.

O livro da vida foi construído gradativamente, por etapas, depois de cada aula vivenciada, os alunos deveriam retratar o que mais foi significativo do conteúdo vivenciado. Os conhecimentos prévios dos alunos foram valorizados em cada elaboração, com isso, foram construídas estruturas mentais que permitiram aos alunos

descobrir e redescobrir conhecimentos, caracterizando assim, uma aprendizagem eficaz e significativa.

Para a construção do livro, cada aluno/autor, pode utilizar de materiais e recursos que mais se identificava a fim de dar vida à sua narrativa, com isso, quanto mais os alunos relacionavam o novo conteúdo de maneira não arbitrária, com alguma referência de estruturas cognitivas prévias, mais a aprendizagem se solidificava.

Segundo a teoria de Ausubel (1982) um conhecimento adquirido de maneira significativa como os que foram construídos com a elaboração dos livros da vida, é retido e lembrado por mais tempo. Os alunos são capazes de aprender outros conceitos de maneira mais fácil, pois participaram ativamente da construção. Depois de algumas etapas construídas, os livros da vida eram apresentados aos demais colegas da turma. A cada discussão e troca, o aluno/autor, pode relacionar o conteúdo aprendido com algo já conhecido. Com essas apresentações pôde-se perceber que o mesmo conteúdo foi vivenciado e internalizado de maneira diferente por cada um. Diferente do que Ausubel chama de aprendizagem memorística, aquela em que os conteúdos a serem aprendidos são dados aos alunos em forma acabada, a elaboração do livro da vida, permitiu aos alunos vivenciarem uma aprendizagem por descoberta, onde os conteúdos não são entregues prontos, estes devem ser relacionados aos conhecimentos já existentes, fazendo com que os alunos aprendam a aprender.

#### **4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS**

Ao longo dos últimos séculos, o docente se depara com um panorama sócio econômico e cultural que denota avanços e retrocessos que caracteriza, muitas vezes, situação desfavorável para o desenvolvimento profissional. Nesse processo de constituição profissional docente é forte a ideia de que o professor aprende a ser professor na prática, que a convivência com a cultura escolar, com professores experientes e com os desafios cotidianos, lhe fornece os subsídios necessários para se tornar profissional.

Esse aspecto da cultura docente acaba por incitar nos professores uma valorização da prática em detrimento da teoria e cria toda uma problemática para que o professor compreenda que teoria e prática se complementam na formação profissional.

Para agravar tal quadro, o cotidiano de trabalho experimentado nas instituições de ensino faz com que o professor, de certa forma, seja solitário na busca de qualidade para sua formação, pois as leis direcionadas ao docente nem sempre são aplicadas de forma similar nas redes de ensino, e quando são, sofrem alterações que, criam diferenças entre os profissionais da educação que atuam em instituições particulares e públicas. Este é um ponto importante a ser considerado na formação do professor: como podem buscar desenvolvimento profissional em face das diferenças nas exigências regulamentadas pelos órgãos responsáveis? Como os professores podem ter a percepção de seu aprendizado de forma significativa através da uma narrativa?

Nesse contexto, essa pesquisa traz uma reflexão que permite explorar a percepção do professor sobre sua própria conduta profissional em função da formação, das oportunidades previstas e concretizadas pelas instituições e de suas disposições construídas nos processos de socialização. Para Paulo Freire é necessário romper com a forma depositária de transmissão, transferência de valores e conhecimentos, onde a relação existente entre professor e aluno é de um sujeito narrador, detentor do saber absoluto e paciente ouvinte. O mesmo autor (1983, p. 75) ressalta ainda, a importância de contextualização dos temas ao cotidiano e valores dos alunos: "Somente na comunicação tem sentido à vida humana. Que o pensar do educador somente ganha autenticidade na autenticidade do pensar dos educandos, mediatizados ambos pela realidade, portanto, na intercomunicação. Por isto, o pensar daquele não pode ser um pensar para estes nem a este imposto. "A sua metodologia é conceber o aluno como aquele que se descobre como sujeito do processo histórico, onde o "universo vocabular" e as "palavras geradoras", partem da sensível, do imediato, do dado, do empírico para o concreto. O dialético presente no seu pensamento constrói uma metodologia que parte do empírico para o abstrato, do particular para o contextualizado. A experiência vivenciada neste módulo do programa do mestrado profissional possibilitou a retomada de consciência pessoal e profissional aos participantes, sobretudo no processo de construção como no decorrer dos relatos de apresentação final. Observou-se que discussões quanto à relevância dos autores apresentados intercalaram com reflexões sobre a educação, a política, a cultura e especialmente quanto ao papel do educador em meio a realidade escolar brasileira. Cada participante pode refletir e se auto avaliar frente às narrativas apresentadas

passando pelo processo de autoconhecimento, fato que antecede a reflexão sobre o aluno frente ao seu processo de aprendizagem.

Diante do exposto, é notável a tomada de consciência do aprendiz significativo após uma síntese elaborada através de uma narrativa, obtendo através de um olhar da experiência e sensibilidade a reflexão sobre o sujeito constituído durante seu processo contínuo de formação.

## **Considerações Finais**

A partir da proposta da elaboração do livro da vida, com base nas disposições de Freinet, ficou evidente durante seu desenvolvimento a consciência de um aprendizado muito significativo dentre os alunos. Constituiu-se em experiência marcante, ampliadora dos sentidos no tocante aos conhecimentos adquiridos até aquele momento, sendo compartilhado com o grupo. Para o embasamento teórico sobre as narrativas, diversos conceitos foram abordados em discussões apoiados na história da narrativa, no desenvolvimento técnico e análise de uma narrativa, biografia e autobiografia, a escuta do discurso nas narrativas, que contribuíram tanto para o entendimento conceitual quanto para o desenvolvimento deste processo de aprendizagem, sobretudo das próprias narrativas.

Um dos principais processos observados se refere à possibilidade de aprendizagem observando os trabalhos dos demais participantes, e em cada um reconhecer seu aprendizado significativo através de suas experiências expostas em formas diferenciadas. Aprender através da narrativa escrevendo um livro da vida, trouxe um significado único, compartilhado e ao mesmo tempo permanente, dando um gosto que precisamos continuar este processo de narrar nossas histórias devido à sua importância para o crescimento individual e coletivo.

Foram utilizadas várias formas de apresentação dos trabalhos, percebeu-se que a tecnologia pode contribuir na elaboração do livro da vida, e proporcionar novas aprendizagens significativas, tanto da maneira a expor o livro ou de completar os conhecimentos utilizando novos conceitos tecnológicos de mídia, habilitando as pessoas a produzirem suas experiências em diversas formas de apresentação, fato este vivenciado pelo grupo no desenvolvimento deste trabalho. A possibilidade de conhecer pessoas com vivências diferentes em suas áreas de trabalho foi enriquecedora, evidenciando a transdisciplinaridade como estratégia potente para a aprendizagem coletiva.

## Referências Bibliográficas

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa: a teoria de David Ausubel**. São Paulo: Moraes, 1982.

CETRANS. **Carta da Transdisciplinaridade**. In: CETRANS. Educação e Transdisciplinaridade. 1. ed. São Paulo: TRIOM, 1999, p. 167-171.

COLL, A.N.; NICALESU B.; ROSEMBERG N.; RONDON M.; **Educação e Transdisciplinaridade**. Encontro Catalizador do projeto “A evolução Transdisciplinar na Educação” Educação e transdisciplinaridade II Coordenação Executiva do CETRANS. São Paulo; Triom, 2002, p. 9.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

MELLO, Maria F.; BARROS, Vitória M.; SOMMERMAN, Américo. Introdução. In: **CETRANS**. Educação e Transdisciplinaridade II. 1. ed. São Paulo: TRIOM, 2002, p. 9-26.

MOREIRA, M.A., **Aprendizagem significativa**. Brasília: Ed. Da UnB, 1998.

PELIZZARI, A.; KRIEGL, M.L.; BARON, M.P.; FINCK, N.T.L.; DOROCINSKI, S.I.; **Teoria da Aprendizagem Significativa segundo Ausubel**, Rev. PEC, Curitiba, v.2, n.1, p.37-42, jul.2001-jul.2002.

ALÉSSIO ADRIAN CHIURATTO, CINTIA CRISTINA ESCUDEIRO BIAZAN,  
ISILDA GUIMARÃES DE SOUZA

**NARRATIVES AS A SIGNIFICANT LEARNING STRATEGY: A  
TRANSDISCIPLINARY EXPERIENCE**

ALÉSSIO ADRIAN CHIURATTO  
University of São Paulo (UNICID)  
[professoaleessio@gmail.com](mailto:professoaleessio@gmail.com)

ISILDA GUIMARÃES DE SOUZA  
University of São Paulo (UNICID)  
[isildaquimaraes@yahoo.com.br](mailto:isildaquimaraes@yahoo.com.br)

CINTIA CRISTINA ESCUDEIRO BIAZAN  
University of São Paulo (UNICID)  
[cintia.biazan@gmail.com](mailto:cintia.biazan@gmail.com)

**ABSTRACT**

This work is the result of a experience in the discipline of autobiographical Narratives: Research and training, in the Masters Program Professional Training of managers of education from the University of São Paulo UNICID during the first half of 2016. As a working method each student has prepared the making of the book of life, with emphasis on the professional trajectory in relation to the authors studied in the course of the module. It was evident that the didactic strategy used on the basis of the narratives presented effectiveness as an instrument of meaningful learning with students graduate students from different courses. As a result, it was observed that students with different backgrounds, subjected to the same didactic method yielded significant knowledge, covering to the spheres emotional, intellectual and social.

**Keywords:** narratives; maeningful learning; transdiciplinarity.

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA, Editor Científico: Alessandro Marco Rosini Avaliação:  
Melhores práticas editoriais da

ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, ANPAD THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

## OS DESAFIOS DA LOGÍSTICA PARA ATENDER OS CLIENTES DO E-COMERCE NA EMPRESA BJTS CONFECÇÕES

ROBERTO CEZAR DATRINO, [robertodatrino@gmail.com](mailto:robertodatrino@gmail.com)

Faculdades Integradas Campos Salles

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, [brunotodo@hotmail.com](mailto:brunotodo@hotmail.com)

Faculdades Integradas Campos Salles

JEAN SILVA DE OLIVEIRA, [jean.oliveira91@outlook.com](mailto:jean.oliveira91@outlook.com)

Faculdades Integradas Campos Salles

SARAH PIMENTEL DO NASCIMENTO, [sarahpimentel20@gmail.com](mailto:sarahpimentel20@gmail.com)

Faculdades Integradas Campos Salles

THALES EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA, [thales.edudearaujo@gmail.com](mailto:thales.edudearaujo@gmail.com)

Faculdades Integradas Campos Salles

### Resumo

O artigo tem como objetivo melhorar o endereçamento e a classificação de produtos e com isso obter agilidade, ter colaboradores bem preparados e criar um estoque exclusivo para atender os clientes do *e-commerce* na empresa BJTS Confecções. Com o treinamento dos funcionários, uso de tecnologias, temporariamente foi usado o EXCEL. Logo foi implantado o sistema WMS, que é um recurso específico para controlar corretamente o estoque, pois é necessário o endereçamento para facilitar a encontrar as peças, ter uma organização frequente o que é essencial para atender os clientes do *e-commerce* que exige mais rapidez e tem que cumprir com os prazos de entrega. Com isso é esperado a redução de custos, mais eficiência e conseqüentemente uma margem de lucro maior. Por meio de pesquisas avaliou-se o processo logístico da empresa BJTS Confecções, para verificar se a expansão de sua marca e produto, até onde podem chegar e atingir possíveis clientes. Considera-se que a empresa já vem de um crescimento contínuo, com profissionais qualificados agregando para o sucesso da empresa, mas encontram-se pontos onde pode ser melhorados para fazer o processo mais rápido e com mais qualidade, foi visto no sistema de

*e-commerce* um grande potencial onde melhora a lucratividade e aumenta o número de clientes.

**Palavras-chave:** GED – Produtividade - Corretora de Seguros - Arquivo.

**Data de Aceite:** 23/11/2018 **Data de Publicação:** 28/02/2019

## INTRODUÇÃO

Com a globalização da economia ocorreu a multiplicação da produção de bens e serviços que gerou impactos nas empresas levando à necessidade de melhorar cada dia mais a distribuição das mercadorias para melhor atender ao cliente, com mais eficiência e menos custo. Esta realidade levou ao aprimoramento da atividade logística. A logística são operações definidas que envolvem transportes, embalagens, os estoques e armazenagem, a movimentação interna, e os processos de produção. A empresa BJTS Confecções que atua no ramo de roupas precisa melhorar seu processo e mudar sua cultura e funcionários que sempre buscam se qualificar mais.

A armazenagem e o endereçamento são um ponto essencial para o processo rápido da empresa, que trabalha apenas com o endereçamento por rua e por modelo de roupa, mas precisa se modernizar e controlar melhor seu armazenamento. O seu processo de entrega é bastante variável e consegue atender os clientes no prazo e com qualidade, atuam com fornecedores, *Aero Express*, *Braspress*, SEDEX, e conta com *motoboy* para locais onde a rota é mais perigosa ou que tenha poucos itens para ser entregue, além desses colaboradores, tem na sua folha de pagamento motorista contratado pela própria empresa.

Esses são alguns dos desafios logísticos que diariamente são enfrentados não só pela empresa BJTS Confecções, mas por todas as empresas de logística, o produto tem que chegar com qualidade, no prazo e no preço certo. O projeto busca resolver problemas logísticos e ajudar a empresa a ficar na frente de seus concorrentes.

Os próximos capítulos abordaram informações sobre os produtos que vendem sua missão, visão, valores, processos logísticos e a literatura de autores sobre logística, e levantar dados sobre a empresa, fazer um questionário com os

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO,  
THALES EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

funcionários para saber a opinião deles, fazer análises para verificar onde tem que melhorar comparar os resultados de antes e depois, o que contribuiu para o projeto como consultoria e as dificuldades de colocar em prática o projeto.

Revista Inovação Tecnológica, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 35-57, jul./dez. 2018 - ISSN 2179-2895 36

Tem como objetivo geral mostrar que na área de logística o endereçamento dos produtos e a classificação desses mesmos produtos aumentam a agilidade na entrega e o lucro da empresa.

O objetivo específico desse artigo é abordar os processos logísticos da empresa BJTS Confecções, a importância do *e-commerce* para melhorar o atendimento e alguns desafios logísticos como o endereçamento.

O tema desafio da logística para atender os clientes do *e-commerce* justifica-se a sua abordagem para mostrar as dificuldades da logística no seu dia a dia, e que novas tendências como *e-commerce* são meios de aumento de lucro.

Como hipótese é colocar em prática a solução lógica para o endereçamento sem custo para empresa, usando as ferramentas que se disponibiliza na empresa, baseando-se em pesquisa de campo e ideias como a do autor *Ronald H. Ballou* para poder obter resultados positivos e faça com que a empresa continue atendendo aos clientes com eficiência e eficácia.

Tem como problemática o porquê é tão importante o endereçamento no estoque para atender os clientes do *e-commerce*?

Utilizou-se como metodologia para o referencial, bibliografias eletrônicas, livros, pesquisa de campo, pesquisa diagnóstica e Análise SWOT. Levantou-se os dados da empresa, o mercado em que atua e empresas parceiras, como funciona e como os colaboradores avaliam o processo. Com isso foi montado um planejamento com base nos conhecimentos adquiridos para poder corrigir problemas dentro da organização, e engajar os colaboradores para se adaptarem as mudanças qualificar e modernizar. Assim foi possível melhorar os processos e no futuro pretende atuar no exterior.

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

## **1. DESENVOLVIMENTO**

Versatilidade é a palavra chave do sucesso da marca BJTS Confecções, presente no mercado há 27 anos. Atualmente, conta com 23 lojas, 9 franquias, e mais de 150 multimarcas autorizadas, além do *e-commerce* (Bjts.com.br) e as redes sociais sempre atualizadas Instagram: @bjtsoficial *Facebook* /bjtsoficial. A marca possui três linhas de produtos: Contemporânea, *Fashion* e *Couture*. (TVZ)

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

*CONTEMPORÂNEA*: Roupas que possuem elegância, sofisticação, bom caimento e conforto para serem usadas no dia a dia. Vestido com comprimentos mais longos estampa mais sóbrias, combinações pretas e brancas e peças *work* fazem parte deste *mix* de produtos. (TVZ)

*FASHION*: criada para atender as pessoas que gostam de modernidade, ousadia e que sempre buscam novas tendências. Os vestidos com *shapes* mais justos, saias com recortes estratégicos, *tops* com aberturas e estampas mais alegres carregam o frescor que essa consumidora pede. (TVZ)

*COUTURE*: é a linha de produtos e acessórios para festas (vestidos longos, curtos e para balada), desenvolvida para mulheres de atitude e sensuais na medida certa. Os tecidos são escolhidos de forma minuciosa e todos os detalhes de acabamento são pensados para garantir *looks* elegantes e luxuosos que vestem perfeitamente e valorizam o corpo. (TVZ)

Os diferenciais da marca são a modelagem impecável e produtos que vestem bem as mais variadas silhuetas, além de estampas exclusivas e materiais nobres, que também merecem destaque. Além disso, um de seus principais objetivos é traduzir tendências de moda apontadas pelo mercado exterior em todas as suas coleções. Encantada pelo universo feminino e pela mulher contemporânea, a marca tem conquistado cada vez mais as brasileiras. (TVZ)

No *site* também consta com política de privacidade, para que o cliente se sinta seguro em relação aos seus dados, a BJTS Confecções agradece sua confiança e preferência e garante a confidencialidade de seus dados tanto de cadastro (*e-mail*, endereço) quanto bancários. Todas as suas informações são mantidas em total sigilo, e utiliza-se somente para: criar relacionamento e informar sobre ofertas, promoções, novidades da loja e informações de moda, entender o perfil de cada cliente para melhor atendê-lo, e realizar a entrega e cobrança dos produtos adquiridos no *site*. (TVZ)

A empresa BJTS Confecções localiza-se na Rua do Bosque, 1008 - Barra Funda, São Paulo - SP, 01135-000, a localização tem acesso bem abrangente tanto para marginais, que dão acesso a rodovias mais expressivas, quanto para localidades mais específicas nos bairros.

A empresa BJTS Confeções tem como missão, visão, valores e DNA: na Missão “Satisfazer o cliente entregando produtos de tendência de moda percebida e atendimento diferenciado em todo o território nacional”, sua Visão é “Ser a marca da mulher real e acompanhá-la nos mais diversos momentos e ocasiões”, os Valores “Atitude de dono, foco no cliente, visão de equipe, atitude, comprometimento, melhoria contínua e profissionalismo” e o DNA da empresa é “Versátil, Contemporâneo, Independente e Elegante”.

O objetivo da empresa é alcançar satisfazer seus clientes, e focar potenciais clientes. Isso conta com uma equipe de *marketing* que além de divulgar a marca, observa os possíveis concorrentes que possam atrapalhar seus objetivos. (TVZ)

Segundo Ballou (1993, p. 23), a administração eficaz da logística complementa o esforço de *marketing* da empresa, proporcionando um direcionamento eficaz do produto ao cliente e colocando o produto no lugar certo e no momento certo. Assim, a logística representa um ponto de apoio na satisfação dos clientes da empresa e no lucro da empresa levando a uma vantagem no mercado. Então para alcançar o seu cliente a empresa tem que saber com que tipo de cliente está trabalhando.

