

ISSN 2238 - 8486

PERSPECTIVA

EDUCAÇÃO, GESTÃO & TECNOLOGIA

The logo for Fatec Itapetininga, featuring a stylized graphic of three vertical bars of varying heights on the left, followed by the text 'Fatec' in a large, bold, sans-serif font, and 'Itapetininga' in a smaller, regular sans-serif font below it.

Fatec
Itapetininga

Prof. Antonio Belizandro
Barbosa Rezende

Expediente

Editores responsáveis

Eva Fagundes Weber
Gilcéia Goularte de Oliveira Garcia
Isolina Maria Leite de Almeida
Jefferson Biajone
Silvia Panetta Nascimento

Corpo Editorial

Ademar Soares Castelo Branco – Fatec Itapetininga
Andréa Pavan Perin – Fatec Itapetininga
Andréia Rodrigues Casare – Fatec Itapetininga
Andressa Silvério Terra França – Fatec Itapetininga
Antonio Roberto Giriboni Monteiro – Universidade Estadual de Maringá
Bruno Miguel Nogueira de Souza – Universidade Estadual do Norte do Paraná
Cesário de Moraes Leonel Ferreira – Fatec Itapetininga
Claudia Cirineo Ferreira Monteiro – Universidade Estadual de Maringá
Danilo Ruy Gomes – Fatec Itapetininga
Flavia Cristina Cavalini – Fatec Itapetininga
Helder Boccaletti – Fatec Itapetininga
José Alfredo Villagómez-Cortés – Universidad Veracruzana, Mexico
José Antonio Soares – Fatec Itapetininga
Larissa Trierveiler Pereira – Fatec Itapetininga
Linda Catarina Gualda – Fatec Itapetininga
Luciana do Santos Almeida – Fatec Itapetininga
Luciana Gonçalves Platero – Fatec Itu
Ludwig Einstein Agurto Plata – Fatec Itapetininga
Marcelo do Santos Moreira – Fatec Itapetininga
Marcelo dos Santos Silvério – Fatec Itapetininga
Marco Antonio Basseto – Unesp Botucatu
Marcus Vinicius Branco de Souza – Fatec Itapetininga
Paula Rodrigues Granato – Fatec Itapetininga
Paulo Cesar Doimo Mendes – Fatec Itapetininga
Roberto Clarete Simonetti – Fatec Itapetininga
Rosângela Gonsalves de Araujo – Fatec Itapetininga
Soraya Regina Sacco Surian – Instituto Federal Catarinense

Revisão da Edição em Língua Inglesa

Gilcéia Goularte de Oliveira Garcia

Diagramação, Portal, Edição Digital e QR Code

Jefferson Biajone
Lucas Mendes da Silva Del Duque
Rafael de Oliveira Nunes
Silvia Panetta Nascimento

Multidisciplinar



ISSN 2238-8486

Portal da Revista



PERSPECTIVA

Editorial

Finalizando o quarto ano de publicação, o exemplar n.8, com seis artigos publicados, vem consolidar a publicação de 12 artigos por ano, atendendo mais um dos requisitos para obtenção do Qualis, uma das metas propostas para a Revista Perspectiva em Educação, Gestão e Tecnologia.

O Qualis é o conjunto de procedimentos utilizados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação. Essa classificação é realizada de forma indireta, a partir da análise da qualidade dos veículos de divulgação, ou seja, periódicos científicos.

A classificação de periódicos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por processo anual de atualização. Para nossa orientação, portanto, estamos usando os critérios para as áreas Interdisciplinar e Educação. Outro requisito, já atendido, é que os pareceristas sejam de mais de uma Instituição e, conforme pode ser verificado na seção expediente, em nosso site, atualmente o Corpo Editorial da Revista é composto por 21 membros, sendo 16 da Fatec Itapetininga e 5 de outras Instituições, um deles de Instituição estrangeira.

O Corpo Editorial vem atuando continuamente na avaliação dos artigos recebidos, tarefa essa, fundamental para a qualidade do periódico e que contribui, sobremaneira, para a melhoria contínua da Revista Científica da Fatec Itapetininga.

Os artigos publicados nesta edição vêm corroborar com nossa proposta, tratando de diversos assuntos relacionados às temáticas da Revista. Na área de Educação o artigo A APRENDIZAGEM DE INGLÊS NA FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS demonstra a essencialidade da língua inglesa na formação do profissional em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS), uma vez que a área de Tecnologia da Informação se desenvolveu principalmente em países de Língua Inglesa, o que fez com que o idioma fosse usado na descrição de processos e em termos técnicos utilizados no mundo todo.

Na temática Gestão encontram-se os artigos A RELAÇÃO ENTRE MOTIVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL. ESTUDO DE CASO DAS EMPRESAS A E B DE SÃO SEBASTIÃO – SP e A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO. O primeiro visa analisar se a motivação do funcionário pode provocar o envolvimento do mesmo com a organização para torná-la mais reconhecida e forte no mercado em que atua. O objetivo do segundo artigo deste tema é analisar a importância da moderna gestão para o agronegócio brasileiro, demonstrando para o agropecuarista como uma boa gestão pode fortalecer e expandir suas atividades.

Na área Tecnológica, o artigo INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS PRÉ-ABATE NA QUALIDADE DA CARNE procura evidenciar os benefícios das etapas de pré-abate para redução dos prejuízos na indústria da carne suína, abordando indiretamente questões econômicas, as quais mostram-se presentes também no artigo PERFIL DO CONSUMIDOR DE HORTALIÇAS NA REGIÃO DE ITAPETININGA – SP, caracterizando padrões de consumo de hortaliças nesta cidade, conhecimento fundamental para empreendimentos bem sucedidos, assim como no artigo AS POTENCIALIDADES ECONÔMICAS DO CINEMA BRASILEIRO, que visou investigar o potencial econômico da indústria cinematográfica brasileira a partir de 2003, uma vez que o cinema é um produto de importância na pauta de exportação.