De acordo Castro (2004) o custo logístico é a somatória dos custos de transporte, de armazenagem e de manutenção de estoque. O estoque é um mal necessário, ou pode-se chamar também de “recurso ocioso” que toda empresa deve ter para poder suprir seus clientes que são mais exigentes e querem receber seu produto de imediato.

O acompanhamento direto de todo o processo logístico na empresa representa a ligação estreita com os interesses do cliente, e este é um dos objetivos da estratégia logística citados por Ballou (1993). O autor afirma que uma estratégia logística é criada visando a três objetivos: (1) redução de custos, (2) redução de capital, (3) melhorias no serviço.

De acordo com Paura (2012, p. 63), nos processos logísticos existem diferentes processos que envolvem fluxo de materiais dentro de uma empresa, por exemplo, quando necessita de um fornecedor que seja próprio para seu negócio ou quando se fala do estoque das matérias-primas da empresa, ou seja, o processo logístico é tudo aquilo que faz parte da cadeia logística.

É importante mencionar também que:

Sistemas logísticos eficientes e eficazes significam melhor padrão de vida para todos. Na firma individual, atividades logísticas absorvem uma porção significativa de seus custos individuais. Estes custos, que são em média cerca de 22% das vendas. (BALLOU, 1993, p.38).

A imagem a seguir mostra um dos processos mais importantes da logística, dando a entender quão importante é o processo logístico em todos os setores de uma empresa.

As empresas precisam ter um processo logístico integrado para manter um fluxo constante, de forma a integrar o transporte, armazenagem, estoque, embalagem, manuseio de materiais e informações.

Para que o processo logístico possa ser eficiente, é necessário trabalhar de forma integrada e com a cooperação de todos os processos na cadeia logística e assim conquistando a eficiência. A integração desse processo é difícil e complexo de se implantar, porque existem vários sistemas, não somente de informação, mas também a cultura dos funcionários é algo que influencia muito nesse desenvolvimento. PAURA (p. 63)

Segundo PAURA (p. 64) por trabalharem de forma integrada, são feitas periodicamente avaliações para que possam ser antecipados os problemas que possa surgir com esse processo, ou seja, se caso houver algum problema, será solucionado antecipadamente e assim a produção não será prejudicada em nenhum momento, pois caso aconteça, terão muitas perdas prejudicando a empresa e tendo prejuízos a serem calculados.

Segundo PAURA (p. 64) quando o nível de serviço de um processo logístico é mencionado, está se referindo à forma com que o fluxo de serviços é gerenciado, e assim avaliando a qualidade do desempenho do setor. O desempenho setorial pode ser medido de diversas formas, dependendo da empresa e sua necessidade, para o profissional de logística as seguintes informações servem como parâmetro para medir o desempenho de seus funcionários: Tempo do ciclo do pedido; Média de pedidos e valor faturado; Porcentagem de pedidos de produção não realizados a tempo e número de atrasos na produção. Esses exemplos podem ser utilizados

também para avaliar o desempenho do processo logístico de seus fornecedores, ou seja, se é feita essa avaliação regularmente é possível checar se seu fornecedor está ou não atendendo as expectativas da empresa.

Há uma necessidade de fazer um planejamento logístico na empresa, pois quando os profissionais definem o que precisa ser feito, foi mencionado várias vezes a necessidade de se planejar logisticamente uma empresa. Quando os profissionais traçam o planejamento estratégico, eles estão definindo onde a empresa quer chegar, se o tal planejamento serve como guia para o desenvolvimento da empresa, se serão utilizados recursos chave para atingir os objetivos desejados em um ambiente dinâmico e competitivo. (PAURA, p. 65)

PAURA (p. 65) diz que, no entanto, os impactos que as estratégias têm sobre as operações são dependentes de como elas são transmitidas para a organização e da sistemática de avaliação delas. Desenvolver um setor que trabalhe dentro das expectativas de uma empresa, ou seja, que tenha compatibilidade com a estratégia empresarial adotada, tem grande influência no acompanhamento de indicadores de desempenho, pois é um meio de se analisar se os objetivos previamente traçados pelo planejamento estratégico da empresa estão verdadeiramente sendo cumpridos.

Nas empresas os indicadores tornaram-se populares, pois fala-se de controlar a qualidade do setor e da eficiência de toda a cadeia. Na logística, os indicadores têm o papel de auxiliar o desempenho daquela cadeia. Classificação dos indicadores de desempenho quando o profissional está em busca de um bom desempenho na cadeia logística, é porque ele quer dar qualidade aos serviços dessa ou daquela área. Por exemplo: se o profissional quer que o cliente receba o mais alto nível de serviço, obviamente ele também precisa ter dentro da empresa o mais alto nível. (PAURA, p. 64)

Atualmente para se chegar a um alto desempenho não basta que as atividades internas estejam aprimoradas. É fundamental que exista um alto nível de integração entre os parceiros de uma mesma cadeia, ou entre os setores de uma mesma empresa. Felizmente, os empresários estão cada vez mais se dando conta de que não é possível atender exigências oriundas dos consumidores e, ao mesmo tempo, cumprir com os objetivos de custo da empresa, sem trabalhar de forma coordenada

com outros participantes da cadeia de suprimentos ou mesmo da cadeia logística de uma empresa. Os indicadores de desempenho desta forma exercem papel fundamental, uma vez que podem monitorar a qualidade das atividades logísticas internas à empresa ou a de seus parceiros. (PAURA, p. 65)

É a operação que consiste o controle e desenvolvimento do abrigo de materiais, manter estocado de forma adequada e em condições de uso, e expedir no momento que é preciso os materiais necessários. De acordo com (JUNIOR 2011) o seu conjunto de funções são: recepção, descarga, carregamento, arrumação e conservação. O armazém deve ter relação das necessidades da empresa, pois os materiais podem ter vida útil e é preciso racionalizar obedecendo regras, quantidade, qualidade oportunidade e preço. Segundo POZO (2004, apud CABRAL, CARNEIRO & SILVA, Camila, 2015), armazenar dá sustento as atividades primárias da empresa.

O propósito de armazenar é: maximizar o uso dos espaços, mão-de-obra e equipamentos, facilitar seu acesso a itens, proteger e abrigar os materiais para não se ter perdas. O princípio básico para se abordar em questão de planejamento, é a forma que deve ser tratada a verificação da área e, com isso fazer uma análise das características e do produto em si a ser armazenado. Na flexibilidade integrando as atividades. Em simplificação é o que está de acordo com ocupação da área e equipamentos e fluxos disponíveis. (ADMINISTRAÇÃO LOGÍSTICA) [s. d].

A integração é a coordenação de forma organizada a numeração máxima possível de operações. Otimizar o espaço físico do armazém que é deixar de acordo com capacidade e as características da área com o armazenamento seguro. Otimizar equipamentos é deixar de acordo com a mão-de-obra e o manuseio de equipamentos. Mecanizar de forma a movimentar usando equipamentos para se obter mais eficiência. Automatizar é movimentar dependendo apenas das máquinas. Controle é o que se anota no inventário, nas expedições de cargas e sua organização. Segurança manter de acordo conservação da carga com armazenamento seguro. Preço cobrado conforme está o mercado.

(ADMINISTRAÇÃO LOGÍSTICA) [s. d].

De forma clara, segundo (GASNIER & BANZATO, 2001 apud FILHO) a função de armazenar é muito importante para atender efetivamente a cadeia de suprimento, e por ser um sistema de abastecimento em relação ao fluxo logístico.

Ter armazém traz diversas vantagens como: reduzir custos com transportes e tempo. Possibilita aproximação com fornecedores e clientes, eficiência no processo de despacho para entrega, compensa atrasos de produção. Consolidar cargas é importante em relação a economia pela capacidade do espaço do armazém em agrupá-las. Quando recebe vários produtos de diversos lugares se consolida e manda para um cliente em única entrega, por isso, é preciso atentar-se a diminuição de custos das expedições. Seus tipos de armazenamento podem ser definidos como conforme (JUNIOR 2011) temporária permanente e exterior/interior.

O uso de aplicativos é essencial para manter organizado armazéns e Centros de distribuição, segundo (BARROS 2005) a evolução da tecnologia de informação vem modificando a operação logística, exemplos são os códigos de barras, *Electronic Data Interchange*, identificação via Radiofrequência, todas elas podem além de aumentar a rapidez e melhorar do fluxo de informações. O *WMS (Warehouse Management System)* é bem conhecido, é um sistema de gestão que otimiza todos os fluxos de materiais e as informações dentro do processo de armazenagem.

Quando a distribuição é feita para lojas de varejo, multimarcas, franquias, *outlet*, sobra uma porcentagem para ficar no estoque como estoque de segurança, para atender peças de pronta entrega ou peças de *e-commerce*.

Este estoque terá a finalidade de atender clientes que querem o produto da empresa e receber no conforto de sua casa através do *e-commerce*, porém para isso dar certo tem que haver um entendimento do produto que está precisando, e onde se localiza. Na empresa BJTS Confecções pode ser melhorado o endereçamento, a ideia é endereçar as peças por rua, coleção atual ou passada, referência do produto, cor do produto, quais peças vendem mais, e por modelo como, por exemplo: vestido, *top*, camisa, calça e entre outras. Para ter um melhor controle de giro será aplicado o Gráfico de Pareto (Curva ABC).

A solução para a problemática é justamente esse endereçamento, a empresa tem que incluir esse endereçamento no seu sistema de processo, a ideia foi passada

para frente só que geraria um custo muito alto pela utilização do serviço, então veio a solução, endereçar tudo por uma ferramenta básica no computador, o Excel. Em vez de pagar todo mês o equivalente a 5.000 mil reais pela ferramenta de endereçamento de terceiros, utiliza o endereçamento no Excel fazendo atualização de planilha diária e fazendo *check-in* assim sem problemas com divergências no processo, deu certo o processo e está sendo utilizado e reduziu o custo da empresa que ao invés de pagar R\$ 60.000 mil por ano, economizou esse dinheiro fazendo endereçamento pelo Excel gerando custo zero para a empresa, e ainda com os produtos endereçados ficou mais ágil e fácil a localização e assim o processo tendo mais lucratividade para a empresa.

Logo depois do processo de separação por lojas, os produtos são bipados e conferidos pelo programa "*Linx*" que é o programa usado para o controle de todo o processo da empresa. O produto é encaminhado para o conferente que confere mais uma vez fisicamente e embala em caixas de papelão passa a fita gomada e identifica para qual loja vai cada caixa e quantos volumes vão sair. Depois de faturado a nota e colocada dentro da caixa, para lojas de São Paulo usam o motorista próprio, para lojas fora de São Paulo, chamam a *Braspress*, para lugares em outro estado o produto passa pelo processo de embalagem e forma o fardo, para depois sim ir para o avião que chamam a *Aero Express* para levar.

O *motoboy* e o correio são casos que a cliente quer aquele atendimento diferencial e rápido, então é solicitada para que a peça seja enviada de forma segura e com qualidade para este cliente que contrata o serviço, o famoso "*Door to Door*" (porta a porta). Estes casos assim são mais comuns no *e-commerce* da empresa que faz parte da logística também. O *e-commerce* ele fica com uma porcentagem do estoque de peças, ele é como se fosse uma venda a pronta entrega onde o cliente pediu, você vai no estoque encontra e manda para ela, fazendo assim uma venda mais rápida com qualidade e fazendo a satisfação do cliente.

*E-commerce* é a abreviação em inglês de *eletronic commerce*, que significa "comércio eletrônico" em português. O *e-commerce* é um modelo de comércio que visa fazer vendas pela *internet* através de *tablets*, computadores, *smartphones* e etc. Se trata basicamente de todo tipo de comercialização pela *internet* através de dispositivos eletrônicos. Bastante usado também em aplicativos de compras de

diversas lojas que facilitam esse tipo de venda. O *e-commerce* veio junto com a *internet*, que facilitou o processo de compra e venda. Começou com venda de produtos de baixos valores como (livros, *dvds*, *cds* e etc), mais nos dias atuais é usado para a venda de produtos de menor valor como uma pilha até os de maior valor como iates, mansões, aviões, obras de arte, entre outros produtos de luxo que despertam o interesse da classe A. Nos dias de hoje é muito fácil vender produtos *online*. Existem plataformas de construção de *sites* que permitem escolher configurações de um comércio eletrônico ou *e-commerce*. (E-COMMERCE) [s. d].

Muita gente confunde o *e-commerce* com o *e-business*, no entanto ambos possuem conceitos diferentes. *E-commerce* e *E-business* são duas coisas totalmente diferentes, ainda que haja pessoas que confundem ou até achem que são a mesma coisa. *E-commerce* é um comércio eletrônico quando as vendas são através da *internet*. O *e-business* (*eletronic business*) é um negócio eletrônico, não tem relacionamento direto com compra e venda na *internet*, mas sim com a parte burocrática com processo de negociação *online*. O fim da negociação que irá determinar se haverá ou não uma transação comercial. (E-COMMERCE) [s. d].

Os modelos mais conhecidos de *e-commerce* tanto no Brasil como Exterior são O *B2B* ou *Business to Business* (De empresa para empresa) ou *B2C* ou *Businnes to Consumer* (De empresa para cliente). Quando bem implementado o *ecommerce* pode ser uma fonte econômica para os demais tipos de empresa que oferecem o serviço na *internet*, pois além da economia a praticidade que o cliente tem ao não precisar sair de casa ao fazer uma compra e ainda ter em sua casa em poucos dias. (ASCENSÃO) [s. d].

Na loja *online* o cliente escolhe seu pedido e coloca em um carrinho virtual, em seguida é direcionado para uma página de escolha de pagamentos onde o cliente disponibiliza os dados para que sejam entregues (Local, endereço, cidade). Já no mercado físico o cliente tem que empurrar por todas as partes do mercado, colocar no carrinho, levar até o caixa. Em seguida se inicia a parte do pagamento e vem o processo de tirar do carrinho, passar em um leitor de código de barras. Processo mais cansativo e trabalhoso. (ASCENSÃO) [s. d].

De acordo com fontes tiradas de *sites da internet* o melhor método é ter produto com bastante índice de procura e com dificuldade de encontrar em outros armazéns e centros comerciais. Depois fazer um *site* com a modalidade do *ecommerce* do zero a partir de um *software* próprio. (ASCENSÃO) [s. d].

## 2. PESQUISA DIAGNÓSTICA

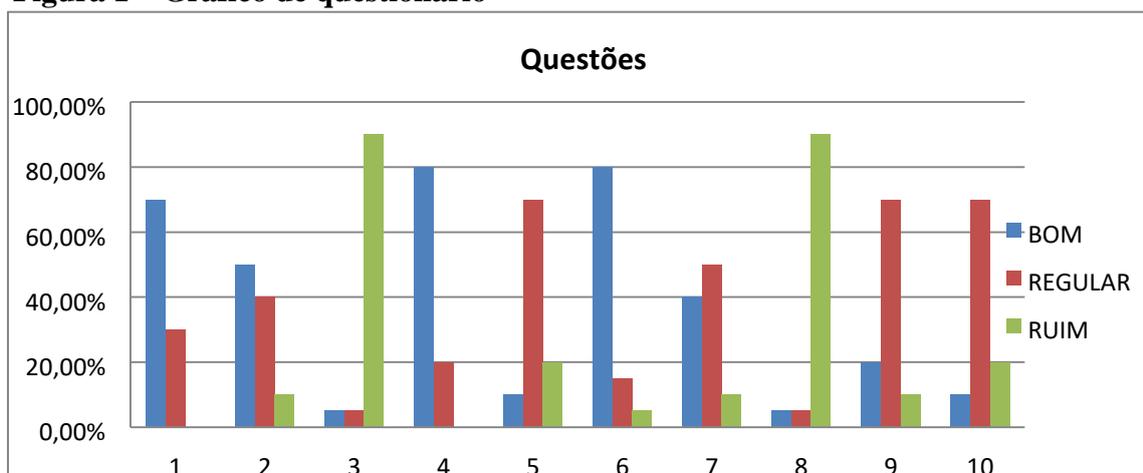
Com a intenção de possibilitar uma análise aprofundada das principais áreas de gestão do negócio, e com um entendimento mais profundo da organização, será possível resolver os problemas de maneira mais prática e direcionada para o que realmente importa. Foram entrevistados 100 colaboradores dos três níveis: Executivo, este possui 10 colaboradores, o Tático tem 30 colaboradores e o Operacional 60 colaboradores. Este questionário é anônimo e foi elaborado pelos Recursos Humanos.

**Tabela 1** - Questionário

Questões	BOM	REGULAR	RUIM
1 Como você considera a comunicação entre funcionários x empresa?	70,00%	30,00%	0,00%
2 Como é o gerenciamento do Gestor para com as atividades que participa?	50,00%	40,00%	10,00%
3 Como você vê a questão de Plano de Carreira para os funcionários?	5,00%	5,00%	90,00%
4 O que você acha do mercado em que sua empresa atua?	80,00%	20,00%	0,00%
5 Como você avalia sua participação no processo logístico da empresa?	10,00%	70,00%	20,00%
6 O que você acha do tempo de resposta do <i>E-commerce</i> ?	80,00%	15,00%	5,00%
7 O que você acha da metodologia de trabalho no dia a dia?	40,00%	50,00%	10,00%
8 Como você avalia o Endereçamento/ <i>Picking</i> na empresa?	5,00%	5,00%	90,00%
9 Como você vê utilização das ideias dos funcionários?	20,00%	70,00%	10,00%
10 Como você avalia seu conhecimento na área da logística?	10,00%	70,00%	20,00%

**Fonte:** Autores do projeto

**Figura 1 – Gráfico de questionário**



**Fonte:** Autores do Projeto

O Total de porcentagem: bom: 37%, regular: 37,5% e ruim: 25,5%. Com base nesses dados é possível identificar que tem áreas que podem ser melhoradas as avaliações ruins e regulares. E os principais que devem se agir é plano de carreira e endereçamento/*picking*.

### **3. ANÁLISES SWOT – PONTOS FRACOS, PONTOS FORTES, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES**

A Análise SWOT de acordo com (Casarotto 2016) também conhecida FOFA em português, é uma ferramenta muito utilizada na área de administração, onde pode-se avaliar a empresa interna e externamente, com a finalidade de fazer um planejamento estratégico para a melhoria contínua da empresa para manter-se bem no mercado de trabalho.

Segundo Kotler (2000), a análise SWOT busca relacionar a forças e fraquezas internas da empresa, com as oportunidades e ameaças externas, de tal forma que suas forças sejam destacadas e fortalecidas, suas fraquezas trabalhadas e melhoradas, as oportunidades capturadas e as ameaças protegidas. Ou seja, essa ferramenta é um auxílio quando é preciso fazer um planejamento estratégico da empresa, com base nas forças e fraquezas busca-se as oportunidades e sempre evitando as ameaças.

SWOT é a sigla do idioma inglês, na qual representa: Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

Segundo (Casarotto 2016) não se sabe ao certo quem a criou, mas provavelmente foi criada na década de 60, por meio de estudos entre as 500 maiores empresas dos Estados Unidos, por professores da Universidade de *Stanford* (EUA), embora fontes como (FERREIRA 2016) apontam como o criador da análise SWOT, o pesquisador norte-americano Albert Humphrey, logo se tornou uma ferramenta indispensável na área de administração para as empresas de grandes portes, com intuito de formular suas estratégias de gestão e *marketing* com mais segurança e eficácia.

A aplicação se divide em ambiente interno (Forças e Fraquezas) e ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). As forças e fraquezas são examinadas pela observação da situação atual da companhia, em geral avaliadas, a fatores internos.