Fechando esta edição, o Projeto Destaque traz o Coral da Fatec Itapetininga, importante projeto sócio-cultural que agrega membros da comunidade interna e externa e proporciona momentos de lazer, cultura e aprimoramento em línguas estrangeiras, com belíssimas apresentações no English Day e El Dia del Español.

Profª Esp. Sílvia Panetta Nascimento

Fatec Itapetininga

Editorial

Finalizing the fourth year of publication, the copy n.8 with six published articles, consolidates the 12 articles per year publication, serving over one of the requirements for obtaining Qualis, one of the targets proposed for the Journal Perspective on Education Management and Technology.

Qualis is the set of procedures used by the Higher Education Personnel Improvement Coordination (Capes) for stratifying the quality of the intellectual production of graduate programs. This classification is done indirectly from the analysis of the quality of the advertising vehicles, ie scientific journals.

The periodic classification is carried out by the areas of evaluation and undergoes annual update process. For our guidance, so we're using the criteria for Interdisciplinary and Education areas. Another requirement already met, it is that the judges are from more of an institution and, as can be seen in the hours section on our website, currently the Journal Editorial Board is composed of 21 members, 16 from Fatec Itapetininga and 5 other from institutions, one, a foreign institution..

The Editorial Board has been continuously working on the evaluation of the items received, a task fundamental to the quality of the journal and contributes greatly to the continuous improvement of Scientific Journal of Fatec Itapetininga.

The articles published in this issue corroborate with our proposal, dealing with various issues related to the magazine themes. In Education Article The ENGLISH LEARNING IN VOCATIONAL TRAINING IN ANALYSIS AND SYSTEMS DEVELOPMENT demonstrates the essentiality of the English language in professional training in Systems Analysis and Development (ADS), since the area of Information Technology has It developed mainly in English-speaking countries, which meant that the language was used in the description of processes and technical terms used worldwide.

The theme Management are Articles THE RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVATION AND ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT. CASE STUDY OF COMPANIES A AND B OF SÃO SEBASTIÃO - SP and MANAGEMENT OF IMPORTANCE IN BRAZILIAN AGRIBUSINESS. The first aims to analyze whether the employee motivation can trigger the involvement of the same with the organization to make it more recognized and strong in the market in which it operates. The objective of the second article of this issue is to analyze the importance of modern management for Brazilian agribusiness, demonstrating for agropecuarista how good management can strengthen and expand its activities.

In the technological area, the article INFLUENCE OF PRE-SLAUGHTER PROCEDURES IN BEEF QUALITY seeks to highlight the benefits of the stages of pre-

slaughter to reduce losses in the pork industry, addressing indirect economic issues, which also present are shown in article PROFILE OF VEGETABLES CONSUMER IN ITAPETININGA region - SP, featuring vegetable consumption patterns in this city, fundamental knowledge for successful ventures, and in article THE POTENTIAL ECONOMIC BRAZILIAN CINEMA, which aimed to investigate the economic potential of the Brazilian film industry since 2003, since the film is a product of importance in the export list.

Closing this issue, the Project Featured brings the Coral Fatec Itapetininga, important socio-cultural project that brings together members of the internal and external community and provides moments of leisure, culture and improvement in foreign languages, with beautiful presentations in Inglês Day and El Dia del Español.

Profª Esp. Sílvia Panetta Nascimento

Fatec Itapetininga

INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS PRÉ-ABATE NA QUALIDADE DA CARNE

Elisângela Cristina de Almeida

lihalmeida017@gmail.com

Prof. Dr^a Soraya Regina Sacco

Fatec Itapetininga - SP.

RESUMO: Para um produto final de qualidade, no abate de suínos em frigoríficos, são necessários vários processos fundamentais. Esses processos são divididos em pré-abate; abate e expedição. Vão desde o jejum alimentar do animal vivo até a expedição do produto final. O carregamento, transporte, descarregamento, a espera no frigorífico, o banho de aspersão e a insensibilização fazem parte do pré-abate e são de extrema importância; esses processos bem executados facilitam a continuidade do trabalho. O pré-abate é um estágio de grande importância na produção da carne suína. Esta fase tem se revelado cada vez mais responsável pelo resultado alcançado em seu produto final. Composta por etapas que visam o bem estar animal e prezam pela sua integridade física para que haja o mínimo possível de danos em sua carcaça. A exigência dos consumidores fez com que alguns fatores ganhassem ênfase para buscar uma carne cada vez mais saudável, saborosa e macia. O objetivo desse trabalho é evidenciar a importância e os benefícios que podem trazer uma etapa de pré-abate bem efetuada e deixar claro que feito de maneira correta diminui os prejuízos causados a indústria da carne suína e satisfaz o consumidor final.

Palavras-chave: Carcaça. Suíno. Jejum. Transporte.

1 INTRODUÇÃO

A carne suína é a mais consumida no mundo, devido às suas características como adequado teor proteico e a combinação de todos os aminoácidos essenciais. É ainda rica em vitaminas e minerais, com pouca gordura saturada e baixo teor de colesterol. Lidera o consumo *per capita* mundial, seguida pela carne de frango e pela carne bovina que se encontra em terceiro lugar. No Brasil o consumo da carne suína se limita ao 3º lugar, onde está atrás da carne bovina e da carne de frango (NORMANDO et al., 2012)

O procedimento de abate de suínos deve passar por vários processos, a começar pelo pré-abate, onde os animais entram em jejum alimentar e hídrico e são selecionados para serem carregados, transportados e descarregados no frigorífico. Esses suínos devem ser tratados da melhor forma possível, seu estresse deve ser evitado.

O pré-abate é um fator determinante para a qualidade da carne produzida, o manejo correto em seus processos é o caminho para satisfazer as exigências dos consumidores dessa carne. Essa fase contribui de maneira significativa para um excelente resultado final, sua eficiência resulta em qualidade.

Ao chegar ao frigorífico o suíno é depositado na baia pra esperar o abate, a densidade na baia assim como nos caminhões que os transportam também deve ser observada e planejada de maneira que os conforte.

O banho de aspersão é fundamental para o bom funcionamento da sangria. É no pré-abate que o animal também passa pelo processo de insensibilização. A partir daí deixa-se o pré-abate e parte-se para o abate, onde se executa processos tais como sangria, evisceração do animal e depilação.

Por fim chega-se à expedição, responsável pelo carregamento correto e transporte das meias carcaças até chegar às casas de carnes e serem repassados ao consumidor final. O produto final também pode ser destinado a desossa para, só então, ser transportado e seguir de encontro ao consumidor.

2 METODOLOGIA

Foi realizada uma revisão narrativa da literatura, a respeito dos procedimentos a serem utilizados no pré-abate de suínos. O período em que ocorreu a busca dos periódicos foi de Janeiro a Abril de 2014; o banco de dados utilizados para a busca dos periódicos: SCIELO, LILACS; as palavras-chaves ou descritores utilizados para a busca dos artigos foram “Pré Abate”, “Suinocultura” e “Bem-estar”. Foram utilizados 13 artigos acadêmicos para o desenvolvimento desse trabalho.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 PRÉ-ABATE

As operações de pré-abate incluem todo manejo envolvido antes que o animal seja abatido. Todas as etapas estressam o animal psicológica e fisiologicamente, isso gera

consequências na qualidade final da carne. Essa qualidade final tem estreita relação com o bem estar animal (GOMIDE et al., 2006).

O pré-abate de suínos tem como processos fundamentais: o jejum alimentar, carregamento, transporte, descarregamento no frigorífico, baias de espera, banho de aspersão, condução para insensibilização e insensibilização. Esses processos devem ser executados cautelosamente, já que o animal tende a se estressar com facilidade e isso de certa forma interfere no produto final. Esses processos são a base do abate, é a partir dessa base bem executada que se inicia um abate de qualidade e com bons resultados (SOUZA, 2011).

3.1.1 Jejum alimentar

O jejum dos suínos durante o manejo pré-abate é caracterizado pela suspensão do fornecimento da alimentação (ração) aos suínos, porém neste período os animais devem ter água em abundância e de boa qualidade. Na bibliografia tem-se observado uma grande variação do tempo entre 0 a 72 horas, onde recomenda-se 24 horas de jejum dos suínos na granja, esta variação está relacionada com a logística das agroindústrias de cada país. Na região Sul do Brasil, devido à estrutura dos sistemas de produção e a logística dos frigoríficos tem-se utilizado um jejum médio de 12 horas antes do embarque e um período de mínimo de três horas de descanso (DALLA COSTA et al., 2008).

A não observância do jejum aumenta o risco de hipertermia nos suínos submetidos ao manejo intenso. Um jejum mínimo de 12 horas antes do carregamento restringe o risco de mortalidade durante o transporte. Nesta situação, o jejum representa um estresse necessário ao bem estar do animal. Um jejum muito prolongado, maior que 24 horas, proporciona uma perda na carcaça de aproximadamente 100g/hora (CHEVILLON, 2000).

Por este motivo é importante no abatedouro um sistema de bebedouros disponíveis com o objetivo de reidratar os suínos depois da descarga, principalmente na estação quente (um bebedouro para 20 suínos). Os estudos a este respeito permitem medir a real eficácia do sistema de bebedouros e o número de pontos de água necessários considerando a taxa de lotação nas baias de espera do abatedouro (CHEVILLON, 2000).

O jejum pré-abate nos suínos é relevante para o produtor e para o abatedouro, pois contribui para a economia de ração, redução da taxa de mortalidade durante o transporte, facilidade no processo e aumento na velocidade na evisceração, redução no potencial de contaminação, redução do volume de dejetos e melhoria na padronização do rendimento de carcaça e manutenção da qualidade da carne (DALLA COSTA et al., 2008).

3.1.2 Carregamento, Transporte e Descarregamento

A etapa mais crítica no transporte dos suínos está relacionada ao embarque dos animais no caminhão, devido à necessidade de interação entre homem e animal e às mudanças ambientais. Realmente, a mudança de uma área conhecida (baía de terminação) para o interior do caminhão e da área de espera no frigorífico é estressante, ainda mais associada à intensa atividade física realizada pelos animais, que precisam caminhar por corredores e rampas desconhecidos, dificultando o manejo (FAUCITANO, 2000).

O manejo pré-abate deve iniciar 72 horas antes do embarque dos animais. Assim que o produtor definir o período de envio dos suínos ao frigorífico, o mesmo deverá separar os lotes dos animais que serão enviados ao abate, verificando anteriormente quais deles estão em condições de serem embarcados, transportados e abatidos; devendo identificar e apartar os animais com problemas, que possam atrapalhar o manejo e os que não possam ser abatidos nesta data (DALLA COSTA et al., 2011).

O embarque e transporte dos suínos para o abatedouro podem acarretar sérios prejuízos ao criador, comprador ou ao frigorífico, devido perda de peso, lesões, diminuição na qualidade da carne e perda por morte de animais (VENTURINI et al., 2007).

A densidade de suínos durante o transporte é um fator determinante para assegurar o bem-estar animal e a qualidade do produto que chega ao abatedouro, pois tanto o excesso de animais, como a falta dos mesmos, aumenta o índice de lesões na carcaça, de animais fraturados e mortos (DALLA COSTA et al., 2011).