Os pontos fracos pela construção em uma companhia, em seus recursos humanos incluem capacidade, experiência, habilidades e conhecimentos, já os recursos organizacionais são sistemas e processos da empresa como cultura, estratégias estruturas entre outros, os recursos físicos que são as instalações, equipamentos, tecnologia, canais e outros. As oportunidades e ameaças são previsões do futuro e estão intimamente ligadas a fatores externos. Na análise dos pontos fracos, quando for evidenciado, deverá os dirigentes da empresa proceder a objetivos estratégicos que irão reduzir ou minimizá-los. Esta análise deve ser preparada e interpretada de forma a fazer junção das peças chaves, que são os elementos da análise interna e externa, por que vão formar o diagnóstico e este deve ser confiável e com suporte de uma boa fonte de informação, e que esteja integrado às necessidades da gestão estratégica, pois irão fundamentar a médio e longo prazo na organização.

De acordo com a análise interna da Organização BJTS Confecções, foi detectado alguns pontos onde pode buscar melhorias para possuir uma maior credibilidade junto aos clientes e obter o crescimento no mercado. A tabela demonstra os principais pontos a serem repensados para melhora da organização.

#### **Tabela 2: Forças (Fatores internos)**

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

Atendimento na Área do <i>Ecommerce</i>	A empresa está sempre procurando atualizar e perceber que a área do <i>ecommerce</i> está trazendo bastante lucro e mais clientes fiéis para a marca.
Entrega Rápida e Eficaz	É um diferencial da BJTS Confecções, uma das empresas que contém a entrega mais rápida do mercado, para isso foram feitas parcerias com <i>Aero Express</i> , <i>Braspress</i> , <i>SEDEX</i> , também contrata com motoristas e <i>motoboys</i> para clientes com mais urgência e priorização.
Produtos Exclusivos	A marca está sempre em pesquisas e viagens constantes para se manter sempre atualizado na moda, e por isso, lança primeiro as novas tendências. Tem também a linha de produtos limitados que proporciona que os clientes possam ter uma peça exclusiva e somente dele.

Fonte: Autores do projeto

**Tabela 3 – Fraquezas (Fatores Internos)**

Não possui Plano de Carreira	Tendo em vista a falta de oportunidades para crescimento profissional dentro da empresa, os funcionários ficam desmotivados, pois percebem poucas chances de crescimento dentro da organização.
Baixo número de Funcionários	Com a organização ganhando mais espaço no comércio, as procuras aumentaram, porém, o setor produtivo não consegue suprir as demandas, necessitando de mais funcionários, utilizando a terceirização.
Empresa Familiar	Com a falta de confiança em profissionais externos, a organização pode acabar se prejudicando no crescimento, pois sempre buscam mudanças e melhorias dentro de seus profissionais internos, cujos mesmos são familiares.
Endereçamento Incorreto	Tendo a dificuldade com grandes falhas e divergências no endereçamento dos pedidos, ocorrem transtornos na organização, afetando diretamente no cliente final, com a falta de pontualidade dos pedidos. Futuramente adotar o <i>WMS</i> .

Fonte: Autores do projeto

**Tabela 4 - Plano de ação para melhorias**

Não possui Plano de Carreira	Para que a empresa possa iniciar seu objetivo de crescimento no mercado e maior credibilidade junto aos clientes, é necessário investir no seu pessoal, com oportunidades de crescimento, benefícios e motivações para seus funcionários.
Baixo número de Funcionários	Tendo em vista o aumento da demanda, é imprescindível fazer novas contratações no setor produtivo para poder sanar a demanda, com isso terá um menor risco de atrasos e perdas de clientes.
Empresa Familiar	É necessário investir na contratação de profissionais externos com experiências no ramo, conhecimento do mercado e concorrentes diretos. Investir e Capacitar os funcionários internos para obter o maior número de profissionais competente.
Endereçamento Incorreto	Com o aumento da demanda e crescimento da produção, deve-se investir em tecnologias para minimizar todos os erros possíveis, incluído treinamentos para os profissionais responsáveis pela qualidade e entrega dos pedidos.

Fonte: Autores do projeto

**Tabela 5 – Oportunidade (Fatores externos)**

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

Crescimento de Compras <i>OnLine</i>	Pensando em ampliar o número de clientes e canais de vendas, observa-se uma grande oportunidade para investir em vendas <i>on-line</i> , já que está provado que cada dia mais pessoas utilizam a <i>internet</i> para pesquisas e compras.
Busca de Clientes diversificados	Como tem uma linha de Produtos Exclusivos, há uma grande vantagem dentre os concorrentes, pois trabalha com modelos limitados ao que o cliente pode escolher exclusivamente para seu uso, tendo peças únicas.

Fonte: Autores do projeto

**Tabela 6 – Ameaças (Fatores externos)**

Crise Econômica	Como se verifica o País está passando por uma grande crise econômica, afetando diretamente o setor e a população, pois o aumento do desemprego faz com que as vendas diminuam.
Concorrentes no <i>e-commerce</i>	Com o crescimento de vendas no <i>e-commerce</i> há um grande número de concorrentes atuando no mesmo seguimento, podendo interferir diretamente nas vendas.

Fonte: Autores do projeto

Antes da implantação do projeto tinha este resultado, as peças faturadas por dia não passavam de R\$ 165.000,00 no mês de janeiro e com modelo que até então estava. As tabelas mostram três dias de janeiro de 2018, no turno Administrativo onde estiveram os números mais altos de produtividade no mês. Isso antes dos colaboradores receberem treinamento e de implantar o sistema *WMS*.

Depois da implementação do projeto tem mais rapidez no faturamento. Que com recursos tecnológicos e treinamento, a produtividade subiu e supera R\$ 175.000,00 de peças faturadas no mês de junho de 2018, no turno Administrativo, conforme mostram as três tabelas a seguir, que são os dias que tiveram maior produtividade.

E os três dias de junho em comparação aos três dias de janeiro estiveram um faturamento total maior com R\$ 700.211, 16, enquanto janeiro tem apenas R\$ 422.989, 10. Tendo uma diferença de R\$ 277.222, 06.

Em um total de R\$ 1.123.200, 26 o mês de janeiro representa 37, 66% e o mês de junho por sua vez representa 62, 34%.

Empresa tem muito “ruído” na informação, muito “rádio-peão”, o que deve ser corrigido. A comunicação tem que ser clara e objetiva e principalmente que todos os setores entendam e que se sintam engajados e a cultura da empresa tem que contribuir para isso. A mudança na cultura precisa ajudar a deixar funcionários mais comunicativos e proativos, tendo mais autonomia, e pensar como um “time”. Adotar

sistema de *Toyota, Kanban e just in time* que é essencial para toda empresa que quer ser competitiva. Assim mantém estoques apenas com o necessário e traz agilidade, e procurar assim fazer mudanças sempre com o uso de método científico e com o trabalho direto e simples.

Hoje em dia a tendência atende as vendas personalizadas, tanto os clientes fiéis a marca, quanto os novos clientes que também possam garantir uma demanda maior, logo o aumento do lucro para a empresa e é nisso que a BJTS Confecções aposta, apesar de ser um desafio atender clientes nos seus mais variados pedidos, e para isso é necessário usar ferramentas que auxiliam nessa dinâmica que é receber o pedido do cliente, conferir o estoque, fazer pedido para o fornecedor, e suprir toda a cadeia logística com o *MRP 2 Material Resources Planning II (MRP 2)* em português Planejamento de Recursos de Produção.

A produção de “P” precisa dos subconjuntos (A, B e C). Precisa-se de 200 unidades, então se multiplica A por duas vezes, B uma vez e C três vezes, para se ter um P, e nota-se que para produzir A, B e C, tem mais componentes um nível abaixo e isso feito simultaneamente, o nome disso é explosão. Já o deslocamento é quando o “F” que está a três níveis abaixo de P, então precisa ser feito em um tempo anterior a nível 2, para que esse supra o nível 1 e este conclua no nível 0 que é o P.

A Necessidade Bruta que é o pedido total do cliente; Estoque Disponível é o que se tem armazenado; o Recebimento Programado é usado em pedidos em aberto já efetivados; Necessidade Líquida é o que falta para completar a Necessidade Bruta; e a Liberação de Ordem ou Liberação Planejada é o pedido que é feito para o fornecedor, que é a mesma quantidade da necessidade líquida.

No futuro com a utilização da ferramenta *WMS, ERP (Enterprise Resource Planning)* e *TMS (Transportation Management System)*, e a ISO 31000 que é Gestão de Riscos, e interligar com mais precisão a cadeia de suprimentos e garantir a entrega do produto com mais agilidade e com a certeza de que será entregue no prazo correto, logo com qualidade e assim conquistando a confiança do cliente, que ficará muito mais satisfeito com a eficácia da empresa e com isso provocar a maximização dos lucros e

minimização dos gastos, pois tudo o que será utilizado está prevista e muito bem planejado.

Conforme a BJTS Confecções é uma empresa com anos de atuação no mercado de roupas e tecidos, tanto atacado como no varejo, apesar de ser uma empresa conhecida por sua qualidade e praticidade, esse sucesso se eleva somente nacionalmente, ou seja, dentro do seu país de origem (Brasil) e por isso a meta da empresa neste ano de 2018 será expandir sua marca a patamares maiores, fazendo com que a mesma seja conhecida em um universo global deixando de ser nacional para se tornar uma empresa multinacional.

Para que esse sucesso se mantenha fora do país da mesma forma que acontece em sua matriz (Brasil), é preciso que se eleve um maior grau de investimentos, lançando seu capital e buscando forças e parcerias que facilitem de alguma forma, parcerias com o intuito de facilitar o comércio, Blocos Econômicos seriam a maior e melhor forma de chegar a esse objetivo, os mesmos adotam redução ou isenção de impostos ou de tarifas alfandegárias e buscam soluções em comum para problemas comerciais, para uma empresa como a BJTS Confecções que está com essa visão de mercado os blocos se encaixaria perfeitamente a esse plano de globalização e assim fazendo que a empresa seja visualizada como uma empresa conceituada dentro e fora.

De início a BJTS Confecções está se lançando em dois países do próprio continente, Argentina e Bolívia, e dois do continente europeu, Espanha e Inglaterra cada um com suas regras dentro de seus respectivos blocos que facilitam e dificultam algumas ações, ainda assim com maior grau de ajuda no crescimento.

Um dos grandes desafios para o progresso de qualquer empresa é custo, pois muitas vezes é preciso investir em recursos tecnológicos que são caros e podem ser inviáveis para a organização, funcionários bem qualificados tem alto custo, mesmo aqueles que já estão na empresa, pois é necessário um treinamento específico para cada ferramenta, o que leva tempo e investimentos em alguns instrutores externos. Tudo depende de investimento, por isso é tão difícil empreender, e até mesmo multinacionais tem muitas dificuldades para se manter no país, isso também acontece

com a BJTS Confecções que tem bastante tempo no mercado. Todas passam por esse impasse entre investimento e a falta de recurso. Pode ser feito um plano de negócio e assim tentar conseguir um investimento externo do Banco Central do Brasil, mesmo assim é avaliado o potencial da empresa, e que muitas não conseguem, pois tem problemas de administração e gestão.

Problemas de administração e gestão estão intimamente ligados ao executivo da organização que não tem competência em manter a ordem, tomar decisões erradas, não avalia todo o processo da empresa e seus informantes não passam as informações necessárias ou acontece também não os ouvir, pouco conhecimento ou até mesmo ignorância nas funções que são exigidas. Outro ponto importante é o *feedback* que muitos gestores não dão, não pedem e não percebem suas falhas, e tanto tático e operacional precisam receber e dar *feedback*, pois é confundido com uma opinião pessoal, mas não é com este intuito que deve ser usado e sim ver onde precisa melhorar, o que mudar e o que se espera de resultados.

A comunicação e a mudança de cultura precisam ser bem trabalhadas, em teoria pode parecer simples, mas na prática não, visto que cada setor pode tem problemas internos e os colaboradores só sabem como funciona sua área e não a cadeia inteira, o que torna mais difícil a solução de problemas e também promoção de cargo, e acontece muito com funcionários de alto cargo ser “fechados” por medo de perderem seus cargos, e não ensinarem aos outros as funções que ele desempenha, e é neste contexto que a mudança de cultura precisa atuar, pois comunicação e qualificação são essenciais, para dar autonomia aos colaboradores e torná-los proativos, pois não é colega de trabalho que toma o lugar do gestor, é o gestor que pouco buscou se qualificar, para existir harmonia entre funcionários é preciso informações claras e simplificadas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No artigo foi realizado um estudo para uma possível consultoria e avaliação de alguns desafios e processos logísticos. O primeiro passo foi identificar através de estudos sobre o processo logístico e suas dificuldades. O artigo buscou também mostrar cada processo importante na logística, a parte estrutural da empresa assim como alguns parceiros, filiais de armazenamento e seus processos.

De acordo com a avaliação foram encontrados alguns pontos a serem melhorados, como: recursos financeiros limitados, onde não era possível ter um programa para endereçar logo no começo, a mudança de cultura e não ter plano de carreira.

Segundo BALLOU (1993) a logística tem uma contribuição para o marketing, pois é a logística que armazena, separa e entrega para o cliente, então a logística e marketing precisam se entender. E como diz PAURA (2012) para atender o cliente em alto nível, dentro

da empresa também é preciso ter alto nível. O elo logístico tem que estar integrado, por isso é frisado a comunicação, recursos tecnológicos e proatividade. Estoque é um mal necessário como disse CASTRO (2004), principalmente quando se tem muitos clientes, como exemplo a própria BJTS Confecções, e para não ter recurso ocioso (peças paradas) os produtos tem que girar.

Foi apresentada a forma de entrega da empresa, que para seu sucesso sempre tem que entregar seus produtos de forma correta, com qualidade, e bom preço. Na parte do *ecommerce*, onde cresce muito a venda pela *internet*, e que hoje em dia os clientes preferem um atendimento diferenciado com rápida entrega, de extrema importância para a empresa, e o atendimento *Door to Door*, serve para clientes que querem um atendimento com mais conforto e exclusivo. Com o aplicativo WMS, o endereçamento funciona e os resultados de antes e depois dos faturamentos diários melhoram significativamente reduzindo os custos e o tempo, logo houve um aumento da produtividade o que trouxe a lucratividade.

Análise SWOT é uma ferramenta importante para saber onde agir, melhorar e saber as ameaças em que a empresa pode enfrentar interna e externamente. Por isso foi feita uma pesquisa com os funcionários para saber a opinião de todos em relação à satisfação de todos com o ambiente de trabalho, logo será feita uma melhora para poder estimular o engajamento dos mesmos. A empresa se mantém funcionando com boa gestão, que sempre se atualiza e busca sempre simplificar o processo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADMINISTRAÇÃO LOGÍSTICA. [s. d]. Disponível em <<https://adminlogistica.wordpress.com/conteudo/armazenagem/>>. Acesso em 16/06/2018.

ASCENSÃO, Carlos Pinto. **O que é e-commerce?** [s. d]. Disponível em: <<http://www.gestordeconteudos.com/tabid/3850/>>. Acesso em: 24 maio 2017.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial, transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 1993.

BARROS, Monica. **WMS no gerenciamento de depósitos, armazéns e centros de distribuição** (2005). Disponível em: <<http://www.ilos.com.br/web/wms-nogerenciamento-de-depositos-armazens-e-centros-de-distribuicao/>>. Acesso em: 24 maio 2017.

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

CASAROTTO, Camila. **Análise SWOT ou Matriz F.O.F.A.: entenda o conceito e como colocá-lo em prática**, publicado em 15 de setembro de 2016 e atualizado em 13 de dezembro de 2017. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/comofazer-uma-analise-swot/>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

CASTRO, Carlos. **Logística: Custos no Transporte de Cargas**. São Paulo: USP, 2004.

*E-COMMERCE*. Dicionário online do significado, [s. d]. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/e-commerce/>>. Acesso em: 24 maio 2017.

FERREIRA, Denis. Análise Swot - a teoria, 16 de outubro de 2016. Acesso em: <<http://mktsemsegredos.com/analise-swot-teoria/>>. Disponível em: 26 nov. 2017.

GASNIER, D.; BANZATO, E. **Armazém inteligente, Revista LOG Movimentação e armazenagem**, São Paulo n. 128, p. 16, junho/2001. In: FILHO Orlando Roberto Pereira, 2002, p. 22. Disponível em: <[http://www.ppga.com.br/mestrado/2002/pereira\\_filho\\_orlandino\\_roberto.pdf](http://www.ppga.com.br/mestrado/2002/pereira_filho_orlandino_roberto.pdf)>. Acesso em: 24 maio 2017.

GOOGLE MAPS, s.d., Figura 4. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/place/R.+do+Bosque,+1002++Barra+Funda,+S%C3%A3o+Paulo-+SP/@23.5246223,46.6603259,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x94ce580efb15d94f:0x3ec00f681477ae48!8m2!3d-23.5246272!4d-46.6581372>>. Acesso em: 29 out. 2017.

JUNIOR, Ailton Cardoso. **O que é armazenagem** (2011). Disponível em: <<http://logisticaeadm.blogspot.com.br/2011/08/o-que-e-armazenagem.html>>. Acesso em: 24 maio 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PAURA, Glavio Leal. **Fundamento da Logística**, Local ? Editora? 2012. págs. 63, 64 e 65.

POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. Ed 3. São Paulo: Atlas, 200. In: CABRAL, CARNEIRO & SILVA, Camila, 2015. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN\\_STP\\_206\\_222\\_28426.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STP_206_222_28426.pdf)>. Acesso em: 24 maio 2017.

RIBEIRO, Moises. Figuras 8 e 9. 2º e 3º aula de pcp, mrp i e mrp-ii (1). Slides 10 e 23. Disponível em: <[https://pt.slideshare.net/moises\\_prof/2-e-3aula-de-pcp-mrp-i-emrpii-1](https://pt.slideshare.net/moises_prof/2-e-3aula-de-pcp-mrp-i-emrpii-1)>. Acesso em 03 maio 2018.

SLIDEPLAYER. Figura 6. Disponível em: <<http://slideplayer.com.br/slide/385960/3/images/4/O+processo+log%C3%ADstico+integrado.jpg>>. Acesso em: 28 out. 2017.

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

TVZ LOJA ONLINE OFICIAL, Disponível em: <https://www.tvz.com.br/> - Acesso em: 24 maio 2017.

VOGUE BRASIL, figura 1. Disponível em:  
<<http://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2015/03/neo-top-dany-braga-estrelainverno-da-tvz-e-diz-ter-ganho-presente-de-r-32-mi-pos-fama.html>>. Acesso em: 29 out. 2017.

## **THE CHALLENGES OF LOGISTICS TO MEET THE CUSTOMERS OF THE E-COMERCE IN THE COMPANY BJTS CONFECTIONS**

ROBERTO CEZAR DATRINO, [robertodatrino@gmail.com](mailto:robertodatrino@gmail.com)

Integrated Colleges Campos Salles

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, [brunotodo@hotmail.com](mailto:brunotodo@hotmail.com)

Integrated Colleges Campos Salles

JEAN SILVA DE OLIVEIRA, [jean.oliveira91@outlook.com](mailto:jean.oliveira91@outlook.com)

Integrated Colleges Campos Salles

BRUNO SILVEIRA RIBEIRO, JEAN SILVA DE OLIVEIRA,  
ROBERTO CEZAR DATRINO, SARAH PIMENTEL NASCIMENTO, THALES  
EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA

SARAH PIMENTEL DO NASCIMENTO, [sarahpimentel20@gmail.com](mailto:sarahpimentel20@gmail.com)  
Integrated Colleges Campos Salles  
THALES EDUARDO DE ARAUJO VIEIRA, [thales.edudearaujo@gmail.com](mailto:thales.edudearaujo@gmail.com)  
Integrated Colleges Campos Salles

### ABSTRACT

The article aims to improve the classification and classification of products and thus get agility, have well-trained employees and create a unique inventory to serve the customers of e-commerce in the company BJTS Confecções. With the training of employees, use of technologies, EXCEL was temporarily used. Soon the WMS system was implemented, which is a specific resource to correctly control the inventory, because it is necessary the addressing to facilitate the finding of the pieces, to have a frequent organization which is essential to serve the clients of the e-commerce that demands faster and have to meet deadlines. This is expected to reduce costs, more efficiency and consequently a higher profit margin. Through research, the logistics process of the company BJTS Confecções was evaluated, in order to verify the expansion of its brand and product, as far as they can reach and reach possible customers. It is considered that the company already comes from a continuous growth, with skilled professionals aggregating to the success of the company, but there are points where can be improved to make the process faster and with more quality, was seen in the e-commerce has great potential where it improves profitability and increases the number of customers.

**Keywords:** Addressing - E-commerce; Storage; Logistics process.

## A PERCEPÇÃO DE PROFESSORES PAULISTANOS SOBRE O PROCESSO DE LETRAMENTO E ALFABETIZAÇÃO

André Luís Palácios, Faculdades Oswaldo Cruz  
[palacios@uol.com.br](mailto:palacios@uol.com.br)

Me. Fernando José Lopes, Faculdades Integradas Campos Salles  
[lopesfj2008@gmail.com](mailto:lopesfj2008@gmail.com)

### Resumo

O tema desta pesquisa é A Percepção dos Professores Paulistanos sobre o Processo de Letramento e Alfabetização. A importância do estudo ocorre a partir da constatação de dificuldades na interpretação de linguagens, códigos e suas tecnologias em todos os níveis de ensino. A motivação para esta pesquisa reside no fato da posição do Brasil nas avaliações educacionais, bem como analisa que muito do que se faz sobre a temática educacional pelo governo brasileiro está relacionado ao alinhamento dessas políticas com diretrizes impostas por organismos internacionais, que financiam e fornecem os critérios para as mudanças relacionadas à forma e ao conteúdo da organização e do funcionamento dos sistemas públicos de ensino. Muitas dessas tentativas podem estar contribuindo seriamente para o sucesso escolar do estudante brasileiro, pois, ninguém aprende a ler e a escrever senão aprender relações entre o codificar e o decodificar. Isso é uma parte específica do processo de aprender a ler e a escrever.

**Palavras-chave:** Letramento e Alfabetização - Educação Básica - Reforma

**Data de Aceite:** 23/11/2018 **Data de Publicação:** 28/02/2019

### INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa é A Percepção dos Professores Paulistanos sobre o Processo de Letramento e Alfabetização. A palavra letramento, segundo Soares

(1999), é uma versão para a língua portuguesa da palavra da língua inglesa “Literacy”. O mesmo autor enfatiza que “Literacy” se resume em “o estado ou condição que assume aquele que aprende a ler e escrever”. A utilização da palavra letramento está ligada à ideia de que a escrita traz consequências sociais, culturais, políticas, econômicas, cognitivas, linguísticas, quer para o grupo social em que seja introduzida, quer para o indivíduo que aprenda a usá-la.

Para Soares (1999) do ponto de vista individual, o aprender a ler e escrever, que é o alfabetizar-se, deixar de ser analfabeto, tornar-se alfabetizado, adquirir a “tecnologia” do ler e escrever e envolver-se nas práticas sociais de leitura e de escrita, tem consequências sobre o indivíduo, e alteram seu estado ou condição em aspectos sociais, psíquicos, culturais, políticos, cognitivos, linguísticos e até mesmo econômicos.

Do ponto de vista social, a introdução da escrita em um grupo até então ágrafo tem sobre esse grupo efeitos de natureza social, cultural, política, econômica, linguística. O “estado” ou a “condição” que o indivíduo ou grupo social passam a ter, sob o impacto dessas mudanças, é que é designado por *literacy* (Soares, 1999, p. 18).

Nesta perspectiva, a questão problema é: qual a percepção que o professor das séries iniciais tem do processo de alfabetização e de letramento no município de São Paulo?

A importância do estudo ocorre a partir da constatação de dificuldades na interpretação de linguagens, códigos e suas tecnologias nas séries finais do ensino fundamental, bem como, no ensino médio. A motivação para esta pesquisa reside no fato da posição do Brasil nas avaliações educacionais, como o Pisa - Programa Internacional de Avaliação de Alunos – que é uma avaliação internacional que mede o nível educacional de jovens de 15 anos por meio de provas de Leitura, Matemática e Ciências. Também, mas em nível nacional, com a Prova Brasil e com o Sistema

Revista Inovação Tecnológica, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 58-80, jul./dez. 2018 - ISSN 2179-2895 59

Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb), que são avaliações para diagnóstico, em larga escala, desenvolvidas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep/MEC). Esses exames têm o objetivo de

avaliar a qualidade do ensino oferecido pelo sistema educacional brasileiro a partir de testes padronizados e questionários socioeconômicos.

O objetivo principal é discutir a percepção do professor sobre o processo de letramento e alfabetização implementado pelo docente. Os objetivos específicos são analisar as diretrizes do ensino e aprendizagem nas séries iniciais do ensino fundamental, verificar a questão da crise das escolas públicas e teorizar sobre os processos do conhecimento no ensino básico. A metodologia utilizada obedeceu aos critérios ressaltados por Silva e Menezes (2001), de coerência, consistência, originalidade e objetivação. Esta pesquisa está amparada na abordagem qualitativa, onde se buscou compreender e aprofundar conhecimentos sobre a percepção docente sobre uma temática específica, no caso o letramento e a alfabetização. Participaram da pesquisa professores do ensino fundamental, séries iniciais, que atuam na rede pública de São Paulo. Nessa abordagem, seguindo as diretrizes de Bogdan e Biklen (*apud* Ludke e André, 1986) se permite o estudo do fenômeno a partir do contato direto do pesquisador com a situação a ser investigada, em que se procura verificar, na perspectiva dos participantes, como o fenômeno se manifesta em todos os seus aspectos.

### **1. As diretrizes do ensino e aprendizagem nas séries iniciais do ensino fundamental e a crise na educação.**

Ao analisar as diretrizes que regem o modelo de ensino brasileiro, se faz necessário considerar a linha do tempo até chegarmos à ampliação atual do ensino fundamental de nove anos de duração, para tanto devemos considerar a universalização do acesso a essa etapa de ensino e, ainda, a necessidade de o Brasil aumentar a duração da escolaridade obrigatória.

Essa relevância é constatada, também, ao se analisar a legislação educacional brasileira que começa com a Lei nº 4.024/1961 que estabeleceu quatro anos de escolaridade obrigatória; na década seguinte, com o Acordo de Punta Del

Este e Santiago, de 1970, estendeu-se para seis anos o tempo do ensino obrigatório; até a Lei nº 5.692/1971 determinar a extensão da obrigatoriedade para oito anos; um quarto de século depois, com a Lei de diretrizes e bases da educação, a Lei nº 9.394/1996, sinalizou-se para um ensino obrigatório de nove anos de duração, a iniciar-se aos seis anos de idade, o que, por sua vez, tornou-se meta da educação nacional pela Lei nº 10.172/2001, que aprovou o Plano Nacional de Educação (PNE). Finalmente, em seis de fevereiro de 2006, a Lei nº 11.274, institui o ensino fundamental de nove anos de duração com a inclusão das crianças de seis anos de idade.

O Censo demográfico da época mostrava que 81,7% das crianças de seis anos estavam na escola, sendo que 38,9% frequentavam a educação infantil, 13,6% pertencem às classes de alfabetização e 29,6% estavam no ensino fundamental (IBGE, Censo Demográfico 2000). Portanto, a decisão só estava oficializando algo que já ocorria com a população brasileira.

Em 2010, uma resolução do Conselho Nacional de Educação (CNE) alterou a vida escolar de crianças que fazem aniversário entre 1º de abril e 30 de junho. Pela regra anterior, o aluno ingressava na educação infantil (1ª ano) no ano em que completava seis anos, desde que fizesse aniversário até 30 de junho. Agora, a datalimite passa a ser 31 de março.

No dia 1 de agosto de 2018 O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu manter a validade da norma que definiu a idade mínima em que crianças podem ser matriculadas no ensino fundamental nas escolas públicas e particulares. A questão foi julgada a partir de questionamentos da Procuradoria-Geral da República (PGR) e do estado do Mato Grosso do Sul. Por maioria de votos, a Corte julgou constitucionais resoluções editadas pelo Conselho Nacional de Educação (CNE), em 2010. As regras definiram que a matrícula no primeiro ano do ensino fundamental só pode feita se a criança tiver completado seis anos de idade até o dia 31 de março do ano da matrícula. Dessa forma, se ainda tiver cinco anos, a criança deve continuar na educação infantil até completar o critério.

Reconhecer os modelos teóricos para analisar políticas públicas na educação infantil em diversos contextos e universalizada nos remete à obra de Hanna Arendt.

Arendt (1957) em sua célebre obra sobre a crise na educação americana já dizia que o papel desempenhado pela educação em todas as utopias políticas, desde a Antiguidade até aos nossos dias, mostra bem como pode parecer natural querer começar um mundo novo com aqueles que são novos por nascimento e por natureza. Em outro trecho de sua obra Hanna Arendt destaca que

Uma crise na educação suscitaria sempre graves problemas mesmo se não fosse; como no caso presente, o reflexo de uma crise muito mais geral e da instabilidade da sociedade moderna. E isto porque a educação é uma das atividades mais elementares e mais necessárias da sociedade humana a qual não permanece nunca tal como é, mas antes se renova sem cessar pelo nascimento, pela chegada de novos seres humanos (ARENDR, 1957 p.8).

Trazendo o debate para países com uma realidade educacional mais próxima da praticada no Brasil, convém analisar a pesquisa de Rosemberg (2002) que cita Cochran (1997) ao comparar a evolução recente da educação infantil em dois países subdesenvolvidos – Colômbia e Quênia –, Cochran traça dois perfis que evidenciam diferentes impactos das políticas públicas na educação. Para explicá-los, o autor refere-se a diferenças que nota nas influências culturais mediadoras.

Por exemplo, crenças culturais no Quênia atribuem importância à família extensa assim como ao *ethos* da *harambee*, ou da autoajuda. Estas influências mediadoras apoiam a criação de um espaço comum para a educação infantil em resposta à necessidade de ampliar as experiências infantis e preparar as crianças para a escola primária. Em contraste, países da América Latina tendem a apresentar *ethos* que valoriza a família nuclear, parcialmente apoiado no catolicismo. Em alguns países, como na Colômbia, Venezuela e, em última instância, no Equador e Peru (Arango, 1993), essa influência mediadora contribuiu para a implementação de creche domiciliar para crianças pequenas que necessitavam de estimulação extra e suplementos nutricionais (apesar de instituições de educação infantil existir nessas sociedades). (Cochran, 1997, p. 161, *apud* Rosemberg, 2002)

Quando começamos a analisar o que é feito no Brasil, Santos (2002) relembra que de forma geral, as análises sobre as políticas públicas para os diferentes níveis e modalidades de ensino, no Brasil, têm mostrado a coerência interna dessas políticas, sua organicidade na busca de um reordenamento da educação, evidenciando o

caráter centralizador dessas políticas, realizadas por meio da instituição de parâmetros e diretrizes curriculares, sistema nacional de avaliação e programa nacional de livro didático. A mesma autora enfatiza que muito do que se faz sobre a temática educacional pelo governo brasileiro está relacionado ao alinhamento dessas políticas com diretrizes impostas por organismos internacionais, que financiam e fornecem os critérios para as mudanças relacionadas à forma e ao conteúdo da organização e do funcionamento dos sistemas públicos de ensino.

Santos (2002) trazendo o debate para o campo do ensino fundamental relembra que o que parece mais surpreendente nessas políticas não é o grau de alienação que elas produzem, não é o fato de estarem formando sujeitos passivos ou em conformidade com os critérios de mercado ou com os interesses das elites. O mais surpreendente é seu baixo impacto na realidade escolar. Seria justo pensar que, definido um currículo nacional, selecionados os livros didáticos a serem adotados pelas escolas, treinados professores de forma mais operacional, com vistas ao desenvolvimento de competências consideradas fundamentais para o exercício da docência, houvesse um a melhora no desempenho do sistema público do ensino básico, uma vez que esse desempenho também é avaliado, com base em normas e princípios definidos pelo próprio sistema.

Segundo Bonanimo (2007) a partir da década de 1990, o Brasil passou a contar com avaliação nacional, que permite acompanhar a qualidade da educação brasileira. Ainda nessa década ocorreu a universalização do acesso da população de 7 a 14 anos à escola e melhora expressiva no fluxo escolar. Este contexto, aliado ao fato de que a disponibilização de dados da avaliação nacional sinalizou de modo inequívoco a gravidade do problema da qualidade, incentivou diversos pesquisadores a se concentrarem sobre este tema (Fernandes & Natenzon, 2003; Menezes-Filho & Pazello, 2004; Albernaz, Franco & Ferreira, 2002; Franco, 2004; Malavazi, Bertagna & Freitas, 2006).

A implementação de instrumentos avaliativos oficiais nem sempre são bem vistas pelos professores. Entretanto, temos alguns processos avaliativos sempre debatidos nas unidades escolares de São Paulo: o Saesp e a Prova Brasil. O Sistema de Avaliação de Rendimento Escolar do Estado de São Paulo - SARESP, é informado pelo governo estadual como instrumento de avaliação externa das unidades escolares

de diferentes redes de ensino paulistas, que oferece indicadores de extrema relevância para subsidiar a tomada de decisões dos educadores que nelas atuam. A Prova Brasil e o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb) são avaliações para diagnóstico, em larga escala, desenvolvidas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep/MEC). Têm o objetivo de avaliar a qualidade do ensino oferecido pelo sistema educacional brasileiro a partir de testes padronizados e questionários socioeconômicos.

O resultado dessas avaliações não considera se o aluno teve acesso ou não ao conteúdo avaliado, uma vez que apesar de existir um currículo oficial a grande maioria não escola não consegue acompanhar o que está sendo ensinado de fato em sala de aula. Tanto que é comum o aluno reclamar que “não estudou sobre isso”.

## **2. Os processos do conhecimento no ensino básico**

As avaliações oficiais dos processos de conhecimento são aplicadas no quinto e nono anos do ensino fundamental, os estudantes respondem questões de língua portuguesa, com foco em leitura, e matemática, com foco na resolução de problemas. No questionário socioeconômico, os estudantes fornecem informações sobre fatores de contexto que podem estar associados ao desempenho.

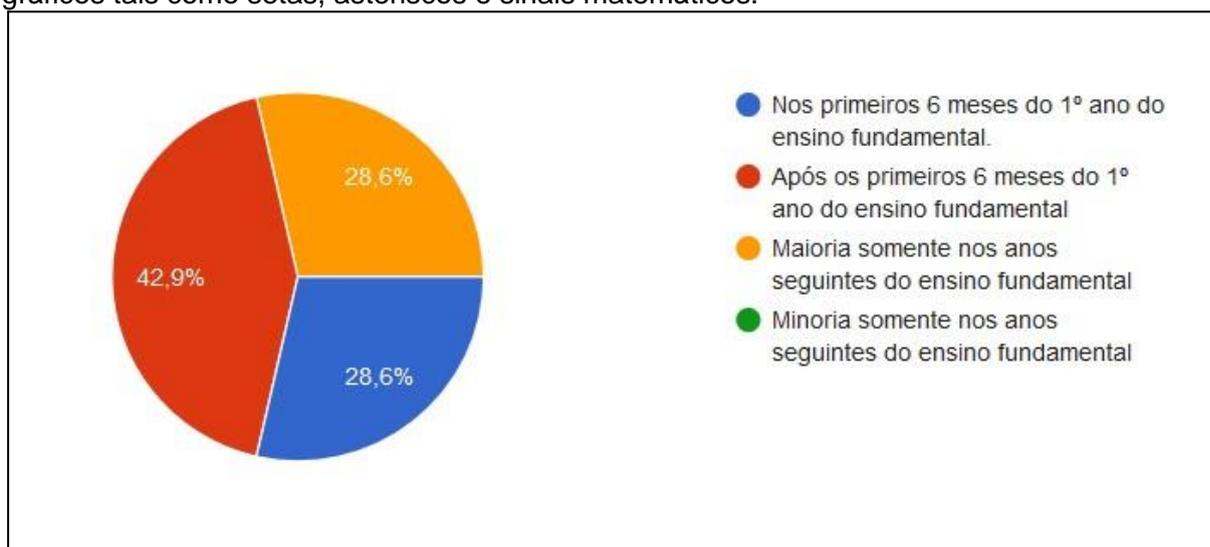
Segundo a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo – SEE/SP as provas de Língua Portuguesa do SARESP 2016 para o 3º ano do Ensino Fundamental pressupõem que os alunos já devam ter desenvolvidas muitas e diversas habilidades de leitura e de escrita em seu processo de aprendizagem escolar, visto que o Estado de São Paulo definiu como meta para a Educação Fundamental, a partir de 2013, a plena alfabetização dos estudantes até os sete anos.

A divulgação oficial da SEE/SP do resultado do Saresp 2016, o último divulgado em sua totalidade até a presente data, informa que as análises das provas de Língua Portuguesa aos alunos de 3º ano de Ensino Fundamental – SARESP 2016 e de seus resultados demonstrou que o desempenho dos alunos não correspondeu em todos os itens de avaliação ao que desejava para o final desse ano de escolaridade. Por outro lado, também evidenciou quais tarefas de leitura e de escrita representam os maiores

desafios para os alunos e que demandam outras análises e medidas da comunidade escolar a fim de encontrar novas estratégias didático-pedagógicas que possam fazer avançar as aprendizagens dos alunos.

Comparando o resultado das avaliações oficiais com a pesquisa feita para este artigo, em seu primeiro item “Sobre a apropriação do sistema de escrita: quanto tempo leva para a criança fazer distinção entre letras e desenhos; letras e rabiscos; letras e números; letras e símbolos gráficos tais como setas, asteriscos e sinais matemáticos” o resultado informado pelos professores participantes da pesquisa foi que 42,6% dos alunos somente dominarão a apropriação da escrita após os primeiros seis meses do 1º ano do ensino fundamental conforme evidencia o gráfico 1.

**GRÁFICO 1.** Sobre a apropriação do sistema de escrita: quanto tempo leva para a criança fazer distinção entre letras e desenhos; letras e rabiscos; letras e números; letras e símbolos gráficos tais como setas, asteriscos e sinais matemáticos.



**Fonte: Próprio autor**

Apesar de mais de 70% dos estudantes aprenderem a escrever ainda no 1º ano do ensino fundamental, o resultado aponta que 28,6% dos professores entrevistados admitimos que a apropriação da escrita da maioria de seus alunos só ocorrerá nos anos seguintes. Alves (1993) defende que a alfabetização precisa estar centrada na compreensão e na comunicação, levando em conta o processo, ou seja, o modo como às crianças aprendem, o que implica fazer da escola um lugar para a criança, assim como muitos educadores já vinham e vêm defendendo ao longo da História.

Compreender os três primeiros anos do Ensino Fundamental como ciclo da alfabetização, compreendendo-a (a alfabetização) como uma prática social e, associando-a ao letramento, já se caracterizam como um esforço de construir uma nova cultura da alfabetização que supere o desenvolvimento das competências individuais (embora absolutamente necessárias) no uso da escrita, passando a compreender e reconhecer que ser alfabetizado é tornar-se “praticante da cultura escrita” (Lerner, 2002).