Determinar a densidade adequada de suínos terminados durante o transporte tornou-se um dilema, já que existe uma pressão econômica de aumentar a lotação, visando o lucro máximo neste transporte, pois quanto mais suínos embarcados, menor custo por animal. Porém, a taxa de mortalidade aumenta e a qualidade da carcaça pode estar comprometida nas densidades muito altas ou muito baixas (FAUCITANO, 2000).

O transporte desses animais é feito em caminhões; ao carregar e descarregar o contato com o Homem causa estresse no animal, por isso esse processo deve ser executado de maneira adequada. Outra coisa muito importante é o fato de que não se devem misturar animais “estranhos”, ou seja, que não sejam do mesmo grupo no mesmo compartimento (isso vale também para as baias de descanso) (VENTURINI et al., 2007).

Os prejuízos que podem ocorrer durante o transporte dos suínos iniciam-se no embarque, persistindo ao longo do caminho a percorrer e terminando no desembarque, principalmente se houver alta densidade, pois causam estresse, arranhões, hematomas, fraturas ósseas, e óbito de alguns animais. A baixa densidade também provoca escoriações e lesões corporais produzidas por choques com a carroceria. Em ambos os casos, compromete-se a qualidade da carne, o rendimento e a lucratividade (BRAUN, 2000).

3.1.3 Baías de espera e banho de aspersão

A capacidade das baias não deverá ultrapassar a lotação de 40 suínos. O tamanho ideal das baias de espera é de 15 a 20 suínos, o equivalente a um compartimento do caminhão, de modo a limitar a mistura de animais no descarregamento, reduzindo as agressões e brigas. A densidade não deverá superar o número de dois suínos/m² ou ser inferior a um suíno/m². Quando existe muita área disponível ocorrem muitas brigas e a gravidade das agressões se acentua (CHEVILLON, 2000).

Para Braun (2000, p. 1) “cada vez mais, a sociedade vem exigindo dos criadores, dos transportadores e da indústria, medidas que aliviem o estresse e o sofrimento dos animais”.

Os animais passam pelo banho de aspersão com água em temperatura ambiente, com o objetivo de eliminar sujidades, diminuir o estresse dos animais e aumentar a eficiência da insensibilização para o abate (ROSA et al., 2008).

3.1.4 Condução para a insensibilização

Para Venturini et al. (2007, p. 4):

A insensibilização consiste na instantânea e completa inconsciência do suíno antes do abate e no Brasil, geralmente é feita por choque elétrico de alta voltagem e baixa amperagem atrás das orelhas do animal (fossas temporais), mas pode ser realizada por marreta, pistola pneumática ou gás carbônico. O choque é efetuado por 6 a 10 segundos. Posteriormente o animal é preso, por uma das pernas, a um transportador aéreo.

Todos os métodos de atordoamento requerem a movimentação dos porcos até o local do atordoamento e alguma forma de contenção para facilitar essa etapa. Sem dúvida, os suínos são a espécie de animais de produção com mais facilidade ao estresse e o estresse cumulativo associado a estas duas operações são muito importantes na determinação da qualidade da carne, especialmente da incidência de PSE (carne de porco pálida, mole e exsudativa), por si próprios e também podem exacerbar o efeito dos métodos de abate. O efeito cumulativo do manuseio pré-abate e do atordoamento dependem da velocidade da linha de abate. (RAJ, 2000)

3.2 QUALIDADE DA CARÇAÇA

O manejo pré-abate, com certeza é uma das etapas de maior importância da produção, pois pode comprometer o resultado de sete meses de trabalho, resultando em carcaças com problemas de qualidade com características de PSE (*Pale, Soft and Exudative*) que expressa carne pálida, flácida e exsudativa; RSE (*Reddish Pink, Firm and Exudative*) significando carne vermelha-rósea flácida e exsudativa e as carnes DFD (*Dark, Firm and Dry*) denominação dada para carnes escuras, firmes e seca, com grandes perdas na qualidade da carne e no bem-estar dos suínos (DALLA COSTA et al., 2005).

A ausência de bem-estar leva frequentemente à produção de uma carne de menor qualidade, e que acaba resultando em perda de produção ou de um produto inferior apresentando problemas como PSE e DFD que apresentam entre outras desvantagens o condicionamento do tempo de meia vida de prateleira (FRASER; BROOM, 1990 apud DALLA COSTA et al., 2005).

Em suínos, segundo Faucitano (2000), o defeito PSE custa ao abatedouro cerca de US\$ 5,00 por carcaça e podem levar até 40% de produto não comercializável.

A qualidade da carne é o resultado líquido dos efeitos e da interação a longo prazo da genética, nutrição, sanidade e do manejo e dos fatores a curto prazo como o manejo dos suínos na granja, embarque, transporte, desembarque, período de descanso no frigorífico, método de atordoamento e abate, variando os seus padrões de continente a continente (WARRISS, 2000 apud DALLA COSTA et al., 2005)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um abate de suíno bem executado, com todo o respeito para com o animal apresenta um resultado positivo na terminação dessa carcaça. Quando o animal não sofre muito estresse no pré-abate o abate torna-se mais produtivo, porém quando se faz um trabalho de má qualidade logo de início, todo o resto tende a ser mais difícil de executar, já que um é totalmente dependente do resultado do outro. Quando o trabalho é de qualidade o produto final também acaba ganhando em qualidade, agregando valor e satisfazendo cada vez mais os consumidores.

Por isso fatores como o período de descanso nas baias é fundamental para um abate de qualidade já que diminui a adrenalina que há no animal decorrente ao estresse. Se

logo após o desembarque do animal ele já fosse direcionado para o abate a qualidade da carne cairia.

Os suínos se estressam com muita facilidade, são sensíveis a barulho e a qualquer agressividade vinda do Homem. O pré-abate cuida para que ele não se estresse, já que é comprovado que isso interfere na qualidade da carne. As perdas se iniciam já no embarque dos animais e seguem ao longo do trajeto. Ao embarcarem esses animais, deve se tomar alguns cuidados como não gritar, não usar de bastões rígidos e usar bastões elétricos com no máximo dois segundos.