Segundo Magda Soares, o acesso ao mundo da escrita acontece por duas vias, uma diz respeito ao aprendizado de algumas técnicas e outra se relaciona ao uso e a função desse aprendizado. Assim:

Duas aprendizagens – aprender a técnica, o código (decodificar, usar o papel, usar o lápis etc.) e aprender também a usar isso nas práticas sociais, as mais variadas, que exigem o uso de tal técnica – constituem dois processos, e um não está antes do outro. São processos simultâneos e interdependentes [...] (2003, p. 16).

Emília Ferreiro em sua obra *Reflexões sobre Alfabetização* diz que:

Quando a criança descobre que a sílaba não pode ser considerada como uma unidade, mas que ela é, por sua vez, reanalisável em elementos menores, ingressa no último passo da compreensão do sistema socialmente estabelecido. E, a partir daí, descobre novos problemas: pelo lado quantitativo, que se por um lado não basta uma letra por sílaba, também não se pode estabelecer nenhuma regularidade duplicando a quantidade de letras por sílaba [...]; pelo lado qualitativo, enfrentará os problemas ortográficos [...] (Ferreiro, 2001, p. 27).

Rufino (2001) faz uma crítica importante a respeito da formação inicial:

Durante a formação inicial os professores ‘recebem’ um repertório de conhecimentos relativos ao que é ser professor: o que deve pensar, o que deve evitar, o que deve fazer, o que é mais adequado, o que é necessário na educação de crianças e jovens. Porém, muito pouco foi trabalhado do ponto de vista prático de como atuar, de como focar os problemas desde a sua existência concreta. Aprenderam conteúdos de ensinar, mas não pesquisaram sobre esse ensinar, não mediarão com seus ensinantes do curso de formação estes conteúdos na realidade concreta da escola (Rufino, 2001, p.100).

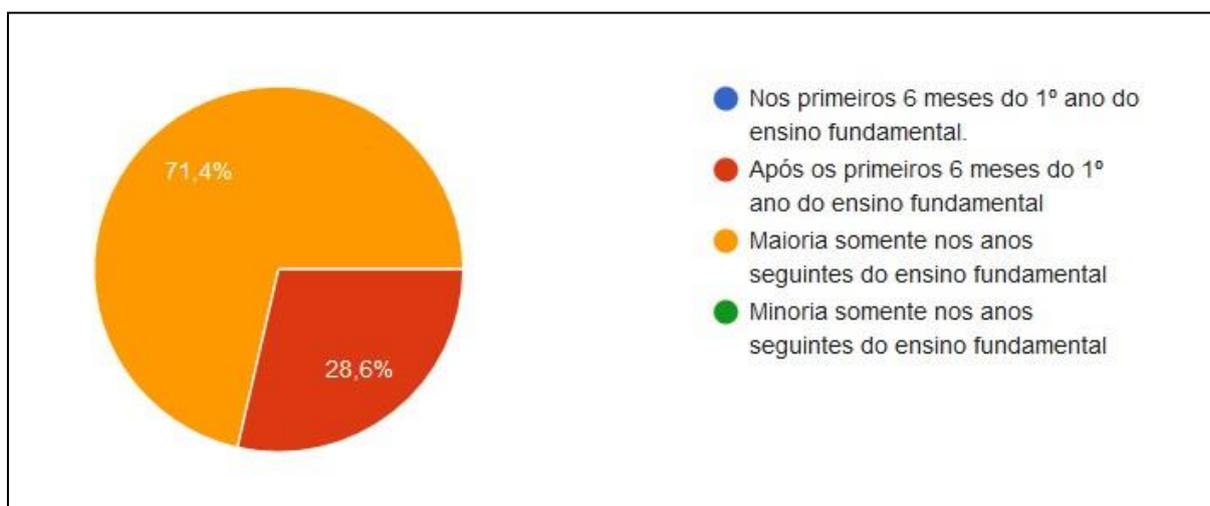
Kupfer (2007) afirma que se a escrita fosse apenas uma representação da fala, não faria diferença falar de palavra escrita ou falada. Acontece que, ao se imprimirem, as marcas do Outro o fazem segundo uma legalidade precisa. Essa legalidade é a da lógica da escrita, a de sua estrutura. Uma legalidade muda, sem voz alguma. A fala é

apenas seu veículo. O que se marca não são as marcas sonoras ou visuais, mas um sistema, regido por leis que são leis organizadoras de marcas, de traços, de registros.

Durante a pesquisa, questionou-se o professor sobre a apropriação do sistema de leitura. Em até quanto tempo ela consegue saber a função de um jornal, pergunta sobre publicações localiza pontos de acesso público e privado aos textos impressos (bibliotecas) e identifica pontos de compra de livros (livraria, bancas, etc.,). Os resultados estão no gráfico 2.

O resultado aponta que uma parcela de 28,6% dos estudantes se apropriará da leitura nos primeiros seis meses de escola, mas a grande maioria só encontrará esse domínio nos anos seguintes. Muitos devido à progressão automática podem levar o ensino fundamental inteiro, nove anos, e nem assim atingirá esse objetivo.

**GRÁFICO 2:** A apropriação do sistema de leitura



**Fonte:** Próprio autor

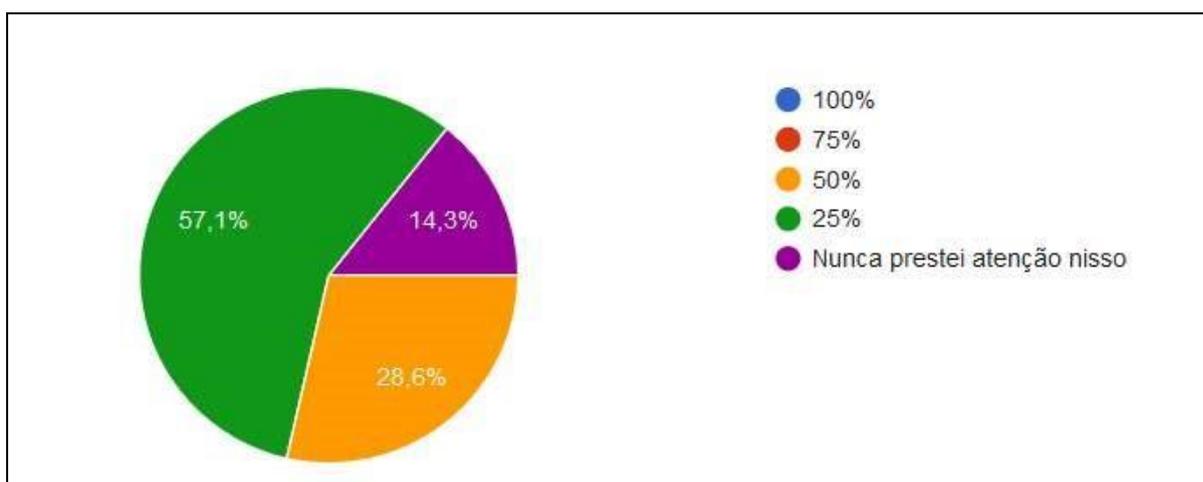
Soares (2003) denunciava em sua obra “A reinvenção da alfabetização” que estamos vivendo, na área de alfabetização, um momento grave. Primeiro, por causa do fracasso que a está, gritante, diante de nós. Não é possível continuar dessa forma. Segundo, porque estão aparecendo tentativas, em princípio muito bemvindas, de recuperar a especificidade da alfabetização, mas é bom vermos qual caminho vão tomar.

Muitas dessas tentativas podem estar contribuindo seriamente para o sucesso escolar do estudante brasileiro. Segundo Soares (2003) ninguém aprende a ler e a escrever senão aprender relações entre fonemas e grafemas – para codificar e para decodificar. Isso é uma parte específica do processo de aprender a ler e a escrever. Linguisticamente, ler e escrever são aprender a codificar e a decodificar.

Dentro desse contexto, a pesquisa busca enfatizar o papel do professor em perceber o que ocorre dentro de sua sala de aula. Para tanto, o gráfico três informa sobre a percepção do professor com relação ao exemplo que vem de casa para efetivar o processo de ensino e aprendizagem ao questionar em média, quantas crianças quando chegam à escola possuem “modelo de leitor”, ou seja, se tem uma ideia de como se lê um texto, um livro ou um periódico. Se “brinca de ler”.

Observa-se no resultado que uma parcela significativa dos entrevistados não conhece como a criança “brinca de ler”. E dos professores que percebem isso, verificam que só ocorre em no máximo a metade da classe. A ausência familiar no processo começa a aparecer já nos anos iniciais do ensino fundamental e vai se perpetuar no ensino médio.

**GRÁFICO 3.** Em média quantas crianças de sua sala possuem modelos de leitores ou brincam de ler.



**Fonte:** Próprio autor

Quando 14,3% dos professores revelam que nunca prestaram atenção em como ou quando as crianças estão buscando ou criando modelos de leitores ao brincar de ler, nos remete a Kramer (2003) que nos lembra que as crianças brincam isso é o que as caracteriza. Construindo com pedaços, refazendo a partir de resíduos ou sobras, na brincadeira, elas estabelecem novas relações e combinações. As crianças viram as coisas pelo avesso e, assim, revelam a possibilidade de criar.

O professor precisa se apropriar de situações do cotidiano escolar e usar em favor da educação. Walter Benjamin na década de 1980 já alertava que os brinquedos terão sentido profundo se vierem representados pelo brincar. Por isso a criança não cansa de pedir aos adultos que brinquem com elas, estes, quando brincam com as crianças, tem a vantagem de dispor de uma experiência mais vasta mais rica, podendo ir mais longe com a imaginação, aumentando com isso seu coeficiente, não só de informações intelectuais, mais de nível linguístico, por exemplo, quando brinca de construção o adulto sabe calcular melhor as proporções e equilíbrio.

As crianças fazem história a partir dos restos da história, o que as aproxima dos inúteis e dos marginalizados (Benjamin, 1984, p.14).

Ao ser questionado sobre o desenvolvimento da oralidade: como a criança participa das interações cotidianas em sala de aula. A pesquisa aponta que na percepção do professor seus alunos sentem uma grande dificuldade em narrar uma história. A maioria só está apta a dar recados (GRÁFICO 4).

**Gráfico 4.** Desenvolvimento da Oralidade



**Fonte:** Próprio Autor

Boaventura de Sousa Santos (2001) diz que as pessoas e os grupos sociais têm o direito a ser iguais quando a diferença os inferioriza, e o direito a ser diferentes quando a igualdade os descaracteriza. E acrescenta: “Este é, consabidamente, um imperativo muito difícil de atingir e manter” (p. 10).

Para analisar esse gráfico, convém lembrarmos o multiculturalismo, pois este entende o educador como agente revolucionário, ressaltando que se reconhecer dessa forma:

é mais do que um ato de compreender quem somos; é um ato de reivindicação de nós mesmos a partir de nossas identidades culturais sobrepostas e de nossas práticas sociais, de forma que possamos vinculá-las à materialidade da vida social e às relações de poder que as estruturam e as sustentam. (McLaren, 2000, p. 2)

Uma pesquisa com professores do ensino fundamental, de séries iniciais, em São Paulo, que aponta que nenhum dos entrevistados considera que seus estudantes sejam capazes de narrar uma história, com começo, meio e fim, nos leva a questionar se este educador conhece de verdade seu público ou o idealiza a partir de suas concepções de uma sala de aula perfeita.

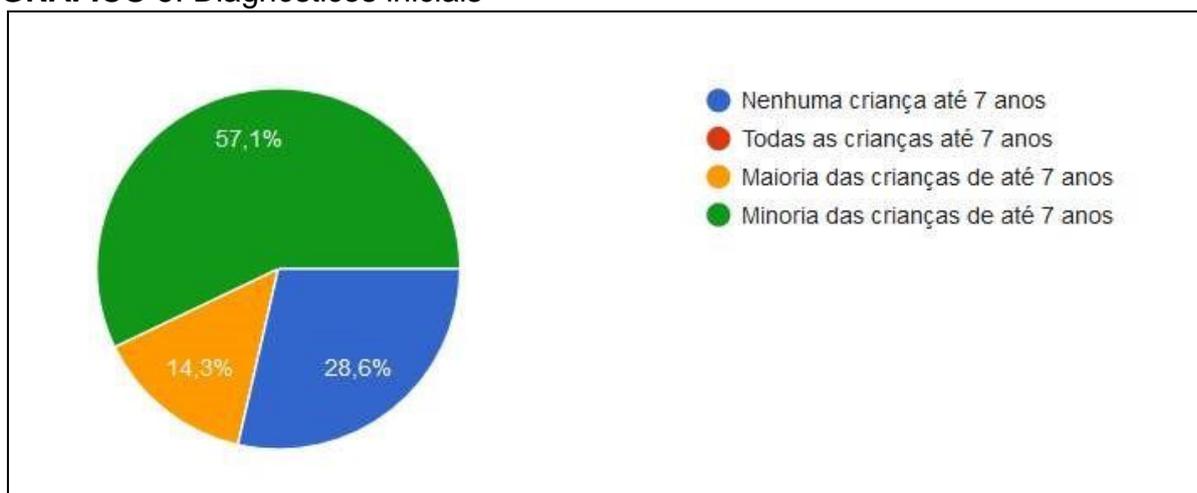
Analisando agora a percepção do professorado no início do ano letivo. Em suas atividades diagnósticas no início do ano a criança com relação à sua percepção de

rimas e aliterações consegue antecipar as rimas e distingue sons iguais ou diversos no início, meio e fim das palavras, percebe-se que há um número considerável de crianças com um conhecimento prévio a ser explorado pelo docente (GRÁFICO 4).

Essa grande diferença de saberes pode levar o professor a apontar facilidades e dificuldades na aprendizagem de pelo menos 28,6% do seu público. Entretanto, os alunos do 1º ano estão no tempo certo de serem alfabetizados e posteriormente letrados corretamente. Quando a pesquisa questiona o docente sobre a mesma coisa, mas no final do ano, o resultado cai para 14,3%, ou seja, atinge-se o objetivo em metade dos alunos que não tiveram aproveitamento no diagnóstico inicial.

Deficiência que se segue nos anos seguintes.

**GRÁFICO 5.** Diagnósticos iniciais



**Fonte:** Próprio autor

No quesito da percepção de semelhanças e diferenças fonêmicas, se ocorre à identificação dos sons no início, meio e fim das palavras ao final do 1º ano do ensino fundamental, o resultado apontou que 33,4% das crianças não alcança essa habilidade nesse ano letivo.

O item seguinte da pesquisa entra especificamente no universo matemático, logo se ao concluir o ensino fundamental - séries iniciais, se a criança consegue fazer correspondências unívocas (que só admite uma interpretação) e biunívocas (diz-se de uma correspondência entre dois conjuntos, quando a cada elemento do primeiro

corresponde um elemento do segundo e reciprocamente), também ligada ao conhecimento da língua portuguesa aplicada entre fonemas, sílabas, palavras e imagens, na percepção dos professores, apenas 14,3% seguirá para as séries finais com essa deficiência. Entretanto, 85,7% dos professores acredita que seus alunos, ainda que uma minoria leve essa dificuldade até o ensino médio.

O contexto da pesquisa agora direciona as vertentes alfabetização e letramento. O primeiro item dessa etapa questiona o professor se ele sabendo que a alfabetização é o processo de aprendizagem onde se desenvolve a habilidade de ler e escrever, se já aprovou um(a) aluno(a) que não poderia ser considerado alfabetizado. Lembrando que pelas regras da progressão automática, o aluno só poderá ficar reprovado um único ano na mesma série, ou seja, no ano seguinte ele será aprovado. O resultado indica que 33,3% já aprovaram um aluno nessas condições, e o mesmo índice de professores admitiu um “talvez” tenha aprovado, e somente 33,3% disseram que nunca aprovaram sem estar alfabetizado. Em se tratando de ciclos, essa criança só será reprovada novamente no 6º e no 9º das séries finais do ensino fundamental. A colheita da inexistência desse processo ensino e não aprendizagem persistirá até o 3º ano do ensino médio, onde ainda nos dias de hoje existem casos de alunos classificados como “deficientes intelectuais” que recebem uma aprovação automática a vida escolar inteira. É um processo de inclusão que exclui o aluno de aprender e tem se tornado bem comum nas escolas de ensino fundamental de séries finais e de ensino médio.

Agora no que tange o letramento, a questão que se fez ao entrevistado foi: sabendo que o letramento desenvolve o uso competente da leitura e da escrita nas práticas sociais. Você já aprovou alunos(as) sem essa habilidade? O resultado está no gráfico 5.

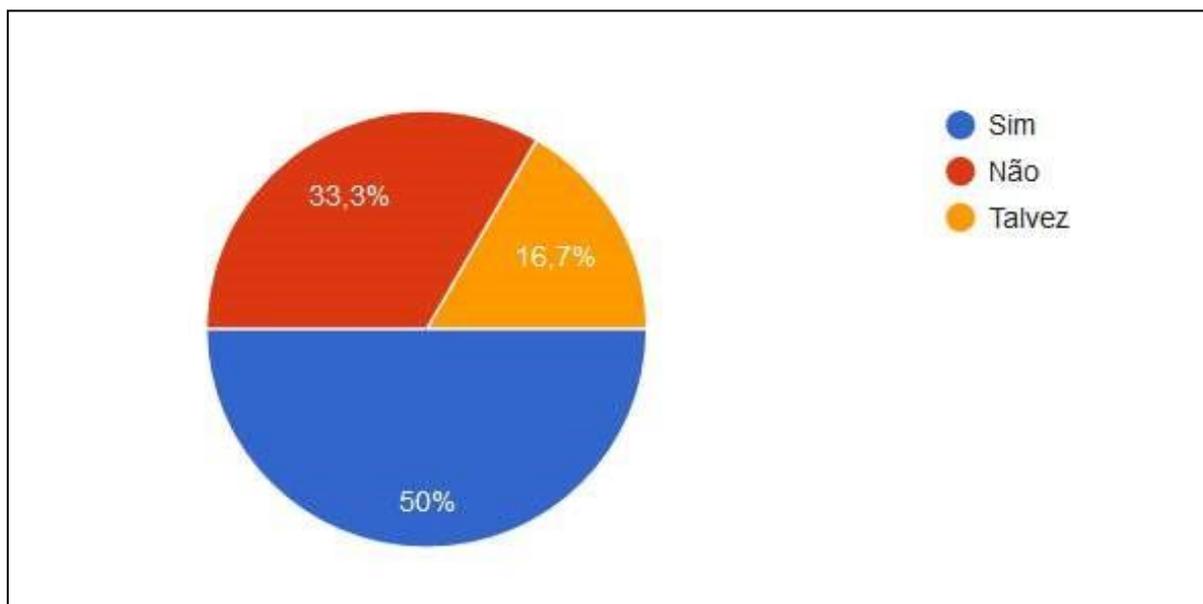
Como se pode perceber no gráfico 5, entre as afirmativas de “sim” e “talvez” são pelo menos 66,7% dos alunos saindo do ensino fundamental, séries iniciais sem o letramento. Serão os mesmos alunos que seguirão até o vestibular sem a devida habilidade e competência de saber interpretar corretamente o que lhe é questionado. Dados de escolas públicas que se refletem nos resultados do Enem.