Os animais devem estar de estomago vazio durante o abate, sendo assim, o jejum hídrico e alimentar dos animais facilitam o período de abate e auxiliam em uma pesagem mais precisa, são fundamentais para que os animais ainda vivos não passem mal no transporte por qualquer alimentação indevida.

A qualidade da carcaça é decorrente de todo o processo que o suíno passa, desde o carregamento até o produto final, existem fatores que podem fazer toda a diferença no produto. O pré-abate tem um grande peso no resultado final dessa carcaça, é através de um pré-abate bem elaborado que a carne consegue ganhar em maciez. A chave está em não estressar o animal.

Por fim, o pré-abate nada mais é do que a primeira etapa para se chegar a um produto final de qualidade que vem sendo buscado cada vez mais pelo consumidor, livrando o animal ao máximo possível de qualquer estresse que possa interferir negativamente para que isso aconteça.

REFERÊNCIAS

BRAUN, J.A. O bem-estar animal na suinocultura, 2000. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2014

CHEVILLON, P.; O bem-estar do suínos durante o pré-abate e no atordoamento, 2000. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2014.

DALLA COSTA F. A.; DALLA COSTA O. A.; CIOCCA J. R. P.; LUDTKE C. B. Manejo pré-abate de suínos e suas implicações na qualidade da carcaça suína, 2008 . Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5z3JrFMqSTkJ:www.ABATE%20E%20OS%20EFEITOS%20NA%20QUALIDADE%20DA%20CARCA%3%87A%20SU%3%8DNA.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2014.

DALLA COSTA, O. A.; LUDKE, J. V.; COSTA, M. J. R. P. Aspectos econômicos e de bem estar animal dos suínos da granja até o abate, 2005. Disponível em: http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/recursos/publicacao_c7t41d7n_pre_abateID-WyUdT5iwKc.pdf. Acesso em: 11 abr. 2014.

DALLA COSTA, O. A.; LUDKE, J. V.; COSTA, M. J. R. P.; PELOSO, J. V., COLDEBELLA; TRIQUES, N. Efeito do jejum na granja e condições de transporte sobre o comportamento dos suínos de abate nas baias de descanso e lesões na pele. **Ciência Animal Brasileira**, 2009.

DALLA COSTA, O. A.; LUDKE, J. V.; COSTA, M. J. R. P.; PELOSO, J. V.; DALLA ROSA, D. Efeito das condições pré-abate sobre a qualidade da carne de suínos pesados, 2011. Disponível em: <http://www.uco.es/organiza/servicios/publica/az/php/articulo.php?codigo=1881>. Acesso em: 01 mar. 2014.

FAUCINATO, L. Efeitos do manuseio pré-abate sobre o bem-estar e sua influência sobre a qualidade da carne, 2000. Disponível em: http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf. Acesso em 29 jan. 2014.

GOMIDE, L. A. M; RAMOS, E. M; FONTES, P. R Tecnologia de abate e tipificação de carcaça. Viçosa: UFV, 2006.

NORMANDO, L. M.; BARBOSA FILHO, J. A. D. Núcleo de estudos em ambiencia agricola e bem-estar animal, 2012. Disponível em: <http://www.diadecampo.com.br/zpublisher/materias/Materia.asp?id=26791&secao=Colunas+e+Artigos>. Acesso em 17 mar. 2014.

RAJ, M. Efeitos dos métodos do atordoamento e de abate sobre a qualidade da carne de porco, 2000. Disponível em: http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf. Acesso em 29 jan. 2014.

ROSA, P. L.; SILVA, M. K. C.; SOUZA, V. M.; SILVA, W. F. Abate e processamento de suínos, 2008. Disponível em: http://scholar.google.com.br/scholar?q=abate++e+processamento+de+suínos&btnG=&hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&as_vis=> Acesso em 30 jan 2014

SOUZA, A. P.; BARRETO, F.; LORINI, L.; LORENZONI, A.; Manejo pré-abate e os efeitos na qualidade da carcaça suína, 2011. Disponível em: <http://ebookbrowse.net/aula-4b-estresse-e-manejo-pr%C3%A9-abate-na-qualidade-da-carne-zaz0073-pdf-d532448321> Acesso em 27 jan 2014.

VENTURINI, K. S.; SARCINELLI, M. F.; SILVA, L. C. Abate de suínos, 2007. Disponível em: http://www.agais.com/telomc/b01407_abate_suínos.pdf. Acesso em 29 jan. 2014.

INFLUENCE OF PRE-SLAUGHTER PROCEDURES IN BEEF QUALITY

Elisângela Cristina de Almeida

lihalmeida017@gmail.com

Profa. Dra. Soraya Regina Sacco

TRANSLATION: Profa. Gilcéia Goularte de Oliveira Garcia

Fatec Itapetininga - SP.

ABSTRACT: For a quality final product, the slaughter of pigs in slaughterhouses takes several fundamental processes. These processes are divided into pre-slaughter; slaughter and shipping. They range from the live animal fasting to shipping the final product. Loading, transport, unloading, waiting in the fridge, the spray bath and desensitization part of the pre-slaughter and are extremely important; these well-executed processes facilitate the continuity of work. The pre-slaughter is a great stage of importance in the production of pork. This phase has proved increasingly responsible for the result achieved in the final product. Consisting of steps aimed at animal welfare and care for their physical integrity so that there is the least possible damage to the carcass. The consumer demand caused some factors to gain emphasis to seek an increasingly healthy, tasty and tender meat. The aim of this study is to highlight the importance and the benefits a pre-slaughter and well-performed stage can bring and make it clear that correctly done, it reduces the damage caused to the pork industry and satisfy the end consumer.