Segundo dados oficiais do resultado do Enem 2017, a matemática é a disciplina que mais agarva o abismo entre as escolas públicas e as escolas privadas, a diferença chega até a 67% de aproveitamento. A média das notas das escolas privadas foi de 591,25, é mais de 90 pontos acima da rede estadual. Na área de linguagens a distancia é de 53,9%. Das 7.401 escolas estaduais com dados calculados, 80% têm nota de matemática inferior a 518,5, que é a média que considera a nota de todos os participantes na prova. Nas outras areas, esse oercentual varia de 69% a 72%. Dados que claramente ilustram o não letramento do aluno oriundo da escola pública, que corrobora com esta pesquisa com professores do ensino fundamental – séries iniciais.

A intervenção do professor ou da professora, que não considerou, no caso, o que a criança pensa sobre a escrita, foi pouco produtiva e, em vez de corrigir o erro, conduziu à elaboração de noções inadequadas sobre o funcionamento da linguagem escrita. É por isso, então, que é muito importante, para orientar sua atuação, que o docente saiba o que e como seu aluno conhece, isto é, que o docente domine uma teoria da aprendizagem e, no nosso caso particular, uma teoria da aprendizagem da linguagem escrita (SOARES E BATISTA, 2007).

Os dados coletados permitem questionar o padrão de ensino ofertado na atualidade às nossas crianças. Questionar por que objetivos da alfabetização e letramento como a organizar discursos, interpretar e compreender de textos, bem como a reflexão que habilita o sujeito a utilizar a escrita e a leitura nos mais diversos contextos, igualmente codificar e decodificar a escrita e os números, além de deixar o indivíduo apto a desenvolver os mais diversos métodos de aprendizado da língua são habilidades que a criança, em sua maioria não está atingindo na idade propícia

**GRÁFICO 6.** Sabendo que o letramento desenvolve o uso competente da leitura e da escrita nas práticas sociais. Você já aprovou alunos (as) sem essa habilidade?



**Fonte:** Próprio Autor

Os dados coletados permitem questionar o padrão de ensino ofertado na atualidade às nossas crianças. Questionar por que objetivos da alfabetização e letramento como a organizar discursos, interpretar e compreender de textos, bem como a reflexão que habilita o sujeito a utilizar a escrita e a leitura nos mais diversos contextos, igualmente codificar e decodificar a escrita e os números, além de deixar o indivíduo apto a desenvolver os mais diversos métodos de aprendizado da língua são habilidades que a criança, em sua maioria não está atingindo na idade propícia.

Para Barbosa *et. al* (2016) o letramento é uma prática social que se divide em planos diferentes: de um lado, os letrados competentes com uso dos códigos de leitura e escrita; e, do outro, os iletrados que utilizam somente o necessário como escrever o próprio nome, fazer cálculos simples e leituras breves. Na alfabetização, é necessário um sistema em que se utilizam métodos para alcançar o aprendizado, enquanto a aprendizagem do letramento alcança-se pelo conhecimento, capacidade, valor, uso e função da leitura e da escrita, sendo, portanto, um processo muito mais amplo que a alfabetização.

Nessa temática Soares e Batista (2007) afirmam que metodologia e teoria são duas faces de uma mesma moeda e são, por isso, inseparáveis. Não é possível atuar,

com autonomia, em sala de aula, sem o conhecimento do objeto que se deseja ensinar e de cuja natureza e características decorrem, em larga medida, a utilização – e, por que não, a criação – de princípios, diretrizes e procedimentos metodológicos. Assim, conhecimentos de natureza teórica são um elemento importante para a construção de uma atuação autônoma de qualquer professor e, por isso, devem integrar sua formação.

Para Soares (1999) letramento é o que as pessoas fazem com as habilidades de leitura e de escrita, em um contexto específico, e como essas habilidades se relacionam com as necessidades, valores e práticas *sociais*. Letramento, neste sentido, não é um conjunto de habilidades individuais; é um conjunto de práticas sociais ligadas à leitura e à escrita em que os indivíduos se envolvem num contexto social.

Barbosa *et al* (2016) em seu artigo sobre Alfabetização e letramento na compreensão do analfabetismo funcional diz que a alfabetização não se desenvolve dissociada de fenômenos culturais e sociais, pois, para apreensão do código da leitura e da escrita, a criança, primeiro, entende, por exemplo, o ambiente sonoro em que vive, para depois ser capaz de escrever aquilo que lhe é ensinado. O letramento volta-se para a compreensão da escrita em que o aluno desenvolve a capacidade de interpretação, de crítica e de produção de conhecimento. Os conceitos em tela se aplicam como práticas que não só se inserem na escola, local formal de alfabetização, mas também nos mais diversos lugares. Contudo, as falhas nesses processos desembocam, por exemplo, no fracasso escolar, que, a seu turno, causa a repetência e a evasão, não garantindo, de forma plena, nem a aprendizagem, nem a formação dos cidadãos.

No letramento, a pessoa letrada (versada em letras, erudita) é aquela que faz uso competente da leitura e da escrita no meio social e a iletrada (que não adquiriu conhecimentos literários, mas não é analfabeta) somente usa o que aprendeu basicamente por que tem a necessidade de usá-la em sua vida, como escrever o nome próprio, fazer cálculos simples e leituras breves (BARBOSA *et al*, 2016).

Diante desse quadro observado nesta pesquisa, o primeiro procedimento para mudar a atual crise da educação parte da ação do professor, como bem disse Barbosa *et al* (2016) sistematizando o ensino, para ensinar sem medo de errar, e despertar nos alunos o interesse e a responsabilidade de estarem na escola.

Ao final dessa análise destacamos Carvalho (1997) que disse que quando associamos erro e fracasso, como se fossem causa e consequência, por vezes nem se quer percebemos que, enquanto um termo – o erro – é um dado, algo objetivamente detectável, por vezes, até indiscutível, o outro - o fracasso – é fruto de uma interpretação desse dado, uma forma de o encararmos e não a consequência necessária do erro. Refletir é preciso, pois a primeira coisa que devemos examinar é a própria noção de que erro é inequivocadamente um indício de fracasso. A segunda questão intrigante é que, curiosamente, o fracasso é sempre o fracasso do aluno (CARVALHO, 1997, p. 12).

## **CONSIDERAÇÕES**

Debater sobre conceitos tão importantes no universo da educação, como é o caso de alfabetização e letramento, nos faz ver como os resultados não se mostram preocupantes somente nos dados oficiais do governo, mas também na escola e na família. Os resultados nos mostram que o processo educacional atual não é suficiente, às vezes, nem para o aprendizado das “primeiras letras”, onde o docente leva o estudante ao desenvolvimento de habilidades de codificação e de decodificação. O quadro que a pesquisa apresentou sobre o uso da linguagem escrita, nos faz crer que carece de um debate mais amplo. Fortalecer a linguagem em práticas sociais de leitura e produção de textos, seria um fator essencial ao sucesso do processo ensino e aprendizagem do letramento, propriamente dito, porém os resultados são preocupantes.

Se a função da educação infantil dentro do universo da educação básica for a formação de estudantes não somente alfabetizados, mas também letrados será necessário instituir uma ampla reforma no sistema educacional. Essa reforma passa pela situação socioeconômica brasileira, com uma população gigante de estudantes considerados iletrados em seu próprio idioma, indica ser esse objetivo essencial para o desenvolvimento do país não irá concretizar-se em curto prazo.

Os resultados do ensino público no letramento, como domínio da capacidade de compreensão serão colhidos, ou já estão sendo colhida nos cursos de graduação em geral, com alunos com dificuldades no domínio vocabular e conseqüentemente resolução de problemas, por não entender o que ler, ou seja, o futuro de gerações inteiras comprometidos pela falta de compreensão da natureza do processo ensino e aprendizagem. Mudar é preciso, mas em qual seguimento do ensino? Em todo o ensino básico, seria a resposta.

## REFERÊNCIAS

ALVES, M. F. **Passos e (des) compassos da Alfabetização**. Goiânia: Editora da UFG, 1993.

ARENDT, H. **The crisis in Education**. New York City: Partisan Review, 1957

BARBOSA, A. B.; FERREIRA, J. M.; COSTA, L. O. C.; REIS, M. T. S. dos; ROCHA, V. G.; SILVA, W. P. L. da. **Alfabetização e letramento na compreensão do analfabetismo funcional**. Pergaminho (7): 87-95, dez. 2016. Disponível em <http://pergaminho.unipam.edu.br>. Acesso em agosto de 2018.

BENJAMIN, W. **Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação**. São Paulo:

Sumus, 1984.

BRASIL. Lei de diretrizes e bases da educação, a Lei nº 9.394/1996.

BRASIL. Lei de diretrizes e bases da educação nº 10.172/2001.

BRASIL. Lei de diretrizes e bases da educação nº 11.274.

BRASIL. Lei de diretrizes e bases da educação nº 4.024/1961.

BRASIL. Lei de diretrizes e bases da educação nº 5.692/1971.

CARVALHO, J. S. F. de. **As noções de erro e fracasso no contexto escolar: algumas considerações preliminares.** In: AQUINO, Julio Groppa. Erro e fracasso na escola: alternativas teóricas e práticas. São Paulo: Summus, 1997.

FERREIRO, E. **Reflexões sobre alfabetização.** São Paulo: Cortez, 2001.

KRAMER, S. **Direitos da criança e projeto político-pedagógico de educação infantil.** In:

BAZILIO, L.; KRAMER, S. Infância, educação e direitos humanos. São Paulo: Ed.Cortez, 2003. p. 51-81.

KRAMER, S. **Infância, cultura e educação.** In: PAIVA, A. ; EVANGELISTA, A. PAULINO, G.; VERSIANIN, Z. (Org.). No fim do século: a diversidade. O jogo do livro infantil e juvenil. Editora Autêntica/CEALE, 2000, p. 9-36

KUPFER, M. C. M. **Inconsciente e escrita: um corpo que cai.** In: NASCIMENTO, E.; GONZÁLES, R. (Org.). Questões cruciais para a psicanálise II. Salvador: EDUFBA, 2007, v. 1, p. 1-10.

LERNER, D. **Ler e escrever na escola- o real, o possível e o necessário.** Trad. Ernani Rosa. Porto Alegre: Artmed, 2002;

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MCLAREN, P. **Multiculturalismo revolucionário: Pedagogia do dissenso para o novo milênio**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2000.

ROSEMBERG, F. **Organizações Multilaterais, Estado e Políticas de Educação Infantil**. In: *Cadernos de Pesquisa*, n. 115, p.25-63, março. 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/cp/n115/a02n115.pdf> . Acesso em agosto de 2018.

RUFINO, S. C. M. **O aprender da docência nas narrativas da experiência dos principiantes**. Ijuí: Ed Unijuí, 2001.

SANTOS, B.S. **As tensões da Modernidade**. Forum Social Mundial, Biblioteca das alternativas, 2001. Disponível em <http://www.forumsocialmundial.org.br>. Acesso em agosto de 2018.

SANTOS, L. L.C. P. **Políticas Públicas Para O Ensino Fundamental: Parâmetros Curriculares Nacionais E Sistema Nacional De Avaliação (SAEB)**. Educ. Soc. v.23 n.80 Campinas set. 2002

SÃO PAULO. **Resultado Saesp 2016**. Disponível em <http://saesp.vunesp.com.br/2016/resultadoslp3ef.html>. Acesso em agosto de 2018.

SILVA, E. L. MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SOARES, M. **A reinvenção da alfabetização**. PRESENÇA PEDAGÓGICA v.9 n52 jul./ago, 2003

SOARES, M. **Letramento: um tema em três gêneros**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

ANDRÉ LUÍS PALÁCIOS, FERNANDO JOSÉ LOPES

SOARES, M.. **A reinvenção da alfabetização**. Revista Presença Pedagógica, v.9, 2003

SOARES, M.B. BATISTA, A. A. G. **Alfabetização e letramento**, Coleção Alfabetização e Letramento. Belo Horizonte: Ceale/FaE/UFMG, 2005.

SOARES, M.B. **Letramento: um tema em três gêneros**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

## **THE PERCEPTION OF TEACHERS PAULISTANOS ON LITERACY AND LITERACY**

André Luís Palácios, Faculdades Oswaldo Cruz  
[palacios@uol.com.br](mailto:palacios@uol.com.br)

Me. Fernando José Lopes, Integrated Colleges Campos Salles  
[lopesfj2008@gmail.com](mailto:lopesfj2008@gmail.com)

**ABSTRACT**

The theme of this research is The Perception of Paulistan Teachers on the Literacy and Literacy Process. The importance of the study comes from the finding of difficulties in the interpretation of languages, codes and their technologies at all levels of education. The motivation for this research lies in the fact that Brazil's position in educational evaluations, as well as analyzes that much of what is done on the educational issue by the Brazilian government is related to the alignment of these policies with guidelines imposed by international organizations that finance and provide the criteria for changes related to the form and content of the organization and functioning of public education systems. Many of these attempts may be seriously contributing to the Brazilian student's academic success, since no one learns to read and write other than to learn relationships between coding and decoding. This is a specific part of the process of learning to read and write.

**Keywords:** Literacy and Literacy. Basic education. Reform.

## MOODLE COMO TECNOLOGIA SOCIAL EM PROL DA SUSTENTABILIDADE

**Benedito José Santos**, CEETEPS (Centro Estadual de Educação  
Tecnológica Paula Souza) – [benejsan@yahoo.com.br](mailto:benejsan@yahoo.com.br)

**Koiti Egoshi**, UNINOVE (Universidade Nove de Julho) – [koiti@egoshi.com.br](mailto:koiti@egoshi.com.br)

### Resumo

Este artigo apresenta uma análise qualitativa do CMS (Content Management System) Moodle como Tecnologia Social utilizada em favor da Sustentabilidade. No decorrer da análise, enfocamos as três bases de apoio do princípio sustentável propostas por John Elkington que ora aplicamos como referencial teórico: econômico; ambiental e social.

**Palavras-chave:** CMS - Content Management System – EAD - Ensino a Distância - Interatividade - Moodle - Redes Sociais.

**Data de aceite:** 23/11/2018 **Data de Publicação:** 28/02/2019

### CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Todos os avanços promovidos pelas novas tecnologias levam-nos a refletir acerca dos reais motivos que estariam por trás dessas evoluções. No século XX, a

humanidade acompanhou o desenvolvimento dos aparelhos digitais de televisão, de projeção (datashows), de telefonia móvel (celulares) e de computação móvel (notebooks) entre outros. Neste mesmo século, a Internet emerge como um conjunto de redes de comunicação conectadas mundialmente.

Rodrigues e Barbieri (2008, p. 1080) afirmam que a inclusão da base da pirâmide social no discurso empresarial aconteceu graças ao argumento de Prahalad (2005) de que “há dinheiro na base da pirâmide”. Composta pela maioria de baixo poder aquisitivo, a base da pirâmide social era desprezada pela maioria das empresas, no entanto, esta maioria de pequenos valores representa um montante considerável e que não pode mais ser desconsiderada.

É perfeitamente aceitável e racional, pensarmos em um mundo *free* ou de diversos produtos grátis quando o foco está na base da pirâmide. Para usufruir desta parcela da sociedade, as grandes empresas se viram então, diante de um novo paradigma, que as fez repensar em novas formas de empreender. Esta ideia explica, por exemplo, o crescimento exorbitante de vendas de aparelhos celulares, o volume de usuários de internet ou a quantidades de contas de email.

Essa nova realidade encurtou também as relações entre tempo e espaço e, por isso, ficamos com a sensação de que tudo acontece mais rápido. O computador, exímio executor de ordens pré-programadas, é capaz de realizar várias operações em um átimo de tempo. Assim, técnicos e especialistas em computação trabalham diuturnamente na tentativa de apresentarem um programa inovador, e desta forma, algo que até o momento era tido como impossível ou inviável, de repente já não o é mais. Um simples exemplo dessa nova realidade está na capacidade de processamento gráfico atual da maioria dos equipamentos digitais ou no comando por toque de tela – *touch screen* – algo impossível de conceber aos primeiros equipamentos digitais.

Como resultado do alcance proporcionado pelo avanço tecnológico, novos termos são criados para designar formas inovadoras de ver e pensar o mundo. Um

destes termos é Sustentabilidade, para o qual, John Elkington, o autor de “Canibais com Garfo e Faca” propôs em 2001, três dimensões de sustentabilidade: econômica, ambiental e social (ELKINGTON, 2001).

Para o autor, **um mundo sustentável somente será possível, se e somente se, existir um equilíbrio para o desenvolvimento, alicerçado em fatores que favoreçam as dimensões econômica, ambiental e social das ações promovidas.**

Outro termo cunhado nesta seara foi **Tecnologia Social** que engloba todas as tecnologias interativas de comunicação criadas para o homem. Dentre elas a *World Wide Web* (WWW) da Internet que possibilitou o desenvolvimento de diversos recursos de uso específicos: navegadores, comunicadores e buscadores de páginas etc.

A Internet possibilitou também o desenvolvimento dos Sistemas de Gestão de Conteúdo ou Content Management System (CMS). Esses sistemas visam facilitar a manutenção dos conteúdos das bases de dados, exigindo do administrador menos domínio técnico das linguagens de programação.

O Moodle, sigla para Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, é um desses sistemas de gestão de conteúdo gratuito e que foi concebido com a finalidade de facilitar a construção de uma escola virtual. Ele tem entre outras características a de permitir o controle de professores, tutores, alunos e cursos de maneira quase intuitiva.

O Moodle é um sistema baseado em Web que disponibiliza um grande leque de opções de interação social consagradas mundialmente, tais como wikis, blogs, fóruns e chats. Além disso, tudo permite também integração e compartilhamento a outros sistemas, tais como Facebook, Twitter etc.

Nossa proposta neste trabalho é apresentar uma análise do CMS Moodle como Tecnologia em Prol da Sustentabilidade. Para tanto, analisamos primeiramente a Sustentabilidade e a Tecnologia Social para depois, identificarmos no Moodle características que evidenciem as dimensões econômicas, ambientais e sociais de sustentabilidade.

## 1. SUSTENTABILIDADE E TECNOLOGIA SOCIAL

Analisemos, pois, em primeiro lugar, a Sustentabilidade.

As preocupações com as questões ambientais e a influência da sociedade no processo econômico no final do século XX foram determinantes para o conceito de desenvolvimento sustentável proposto por Brudtland (1987, p. 46): “O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades”.

O Relatório Brudtland (Brudtland Report) conhecido por “Nosso Futuro Comum”, publicado pelas Nações Unidas em 1987, foi ratificado em 1992 na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), mais conhecida como Rio-92 e que resultou num documento, a Agenda 21. Nesta agenda, o conceito de produção sustentável, bastante relacionado ao de desenvolvimento sustentável, foi cunhado e relacionado à maneira como as empresas produzem e fornecem seus produtos (bens e / ou serviços).

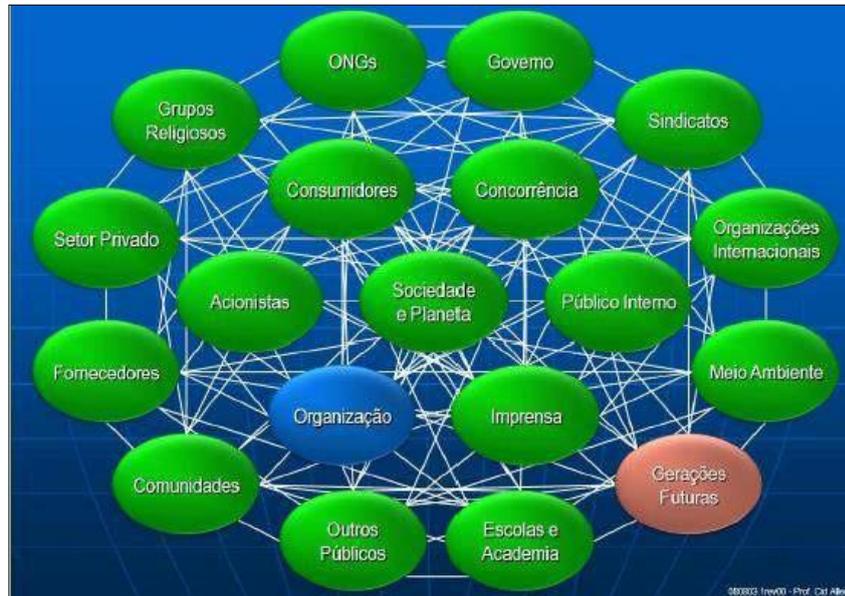
Segundo a Agenda 21 (1995, p. 418), para a Ciência, o desenvolvimento sustentável “exige assumir perspectivas de longo prazo, integrar os efeitos locais e regionais das mudanças mundiais no processo de desenvolvimento e utilizar os melhores conhecimentos científicos e tradicionais disponíveis”. Os resultados das pesquisas científicas devem balizar constantemente o processo de desenvolvimento para garantir que a utilização dos recursos tenha impactos reduzidos sobre o sistema Terra. Em outras palavras, Desenvolvimento Sustentável é uma “tentativa de equilíbrio e conciliação entre Desenvolvimento Econômico e Proteção Ambiental – o grande paradoxo da humanidade” (EGOSHI, 2009, p. 123).

Em 1994, o conceito *Triple Bottom Line* (tripé da sustentabilidade) foi lançado por John Elkington, pretendendo disseminar a teoria de medição do valor gerado pelas empresas nas dimensões econômica, ambiental e social.

No ambiente empresarial, o termo gestão sustentável foi adotado para designar o conjunto de estratégias e ações que atendam aos interesses dos diversos

stakeholders<sup>1</sup>, além de proteger recursos humanos e naturais futuros. A Figura 1 ilustra a relação entre os diversos interessados e envolvidos nos processos organizacionais.

**Figura 1 – Stakeholders**



**Fonte:** Alledi (2008 apud De Figueiredo e De Farias Filho 2009, p. 5)

Após uma breve análise da Sustentabilidade, analisemos Tecnologia Social.

Entendemos por Tecnologia Social qualquer ciência aplicada que facilita interação social e promove transformações sociais. Neste sentido, entendemos a Internet como a maior e a mais significativa tecnologia social de todos os tempos. A Internet que é desenvolvida dinâmica e continuamente por várias tecnologias de informação e comunicação que propiciam os mais variados ambientes virtuais – principalmente as chamadas Redes Sociais como Facebook, LinkedIn, Google Groups, Twitter etc. E todos esses ambientes virtuais são tecnologias sociais.

Outros desses variados ambientes virtuais que também são tecnologias sociais, são desenvolvidos para finalidades específicas, como é o caso dos chamados CMS (Content Management System).

---

<sup>1</sup> Grupo de interessados ou envolvidos em negócios.

## 2. O MOODLE COMO TECNOLOGIA SOCIAL

Há inúmeros ambientes virtuais do tipo CMS utilizados na Ensino a Distância disponíveis, como: Drupal<sup>2</sup>, Blackboard<sup>3</sup>, Joomla<sup>4</sup>, Wordpress<sup>5</sup>, e Moodle<sup>6</sup>. Desses sistemas, alguns são proprietários, isto é, são vendidos, enquanto outros são gratuitos.

O Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) é uma ferramenta que permite criar cursos baseados na Internet. Seu idealizador e desenvolvedor foi o cientista da computação australiano Martin Dougiamas (1969) (Wikipédia, 2013).

O Moodle é um CMS gratuito que foi concebido com a finalidade básica de facilitar a construção de uma escola na internet, e tem entre outras características a de permitir o controle de professores, tutores, alunos e cursos de maneira quase intuitiva. Esses sistemas CMS's visam facilitar a manutenção dos conteúdos das bases de dados, exigindo do seu administrador menos domínio técnico das linguagens de programação.

Criado em 2001, o Moodle facilita a atividade do profissional de educação ao apresentar um conjunto simples de funções administrativas que permitem obter bons resultados em curto espaço de tempo. Do lado discente, também oferece uma gama enorme de facilidades, todas decorrentes dos avanços proporcionados por novos recursos de *software* que permite maior interação entre os alunos.

O Moodle é desenvolvido no conceito de "Open Source" (não confundir com "Free Software" – saiba a diferença entre os dois, lendo o artigo "Linux tem tudo para derreter" <<http://www.cienciaadaadministracao.com.br/LinuxXWindows.htm>> no "Portal da Ciência da Administração e Tecnologia da Informação

---

<sup>2</sup> Disponível para *download* em: <<http://drupal.org>>.

<sup>3</sup> Maiores informações podem ser obtidas em: <<http://www.blackboard.com/>>.

<sup>4</sup> Disponível para *download* em: <<http://www.joomla.org/>>.

<sup>5</sup> Disponível para *download* em: <<http://wordpress.org/>>.

<sup>6</sup> Disponível para *download* em: <<https://moodle.org/>>.

<<http://www.cienciaadministracao.com.br/>>). Assim, tem o seu código fonte aberto para alterações e é disponibilizado gratuitamente, dispensando o pagamento de licença de aquisição e/ou uso.

Sua interface amigável funciona de maneira quase intuitiva e acelera o domínio técnico necessário ao administrador, isto é, sua curva de aprendizagem é bem acentuada.

O Moodle funciona sob os mais diferentes sistemas operacionais (inclusive Windows e Linux), Servidor Web Apache, com linguagens de script PHP e Pearl, possibilitando bases de dados gerenciáveis por MySQL (ou outro Sistema Gerenciador de Banco de Dados (SGBD) tais como Oracle, Access, Interbase e PostgreSQL).

Apesar das estatísticas fornecidas pelo site do Moodle estarem distantes do número real de usuários, já que o download é livre e o registro é opcional, sua utilização na administração de atividades educacionais de EAD (Ensino a Distância) é expressiva como mostra a Tabela 1

**Tabela 1 - Estatísticas Moodle**

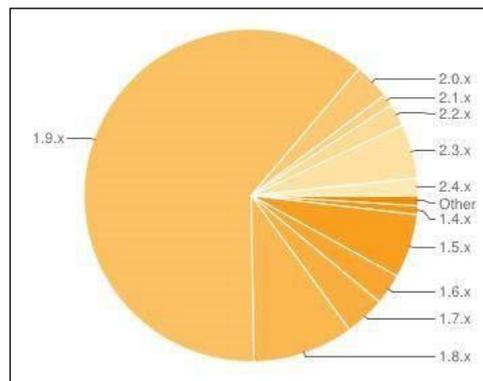
<i>Estatística</i>	<i>Valor</i>
Sites registrados	75.000
Países	227
Cursos	6.992.506
Usuários	65.425.988
Professores	1.291.922

**Fonte:** Moodle (2013)

O site de estatísticas do Moodle apresenta o Brasil em terceiro lugar na classificação geral de registros por países com a marca de 5.414, superado apenas pelos Estados Unidos com 12.728 e Espanha com 6.500.

A Figura 2 ilustra a distribuição de versões do Moodle entre todos os usuários registrados. Notamos que a versão 1.9x, lançada em março de 2008, ainda é a mais usada e este fato reforça a ideia de ser esta a versão mais aceita até a atualidade.

**Figura 2- Distribuição de versões entre os usuários**



**Fonte:** Moodle (2013)

Os cursos de EAD que usam internet são dinâmicos e precisam manter esta dinâmica para darem ao estudante a impressão de uma realidade “viva”. O estudante ao notar, a cada acesso, a mudança na página do curso percebe esta realidade. Estas alterações funcionam como estímulo visual que motivam e despertam a curiosidade do aluno.

O Moodle oferece recursos que acabam promovendo esta interação. Podemos citar como exemplo, a inclusão de um bloco chamado Atividades na página do curso. Essa inclusão resulta no aparecimento de uma lista que mostra o nome do estudante e a hora em que as atividades (tarefas, exercícios etc.) foram concluídas pelos participantes do grupo de estudos. Assim cada trabalho entregue ou exercício concluído pelos alunos, provoca a atualização da lista e permite também a auto-avaliação pelos alunos quanto a pontualidade nos prazos estabelecidos para a entrega das atividades.

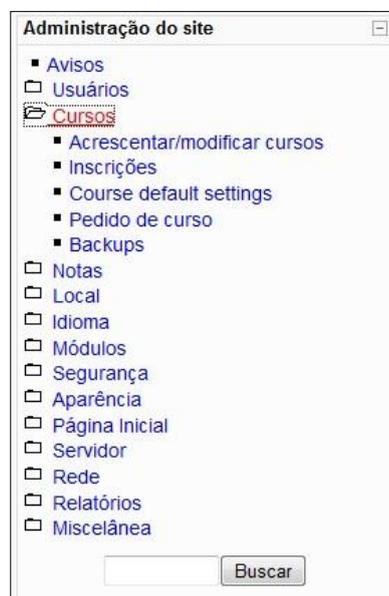
Após a instalação do Moodle, o super usuário “admin” é criado e é este usuário que começa a construir toda a estrutura necessária à implantação da EAD. A criação de cursos no Moodle é autorizada, por padrão, aos usuários administradores.

Depois de instalado o acesso ao site é sempre feito por uma página que possui características e controles separado das demais páginas do site. O seu nome de referência é Página Inicial. As informações colocadas na Página Inicial são mostradas para todos os usuários que acessam o site.

Na Página Inicial do site encontramos o bloco Acesso que permite ao usuário acessar as outras páginas do site, mediante a digitação de usuário e senha. O primeiro acesso é realizado pelo administrador (admin) que tem poderes para criar cursos, alunos, professores etc.

Depois de acessar o site como administrador, a página mostrada apresenta um bloco chamado Administração do Site que permite entre outras funções, a criação/modificação dos cursos, como ilustra a Figura 3.

**Figura 3- Bloco de Administração do site no Moodle**



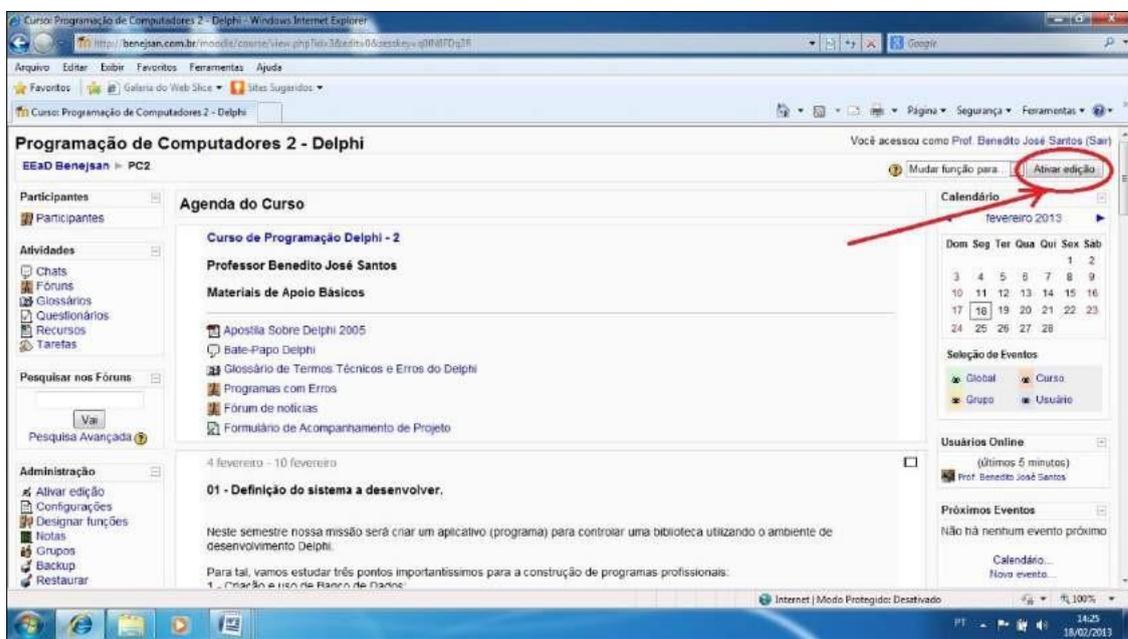
**Fonte:** EEaD Professor Benedito (2013)

O Moodle oferece três opções de formato para a configuração do curso: social, semanal e tópicos. No formato social um fórum é publicado na página principal do

curso. No semanal o curso é organizado em semanas, com datas de início e fim. No formato de tópicos não há limite de tempo e cada assunto representa um tópico.

Depois de criada, a página de curso mostra o botão “ativar edição” – Figura 4. Somente quando o usuário tem este poder (por default, administrador do site ou professor), e que ao ser clicado faz aparecer na tela as opções que permitem incluir, alterar ou excluir as atividades, os materiais ou a estrutura do curso.

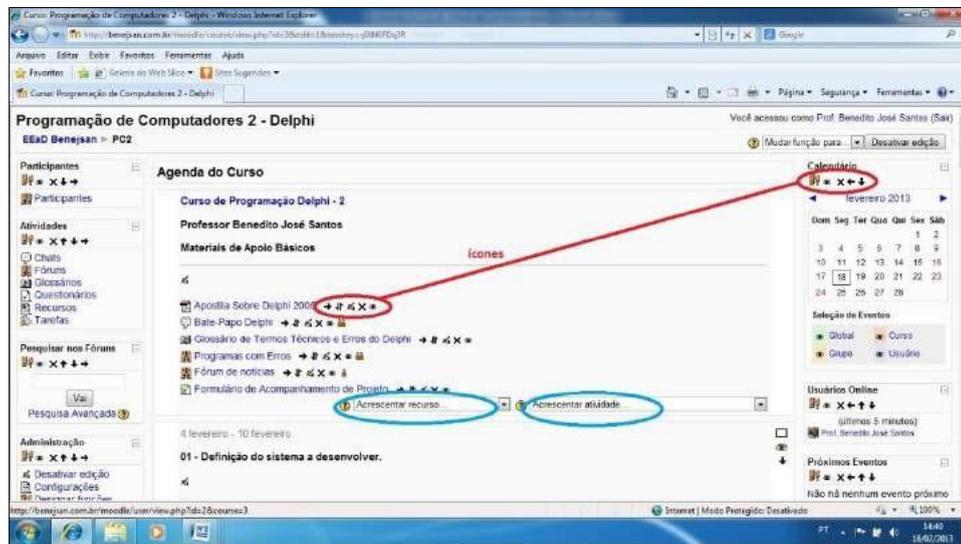
**Figura 4- Página de Curso criada no Moodle com destaque para o botão "Ativar Edição"**



Fonte: EEaD Professor Benedito (2013)

A Figura 5 mostra os ícones de edição e os botões para acrescentar recursos ou atividades à página de curso. Nesta página notamos que as informações são distribuídas em três colunas, sendo a coluna do meio a mais larga e onde estão os conteúdos principais do curso, neste exemplo, separados semanalmente. Na coluna da esquerda temos os blocos: Participantes, Atividades, Pesquisar nos fóruns, Administração e Categoria de Cursos. Na da direita temos: Calendário, Usuários Online, Próximos eventos, Atividade recente e Blocos.

**Figura 5 - Ícones de edição e botões de recursos e atividades em página de curso Moodle**



Fonte: EEaD Professor Benedito (2013)

O administrador do curso, seu criador ou o usuário admin, pode alterar a disposição destes blocos como desejar. Por exemplo, mudando a localização de Categoria de Cursos que está na coluna esquerda para a direita. Pode também, pela opção Blocos, incluir novos blocos como: Administrar Favoritos, Alimentador RSS remoto, Calculadora de financiamento, Descrição do Curso etc.

Quanto aos recursos oferecidos pelo Moodle encontramos: criar uma página de texto simples, criar uma página web, link a um arquivo ou site, visualizar um diretório, usar um pacote IMS CP ou inserir um rótulo. As atividades, por sua vez são: base de dados, chat, diário, escolha, fórum, glossário, LAMS, lição, pesquisa de avaliação, questionário, SCORM/AICC, wiki e quatro modalidades de tarefas: avançada de carregamento de arquivos, texto online, envio de arquivo único e atividade offline.

Esta rápida apresentação de funcionalidades do Moodle nos dá uma noção da variedade de opções e nos possibilita afirmar que esses recursos e atividades permitem a criação e configuração de cursos, nos quais diversos aspectos importantes podem ser ajustados para atender às necessidades específicas dos alunos, da turma, do curso ou da escola.

Depois de definido o formato do curso, cabe ao professor incluir os conteúdos de apoio básicos que julgar necessário para ministrar sua aula. Desta maneira a criatividade e o conhecimento técnico de informática e do ambiente Moodle são fatores relevantes para a construção do curso.

Durante a construção do curso o professor deve atentar para a natureza da comunicação usada pelo recurso ou atividade escolhida. As comunicações permitidas no Moodle podem ser síncronas como nas salas de bate-papo (chat's) ou assíncronas como nos fóruns. Na comunicação assíncrona a interação entre usuários (professores, alunos etc.) não acontece em tempo real. Este tipo de comunicação, segundo Veiga et al. (1998, p.4) apresenta as seguintes vantagens: flexibilidade, tempo para reflexão, aprendizagem "local" e custo razoável. Esses autores afirmam também, que as vantagens do modo síncrono são: motivação, telepresença, bom feedback e melhor acompanhamento.

Os modos de comunicação síncrona e assíncrona são complementares quando vistos como recursos didáticos que o professor pode usar na construção do seu curso.

### **3. O CMS MOODLE COMO FERRAMENTA DE EAD NA DIMENSÃO ECONÔMICA**

A dimensão econômica proposta por Elkington (2001) sugere que as empresas passem a considerar o capital, não apenas como resultado de cálculos financeiros realizados por contabilistas com o objetivo de apurar o lucro, mas que considerem também outros capitais além do econômico como: humano, intelectual, natural e social entre outros. Isto é necessário porque o desenvolvimento sustentável requer um pensar a longo prazo.

O quadro atual indica que caminhamos para a formação de uma sociedade planetária. O acesso rápido às informações dá-nos a sensação de instantaneidade dos

fatos ocorridos nos diversos cantos da Terra. O volume e a intensidade das interações entre pessoas fazem aumentar o raio de propagação das notícias. Além disto, há mais realismo nestas notícias, pois cada vez menos, as informações são distorcidas por manipulação ou alteração dos dados.

No caso específico das aplicações de EAD, os benefícios econômicos proporcionados pelo sistema são enormes quando comparados a possíveis desvantagens. Um aluno do sistema EAD não precisa deslocar-se fisicamente para participar ativamente das aulas. Mesmo em curtas distâncias, se o deslocamento for feito com automóvel, os gastos com manutenção, impostos, combustível, seguros etc. são expressivos e podem inviabilizar o curso ou desestimular o interessado, por outro lado, se com coletivo público, os gastos com passagens, o desconforto e tempo de espera também contribuem para a desistência ou o insucesso.

Todos estes fatores intervenientes exógenos desaparecem quando o curso é ministrado em ambiente EAD. O aluno pode participar dos cursos esteja ele onde estiver: em casa, na empresa ou até mesmo em trânsito. A possibilidade de poder aprender sem sair de casa é um fator estimulante, encorajador e inclusivo.