Key-words: Carcass. Porcine. Fasting. Transport.

1 INTRODUCTION

Pork is the most widely meat consumed worldwide, due to its characteristics as a suitable protein content and the combination of all essential amino acids. It is also rich in vitamins and minerals, low saturated fat and low cholesterol. It leads consumption per capita worldwide, followed by chicken and beef which is in third place. In Brazil, the consumption of pork is limited to 3rd place, which is behind beef and chicken meat. (NORMANDO et al., 2012)

Pig slaughter procedure should go through several processes, starting with the pre-slaughter when animals come to fast on food and water intake and are selected to be loaded, transported and unloaded in the refrigerator. These pigs should be treated in the best possible way, their stress should be avoided.

The pre-slaughter is a determining factor for the quality of the meat produced, the correct handling of its processes is the way to meet the demands of consumers. This phase contributes significantly to an excellent final result, its efficiency results in quality.

Upon reaching the refrigerator the pig is placed in the bay to wait for the slaughter, the density in the bay as well as the trucks that also carry them must be observed and planned so that they have comfort.

The spray bath is critical for proper functioning of the sangria. It is during the pre-slaughter that the animal also goes through the desensitization process. From then it leaves the pre-slaughter process and enters the slaughter process, which executes processes such as bleeding, gutting and hair removal.

Finally it comes to the expedition, responsible for the correct loading and transport of the half carcasses to reach the steak houses and be passed on to the consumer. The final product may also be intended for boning only then be transported and then go on to the consumer.

2 METODOLOGY

A narrative review of literature was performed, regarding the procedures to be used in the pre-slaughter of pigs. The period in which the search of the journals was realised was from January to April 2014; the database used for the search of journals: SCIELO, LILACS; keywords used to search for articles were "Pre slaughter", "Swine" and "Wellness". Thirteen academic articles were used for the development of this work.

3 RESULTS AND DISCUSSION

3.1 PRE-SLAUGHTER

Pre-slaughter operations include all involved management before the animal is slaughtered. All stages psychologically and physiologically stress animals, it generates consequences in the final quality of the meat. This final quality is closely related to animal welfare (GOMIDE et al., 2006).

The pre-slaughter of pigs has as fundamental processes: fasting, loading, transport, unloading in the fridge, waiting bays, spray bath, conducting to desensitization and desensitization. These processes must be performed cautiously, as the animal tends to stress easily and it somehow interferes in the final product. These processes are the basis of slaughter, it is from this base well executed that begins a quality slaughter and with good results (SOUZA, 2011).

3.1.1 Fasting

Fasting pigs during the pre-slaughter management is characterized by the suspension of supply of feed (ration) to pigs, but this time animals should have plenty of water and of good quality. In literature it has been observed a large variation between time between 0 to 72 h, where it is recommended 24 hour fasting pigs on farms, this variation is related to the logistics in agribusiness in each country. In southern Brazil, due to the structure of production systems and logistics of refrigerators it has used an average fasting of 12 hours prior to departure and a minimum of three hours of rest. (DALLA COSTA et al., 2008).

Failure to observe fasting increases the risk of hyperthermia in pigs subjected to intensive management. A minimum fasting 12 hours before loading restricts the risk of mortality during transport. In this situation, fasting is a necessary stress to animal welfare. A very prolonged fasting, greater than 24 hours, causes a loss of approximately 100g / hour (CHEVILLON, 2000).

For this reason it is important that at the slaughterhouse there is one drinking system available in order to rehydrate pigs after unloading, especially in hot seasons (a water cooler for 20 pigs). Studies on this subject can measure the actual effectiveness of the drinking system and the required number of water points considering the stocking rate in the slaughterhouse waiting bays (CHEVILLON, 2000).

The pre-slaughter fasting in swine is relevant to the producer and the abattoir, it contributes to food economy, reducing the mortality rate during transport, ease the process and increase the speed at evisceration, reducing the potential for contamination, reducing the volume of waste and improved standardization of carcass yield and maintain meat quality. (DALLA COSTA et al., 2008).

3.1.2 Loading, Transport and Unloading

The most critical step in the transport of pigs is related to the animals in the truck shipment due to the need of interaction between man and animal and environmental changes. Indeed, the change from a known area (termination cubicle) into the truck and

waiting area in the refrigerator is stressful, even more associated with intense physical activity performed by the animals, which need to walk through the corridors and unknown ramps, making it difficult to manage (FAUCITANO, 2000).

Pre-slaughter management should start 72 hours before shipment of the animals. Once the producer set the time of dispatch of pigs to the slaughterhouse, they must separate lots of animals to be sent to slaughter earlier checking which if they are able to be loaded, transported and slaughtered; they must identify and separate the animals with problems that might hinder the management and that can not be killed on that date (DALLA COSTA et al., 2011).

Loading and transport of pigs for slaughter can cause serious damage to the creator, buyer or refrigerator because weight loss, injuries, decrease in meat quality and loss by death of animals (VENTURINI et al., 2007).

The density of pigs during transport is a key factor to ensure animal welfare and product quality that reaches the abattoir, as both the excess animals, such as the lack thereof, increases the injury rate in the carcass of broken and dead animals (DALLA COSTA et al., 2011).

Determine the appropriate density of finished pigs during transport has become a dilemma, as there is economic pressure to increase capacity, aiming at the maximum profit in this transport because the more pigs shipped, lower cost per animal. However, the mortality rate increases and the meat quality may be affected in very high or very low density (FAUCITANO, 2000).

The transport of these animals is done in trucks; to load and unload the contact man causes stress on the animal, so this process should be executed properly. Another very important thing is the fact that should not be mixed animals "strange", ie, other than the same group in the same compartment (this also applies to the stalls of rest) (VENTURINI et al., 2007).

The losses that may occur during the transport of pigs start at the boarding, persisting along the way to go and ending at the unloading, especially if there is high density, because they cause stress, scratches, bruises, bone fractures, and death of some animals . The low density also causes abrasions and injuries produced by shocks to the body. In both cases, committed to meat quality, efficiency and profitability (BRAUN, 2000).

3.1.3 Waiting bays and spray bath

The ability of the stalls should not exceed the capacity of 40 pigs. The optimum size of the waiting bay is 15 to 20 swine, the equivalent of a truck compartment, in order to limit mixing of animals unloading, reducing the aggression and fights. The density should not

exceed the number two pigs / m² or less than one pig / m². When there is plenty of available area occur many fights and severity of attacks is accentuated (CHEVILLON, 2000).

For Braun (2000, p. 1) "increasingly, society has demanded of the creators, operators and industry, measures to alleviate the stress and suffering of animals".

The animals go through aspersion bath with water at room temperature, in order to remove dirt, reduce animal stress and increase the efficiency of desensitization for slaughter (ROSA et al., 2008).

3.1.4 Conduction to the desensitization

For Venturini et al. (2007, p. 4):

The desensitization is the instantaneous and complete unconsciousness of the pig before slaughter and in Brazil, it is usually made by electric shock of high voltage and low amperage behind the animal's ears (temporal fossa), but it can be performed by sledgehammer, air gun or gas carbonic. The shock is performed for 6 to 10 seconds. Later the animal is trapped by one leg, to one aireo carrier.

All stunning methods require the movement of pigs to the location of stunning and some form of restraint to facilitate this step. Undoubtedly, the pigs are the species of farm animals more easily to stress and cumulative stress associated with these two operations are very important in determining the quality of meat, especially the incidence of PSE (pale pork, soft and exudative) by themselves and can also exacerbate the effect of slaughter methods. The cumulative effect of pre-slaughter and stunning handling depend on the speed of the slaughter line. (RAJ, 2000)

3.2 CARCASS QUALITY

The pre-slaughter management, is certainly one of the most important stages of production, because it can compromise the result of seven months of work, resulting in carcass quality problems with the following features PSE (*Pale, Soft and Exudative*); RSE (*Reddish Pink, Firm and Exudative*) and DFD (*Dark, Firm and Dry*), with large losses in meat quality and welfare of pigs (DALLA COSTA et al., 2005).

The lack of well being frequently leads to production of a lesser quality meat, which ultimately results in production loss or an inferior product presenting problems such as PSE and DFD presenting among other disadvantages conditioning the half-life shelf (FRASER; BROOM, 1990 apud DALLA COSTA et al., 2005).

In pigs, according Faucitano (2000), the PSE defect costs the abattoir about \$ 5.00 per carcass and can take up to 40% of product unmarketable.

The quality of meat is the net result of the effects and long-term interaction of genetics, nutrition, health and management and short-term factors such as the handling of pigs on the farm, shipping, transportation, unloading, resting period in the refrigerator , stunning and slaughter method, varying their patterns from continent to continent (WARRISS, 2000 apud DALLA COSTA et al., 2005)

4 CLOSING REMARKS

A pig slaughter well executed, with all respect to the animal presents a positive result in the termination of this carcass. When the animal does not suffer much stress before slaughter, slaughtering becomes more productive, but when one does a poor job right from the start, everything else tends to be more difficult to implement, since one is totally dependent on result of the other. When the work is the final product quality finishes also gaining in quality, adding value and increasingly pleasing consumers.

Therefore factors such as the period of rest in the bays is essential to a quality slaughter because it decreases the adrenaline that's the animal due to stress. Shortly after the landing of the animal he was already directed to the quality of meat slaughter fall.

Pigs get stressed very easily, they are sensitive to noise and any aggression coming from man. The pre-slaughter takes care that they do not stress, as it is proven that it interferes with the quality of meat. The losses now begin in animal boarding and follow along the path. By picking up these animals should take some care as not to scream, do not use hard sticks and using electric batons with a maximum of two seconds.

Animals should be empty stomach during slaughter, thus the water and fasting animal facilitate the slaughter period and assist in more accurate weighing, are essential to the still live animals no harm pass the transportation by any improper feeding.

The carcass quality is a result of the process that the pig passes from loading until the final product, there are factors that can make all the difference in the product. Pre-slaughtering has a large weight in the final result of this carcass is through a well-designed pre-slaughter meat manages to gain in softness. The key is to not stress the animal.

Finally, the pre-slaughter is nothing more than the first step to reach a final quality product that has been increasingly sought by consumers, freeing the animal as much as possible of any stress that may interfere negatively for this to happen.

REFERENCES

BRAUN, J.A. O bem-estar animal na suinocultura, 2000. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2014

CHEVILLON, P.; O bem-estar do suínos durante o pré-abate e no atordoamento, 2000. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2014.

DALLA COSTA F. A.; DALLA COSTA O. A.; CIOCCA J. R. P.; LUDTKE C. B. Manejo pré-abate de suínos e suas implicações na qualidade da carcaça suína, 2008 . Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5z3JrFMqSTkJ:www.ABATE%20E%20OS%20EFEITOS%20NA%20QUALIDADE%20DA%20CARCA%3%87A%20SU%3%8DNA.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2014.

DALLA COSTA, O. A.; LUDKE, J. V.; COSTA, M. J. R. P. Aspectos econômicos e de bem estar animal dos suínos da granja até o abate, 2005. Disponível em: http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/recursos/publicacao_c7t41d7n_pre_abateID-WyUdT5iwKc.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2014.

DALLA COSTA, O. A.; LUDKE, J. V.; COSTA, M. J. R. P.; PELOSO, J. V., COLDEBELLA; TRIQUES, N. Efeito do jejum na granja e condições de transporte sobre o comportamento dos suínos de abate nas baias de descanso e lesões na pele. **Ciência Animal Brasileira**, 2009.