A EAD normalmente usa recursos digitais para armazenar os conteúdos a serem utilizados durante as aulas. Desta maneira, as atualizações dos materiais didáticos são mais rápidas, tornando-se compatíveis com a velocidade exigida nos programas curriculares atuais. Livros didáticos impressos em papel tornam-se rapidamente obsoletos devido à evolução dos conteúdos por eles tratados. A reedição de novos volumes exige tempo comparativamente muito superior ao necessário a atualização digital.

Não são apenas alunos que se beneficiam em sistemas EAD implantados pelo Moodle. Professores, tutores e coordenadores de curso têm suas capacidades produtivas aumentadas pela simplificação das diversas rotinas presentes nas escolas convencionais que agora, por conta da interatividade e conectividade, se tornaram ainda mais rápidas e fáceis de executar. Estão a um clique dos dedos.

O Moodle oferece também vantagens para o gestor e/ou proprietário da escola que não precisa arcar com os custos de análise, desenvolvimento, implantação e manutenção desde o início do projeto.

A gratuidade do Moodle abre a possibilidade de uso desta ferramenta a um possível grupo de pessoas que não teriam acesso a ela se tivessem que pagar. Esta possibilidade permite que pessoas competentes, mas sem grande poder aquisitivo, possam ingressar na atividade com possibilidades de sucesso. Além disto, a economia gerada pela gratuidade pode ser canalizada para outras áreas ou investida em atividades de aperfeiçoamento de TI.

O Moodle, que é distribuído gratuitamente e tem o código fonte aberto (GNU/GPL), possibilita construir uma “Escola Virtual” com custo final relativamente baixo quando comparado as escolas de tijolo. Os custos principais estão diretamente relacionados à manutenção de servidores e das páginas de cursos. No entanto, estudos sobre custos de aquisição e uso de computadores apontam para uma queda contínua, o que de certa maneira, permite-nos afirmar por indução que os custos na manutenção de sistemas EAD tendem a cair.

Sistema EAD quando comparado ao sistema convencional de ensino representa um acréscimo no consumo de energia elétrica, pois seus usuários necessitam do computador e da conexão com a internet para acompanharem efetivamente o curso.

No Brasil as estatísticas indicam um crescimento significativo no consumo de energia. O relatório de síntese do Balanço Energético Nacional 2013 (EPE, 2013) apresenta uma taxa de crescimento no total de energia demandada no país de 4,1% no ano base de 2012, que resultou na marca de 283,6 milhões de toneladas equivalentes de petróleo (Mtep).

Segundo o Atlas de Energia Elétrica do Brasil:

O consumo de energia é um dos principais indicadores do desenvolvimento econômico e do nível de qualidade de vida de qualquer sociedade. Ele reflete tanto o ritmo de atividade dos setores industrial, comercial e de serviços, quanto a capacidade da população para adquirir bens e serviços tecnologicamente mais avançados, como automóveis (que demandam combustíveis), eletrodomésticos e eletrônicos (que exigem acesso à rede elétrica e pressionam o consumo de energia elétrica). (BRASIL, 2008, p. 39).

No entanto, o aumento do consumo de energia pode trazer alguns aspectos negativos como a possibilidade de esgotamento dos recursos utilizados para a sua produção ou de danos ao meio ambiente.

É neste cenário que nascem programas como o PBE (Programa Brasileiro de Etiquetagem), composto por 38 Programas de Avaliação de Conformidade que buscam a etiquetagem de diversos produtos, entre eles veículos e edificações. Estes programas buscam fornecer informações que auxiliem na decisão de compra dos consumidores e aumente a competitividade entre as indústrias.

O PBE contribui também para o cumprimento da Lei de Eficiência Energética, LEI 10.295 (BRASIL, 2001) que dispõe sobre a Política Nacional de Conservação e Uso Racional de Energia.

#### **4. O CMS MOODLE COMO FERRAMENTA DE EAD NA DIMENSÃO AMBIENTAL**

Não é possível afirmar que o uso de computadores e outros dispositivos da informática trouxe redução no volume de papéis manipulados. Mas, é plenamente aceitável que a impressão em papel de toda informação que transita na Internet resultaria em montante incalculável e exigiria aumento exponencial na capacidade produtiva, no consumo de energia e nas taxas de emissão de CO<sub>2</sub> (dióxido de carbono).

No Brasil, em 2012, o total de emissões antrópicas (resultantes da ação do ser humano) associadas à matriz energética atingiu 429 milhões de toneladas de dióxido de carbono equivalente (MtCO<sub>2</sub>-eq), sendo a maior parte (209,3 MtCO<sub>2</sub>-eq) gerada no setor de transportes (EPE, 2013, p.11).

Podemos deduzir que a proposta do CMS Moodle favorece a diminuição da emissão de dióxido de carbono gerada pelo setor de transporte, pois a maioria das interações online é realizada a distância. No entanto, este se constitui num dos vieses relacionados ao pilar ambiental da sustentabilidade.

Paradoxalmente, outro viés da dimensão ambiental relacionada ao CMS Moodle vem do uso dos diversos dispositivos eletrônicos (computadores desktop, celulares, ipad, notebook etc.). Torna-se evidente que o aumento na utilização de CMS's como Moodle representará também acréscimo no volume destes dispositivos, os quais acarretam diversos problemas ambientais, mas, neste trabalho, gostaríamos de destacar apenas dois.

O primeiro diz respeito à fabricação destes dispositivos que requer matérias-primas derivadas do petróleo (plásticos, tintas, solventes etc.). Estima-se que cada barril de petróleo extraído produza cerca de 436 quilos de CO<sub>2</sub> (LABJOR, 2007), o que faz com que a indústria de petróleo seja conhecida como uma das maiores emissoras de CO<sub>2</sub> na atmosfera (DE FIGUEIREDO e DE FARIAS FILHO, 2009, p.11). Além disso, a queima de combustível de origem fóssil é a maior fonte de emissão antropogênica de CO<sub>2</sub> (IPCC,2000).

O segundo está relacionado ao chamado lixo eletrônico (*e-waste* ou *waste of electrical and electronic equipment* – WEEE). Existem dois tipos de lixo eletrônico, os relacionados ao software e os relacionados ao hardware. Nosso estudo abordará apenas aqueles relacionados ao hardware.

O lixo eletrônico de hardware é gerado a partir de resíduos de equipamentos eletroeletrônicos (EEE) e de seus componentes, incluindo os acumuladores de energia (baterias e pilhas), aparelhos como impressoras, celulares, telefones, computadores, lâmpadas etc.

Toda a problemática causada pelo lixo eletrônico concentra-se no descarte. Milhões de toneladas deste lixo são abandonadas nos lixões, sem nenhuma preocupação com a contaminação do solo e lençóis freáticos.

O Relatório "*Recycling - from E-Waste to Resources*", produzido em 2009 pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) indica a China como produtora de cerca de 2,3 milhões de toneladas de lixo eletrônico, superada apenas pelos Estados Unidos com 3 milhões. As estimativas para 2020 na produção de lixo eletrônico apontam para um aumento de 200% a 400% em relação ao ano de 2007 na África do Sul e na China, podendo chegar a 500% na Índia (PNUMA, 2010).

Cerca de 60 elementos da Tabela Periódica são encontrados nas partes que compõem os computadores, destes, diversos são bastante tóxicos para seres humanos. A Tabela 2, apresenta uma lista com alguns elementos, sua localização no computador e os efeitos tóxicos produzidos no ser humano.

**Tabela 2 - Elementos tóxicos presentes no computador**

Elemento	Localização	Efeitos tóxicos no ser humano
----------	-------------	-------------------------------

Chumbo	Tubos de raios catódicos e solda	Danos neurológicos, renais e sanguíneos
Vanádio	Tubos de raios catódicos	Distúrbios gastrointestinais, inapetência
Bromo	Retardantes de chamas em circuitos impressos, fios e cabos.	Desordem hormonal, nervosa e reprodutiva
Antimônio	Alguns tipos de retardantes de chama	Nefrite, problemas cardiovasculares e gastrintestinais
Cádmio	Algumas baterias, soldas e circuitos integrados	Danos aos ossos, rins, dentes e pulmões. Possível agente cancerígeno
Bário	Vidro (tela) de um tubo de raios catódicos	Distúrbios gastrointestinais, convulsões, hipertensão, lesões renais cardíacas
Mercúrio	Soldas, termostatos e sensores	Danos neurológicos e hepáticos
Berílio	Liga antifricção (cobre-berílio)	Edema e câncer pulmonar.

**Fonte:** Artoni (2007) com adaptações

Há ainda, na área da saúde, outras implicações decorrentes do uso de equipamentos eletroeletrônicos como: tendinite, artrite, stress provocado por excesso, desgaste visual e auditivo, que não contribuem com o objetivo sustentável.

Posto isto, percebemos que a visão sustentável sobre o uso de dispositivos eletrônicos utilizados em aplicações como Moodle, exige a busca do equilíbrio entre os benefícios e malefícios produzidos.

## **5. O CMS MOODLE COMO FERRAMENTA DE EAD NA DIMENSÃO SOCIAL**

Martin Dougiamas que é graduado em Informática, mestre e doutor em Pedagogia projetou o Moodle para ser um sistema de gerenciamento de cursos voltado

para a aprendizagem. Decorre daí o fato dele ter características sociais “por dentro e por fora”. E o que isto significa? Significa que o Moodle apresenta a dimensão social da sustentabilidade em pelo menos três aspectos: na concepção filosófica, no desenvolvimento do software e no uso.

No primeiro aspecto encontramos o Construcionismo Social como modelo pedagógico que define a filosofia do projeto. Este modelo pedagógico mantém relação estreita com quatro conceitos: construtivismo, construcionismo, construtivismo social e conectado e separado<sup>6</sup>. Nele a aprendizagem acontece pela interação promovida pelos próprios participantes que levantam entre si os questionamentos e elaboram as propostas de solução.

Quanto ao desenvolvimento podemos afirmar que o Moodle é resultado de produto fabricado pelo sistema Crowdsourcing. Segundo Egoshi (2011), Crowdsourcing significa:

[...] **fonte das multidões ou terceirização das multidões**. Indivíduos e empresas disponibilizam e anunciam ferramentas na Internet para desenvolver determinado produto (bem e / ou serviço), quem quiser participa e por fim, o produto é desenvolvido e disponibilizado para usufruto de todos na rede. E o produto é continuamente atualizado. (EGOSHI, 2011)

Um grupo de colaboradores voluntários espalhados ao redor do mundo contribui na construção dos códigos fontes, testando e corrigindo falhas detectadas. A linguagem PHP usada no Moodle é software livre, licenciado sob a PHP *license* e possui características de robustez e velocidade, orientação a objetos, sintaxe similar a linguagem C, portabilidade e open-source entre outras, mas a gratuidade é um dos principais fatores determinantes do seu sucesso.

O uso e aplicação do CMS Moodle é bastante amplo, pois a possibilidade de personalizar o software de acordo com as necessidades e interesse dos usuários, permite sua utilização por diversos tipos de organizações. Estas compreendem Escolas, Agremiações, Instituições Públicas ou Privadas, Indústrias etc. utilizam-no para promover a aprendizagem.

---

<sup>6</sup> Mais informações podem ser obtidas no site <<http://docs.moodle.org/25/en/Philosophy>>.

O ambiente Moodle oferece um conjunto de facilidades que permitem implementar práticas colaborativas de interação.

Uma delas é a prática de encontros síncronos entre os participantes por meio de Chat. Nestes encontros as mensagens enviadas são disponibilizadas a todos ao mesmo tempo e o grau de interatividade normalmente reflete o nível de interesse ao tema proposto para discussão.

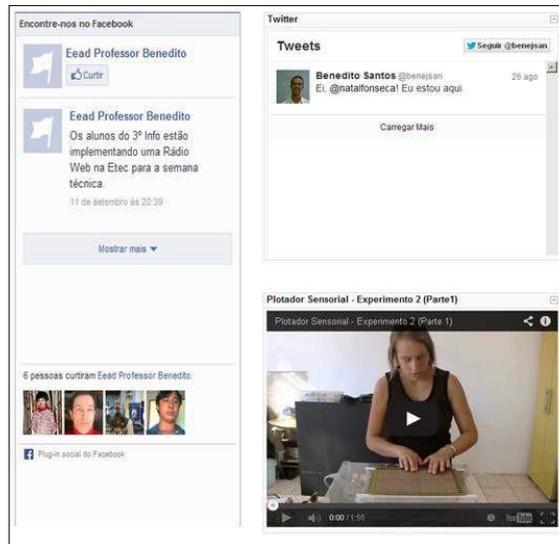
Outra é o Fórum, e representa um modelo de encontro assíncrono que se constitui basicamente num espaço em que cada participante pode contribuir com mensagens sobre determinado assunto.

E há também a forma colaborativa de trabalho conhecida como Wiki que permite a edição coletiva na construção de documentos.

Além das facilidades oferecidas pelo Moodle para práticas colaborativas existe também a possibilidade de compartilhamento ou incorporação a outras redes. Isto é possível de forma bastante amigável, bastando apenas utilizar, por exemplo, o recurso Bloco HTML, que incluir códigos em HTML dentro de qualquer página do Moodle.

Desta maneira podemos estabelecer ligações do Moodle com outras Redes Sociais. A Figura 6 ilustra exemplos de incorporações Facebook, Twitter e Youtube extraídos de uma página Moodle.

**Figura 6 - Facebook, Twitter e Youtube incorporados ao Moodle**



**Fonte:** EEaD Professor Benedito (2013)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O CMS Moodle é um software livre, construído com ferramentas livres e que se propõe a auxiliar na gestão de conteúdos para a aprendizagem colaborativa.

O software livre reúne um conjunto de características que vão além das tecnológicas como sociais, éticas, econômicas e ambientais entre outras, e que o revela perfeitamente compatível com os princípios sustentáveis propostos por Elkington (2011) conciliando o econômico ao ambiental e ao social.

Nossos estudos revelam ser o CMS Moodle um legítimo representante da verdadeira democratização digital e sustentável. E que tanto o Crowdsourcing quanto o Construcionismo Social seriam características legitimadoras deste movimento.

Há um ponto em comum que une as ações que levaram à criação de organismos como o Greenpeace, sistemas operacionais como o Linux ou CMS como o Moodle. Todos estes projetos são relativamente recentes e seus participantes carregam a bandeira da liberdade para todos.

Pela análise que acabamos de realizar, a Tecnologia Social Moodle é um *Triple Bottom Line* por excelência.

### Referências Bibliográficas

AGENDA 21. Ministério do Meio Ambiente. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (1992: Rio de Janeiro). Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 1995, 472 p. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21global>>. Acesso em 28 set 2013.

ARTONI, Camila. **Perigos escondidos – para onde vai o e-lixo**. Galileu, n.187, fev 2007, seção ambiente.

BRASIL. Lei 10.295, de 17 de outubro de 2001. **Dispõe sobre a Política Nacional de Conservação e Uso Racional de Energia e dá outras providências**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/leis\\_2001/L10295.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/L10295.htm)>. Acesso em 27 set 2013.

\_\_\_\_\_. Agência Nacional de Energia Elétrica. Autarquia. **Atlas de energia elétrica do Brasil**. 3. ed. Brasília: Aneel, 2008, 236 p. Disponível em: <<http://www.aneel.gov.br/arquivos/PDF/atlas3ed.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2013.

DE FIGUEIREDO, Cristina Brunet; DE FARIAS FILHO, José Rodrigues. **Sustentabilidade da Indústria de Petróleo**. V Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Niterói, 2009, pp. 17.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Our common Future – Report of the World Commission on Environment and Development**. Oxford: Oxford University Press, 1987, 430 p.

EEaD PROFESSOR BENEDITO. **Escola de Ensino a Distância Professor Benedito**. Disponível em <<http://www.benejsan.com.br/moodle>>. Acesso em 03 de set. 2013.

EGOSHI, Koiti. **A Falácia do Desenvolvimento Sustentável**. In: GUEVARA, Arnaldo José de Hoyos; ROSINI, Alessandro Marco; SILVA, José Ultemar da e RODRIGUES, Mônica Cairrão. *Consciência e Desenvolvimento Sustentável nas Organizações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009, p. 115-144.

\_\_\_\_\_, Koiti. Administração do Conhecimento implementando Cloud Computing, Social Networking, Crowdsourcing e Inovação Tecnológica Ad Infinitum na Era Internet. **Inovação Tecnológica**, São Paulo, v. 1, n. 2, p.44-50, dez. 2011.

ELKINGTON, John. **Canibais com Garfo e Faca**. São Paulo: Makron, 2001.

EPE. Empresa de Pesquisa Energética. **Balanco Energético Nacional 2013 – Ano Base 2012: Relatório de Síntese**. Rio de Janeiro: EPE, 2013, pp. 55, 18 il. Disponível em <[https://ben.epe.gov.br/downloads/Síntese%20do%20Relatório%20Final\\_2013\\_Web.pdf](https://ben.epe.gov.br/downloads/Síntese%20do%20Relatório%20Final_2013_Web.pdf)>. Acesso em 05 out 2013.

IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change – **Special Report on Emissions Scenarios**. Cap 5.3 2000. Cambridge University Press, UK, p.570. Disponível em <<http://www.ipcc.ch/ipccreports/sres/emission/116.htm>>. Acesso em 08 out 2013.

LABJOR – Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo. **O Resultado Econômico e ambiental de armazenar CO2 em reservatórios de petróleo**. 18 jun 2007. Disponível em <[http://www.labjor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id\\_article=435](http://www.labjor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id_article=435)>. Acesso em 07 out 2013.

MOODLE. **Moodle Community**. Disponível em <<https://moodle.org/>>. Acesso em 06 de set. 2013.

PRAHALAD, Coimbatore Krishnarao. **A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com lucro**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PNUMA - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE (Brasil). **PNUMA alerta para o descaso com o lixo eletrônico**. Matéria publicada em 02 mar 2010. Disponível em: <[http://www.unep.org.br/noticias\\_detalhar.php?id\\_noticias=228](http://www.unep.org.br/noticias_detalhar.php?id_noticias=228)>. Acesso em: 10 out. 2013.

PORTAL DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. **Linux tem tudo para derreter**. Disponível em <<http://www.cienciadaadministracao.com.br/LinuxXWindows.htm>>. Acesso em 07 out 2013.

RODRIGUES, Ivete; BARBIERI, José Carlos. A emergência da tecnologia social: revisitando o movimento da tecnologia apropriada como estratégia de

desenvolvimento sustentável. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 42, p.1069-1094, dez. 2008.

VEIGA, Ricardo Teixeira et al. O ensino a distância pela internet: conceito e proposta de avaliação. **Anais do XXII ENANPAD**. Foz do Iguaçu, 1998.

WIKIPÉDIA. **Martin Dougiamas**. Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Martin\\_Dougiamas](http://pt.wikipedia.org/wiki/Martin_Dougiamas)>. Acesso em 07 out 2013.

## MOODLE AS SOCIAL TECHNOLOGY FOR SUSTAINABILITY

**Benedito José Santos**, CEETEPS (State Center for Technological Education Paula Souza) - [benejsan@yahoo.com.br](mailto:benejsan@yahoo.com.br)

**Koiti Egoshi**, UNINOVE (Nove de Julho University) - [koiti@egoshi.com.br](mailto:koiti@egoshi.com.br)

### Abstract

This article presents a qualitative analysis of the Moodle (Content Management System) as Social Technology used in favor of Sustainability. In the course of the analysis, we focus on the three bases of support of the sustainable principle proposed by John Elkington that we now apply as theoretical reference: economic; environmental and social.

**Keywords:** CMS, Content Management System, EAD, Distance Learning, Interactivity, Moodle, Social Networks.

BENEDITO JOSÉ SANTOS, KOITI EGOSHI