DALLA COSTA, O. A.; LUDKE, J. V.; COSTA, M. J. R. P.; PELOSO, J. V.; DALLA ROSA, D. Efeito das condições pré-abate sobre a qualidade da carne de suínos pesados, 2011. Disponível em: <<http://www.uco.es/organiza/servicios/publica/az/php/articulo.php?codigo=1881>>. Acesso em: 01 mar. 2014.

FAUCINATO, L. Efeitos do manuseio pré-abate sobre o bem-estar e sua influência sobre a qualidade da carne, 2000. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf>. Acesso em 29 jan. 2014.

GOMIDE, L. A. M; RAMOS, E. M; FONTES, P. R Tecnologia de abate e tipificação de carcaça. Viçosa: UFV, 2006.

NORMANDO, L. M.; BARBOSA FILHO, J. A. D. Núcleo de estudos em ambiencia agricola e bem-estar animal, 2012. Disponível em:<<http://www.diadecampo.com.br/zpublisher/materias/Materia.asp?id=26791&secao=Colunas+e+Artigos>>. Acesso em 17 mar. 2014.

RAJ, M. Efeitos dos métodos do atordoamento e de abate sobre a qualidade da carne de porco, 2000. Disponível em:<http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/anais00cv_portugues.pdf>. Acesso em 29 jan. 2014.

ROSA, P. L.; SILVA, M. K. C.; SOUZA, V. M.; SILVA, W. F. Abate e processamento de suínos, 2008. Disponível em:<http://scholar.google.com.br/scholar?q=abate++e+processamento+de+suinos&btnG=&hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&as_vis=>> Acesso em 30 jan 2014

SOUZA, A. P.; BARRETO, F.; LORINI, L.; LORENZONI, A.; Manejo pré-abate e os efeitos na qualidade da carcaça suína, 2011. Disponível em:< <http://ebookbrowse.net/aula-4b-estresse-e-manejo-pr%C3%A9-abate-na-qualidade-da-carne-zaz0073-pdf-d532448321>> Acesso em 27 jan 2014.

VENTURINI, K. S.; SARCINELLI, M. F.; SILVA, L. C. Abate de suínos, 2007. Disponível em:<http://www.agais.com/telomc/b01407_abate_suinos.pdf>. Acesso em 29 jan. 2014.

AS POTENCIALIDADES ECONÔMICAS DO CINEMA BRASILEIRO

Profa. Dra. Linda Catarina Gualda

lindacatarina@hotmail.com

Carlos Augusto Jensen Estevam

Fatec Itapetininga - SP

RESUMO: O setor de audiovisual representa um dos principais segmentos da economia da cultura e do entretenimento contemporâneo. O cinema em especial é uma atividade em constante expansão no mundo, representando atualmente significativa pauta de exportação. No Brasil, essa presença crescente do audiovisual significa um aumento da importância econômica direta da atividade. Mesmo longe do poder da autossustentabilidade, o cinema nacional é o décimo mercado de cinema em termos de arrecadação e o sétimo em termos de público. Políticas de incentivo e o apoio de empresas públicas e privadas vêm alavancando a indústria fílmica nacional, que só no ano de 2013 triplicou seu faturamento, sendo considerado o melhor ano do cinema brasileiro. Nesse sentido, o artigo objetiva investigar as potencialidades econômicas da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada (filmes a partir de 2003). A metodologia proposta fundamenta-se na pesquisa bibliográfica em dissertações de mestrado, artigos e periódicos científicos, sites oficiais entre outras literaturas específicas, buscando informações sobre a indústria cinematográfica brasileira no período escolhido: pós-retomada. Além disso, pretende-se realizar um estudo dos filmes *Minha mãe é uma peça* e *De pernas pro ar 2*, responsáveis por cerca de 80% do faturamento de 2013.

Palavras-chave: Indústria Cinematográfica. Cinema Brasileiro. Filmes. Economia. Comércio Exterior.

1 INTRODUÇÃO

O setor de audiovisual representa um dos principais segmentos da economia da cultura e do entretenimento contemporâneo (VALIATI, 2010, p. 12). Além disso, tal setor tem passado por transformações e ampliado o número e o perfil de consumidores, sendo favorecido, entre outros fatores, pela ascensão social de parte da população e popularidade dos canais de distribuição. Esse dinamismo faz da indústria audiovisual uma atividade econômica com intensos aumentos nos lançamentos de novos produtos e serviços no mercado, compreendendo empresas que atuam em quatro seguimentos: televisão, games eletrônicos, fonografia e cinematografia. (SOUZA; PIRES, 2010, p.20).

No contexto cinematográfico, por exemplo, o produto audiovisual pode ser facilmente incorporado aos demais segmentos audiovisuais após o seu

lançamento no mercado. Depois de sua exploração comercial nas salas de cinema, os direitos de exibição do filme podem ser comercializados em redes televisivas que os insere em suas grades de programação; além disso, podem emprestar sua imagem para jogos eletrônicos ou mesmo ter sua trilha sonora lançada em mídia fonográfica (SOUZA; PIRES, 2012, p. 21).

Essas possibilidades fazem do cinema uma atividade comercial de grande importância para o mercado cultural, com altas expectativas de lucro e forte tendência para produção industrial. Isso equivale a dizer que o cinema é uma atividade em constante expansão no mundo, representando atualmente significativa pauta de exportação. Nos Estados Unidos, por exemplo, o chamado *entertainment business* é a segunda pauta nas exportações do país, só perdendo para o petróleo (XAVIER, 2001, p. 33-34).

Diante disso, os países desenvolvidos e em desenvolvimento fazem questão de implementar políticas para a consolidação do cinema, haja vista que “algo que tem um poder simbólico e capacidade de multiplicação tão grande, não pode ser consumido passivamente por razões econômicas, culturais e políticas” (KLOTZEL, 2006, p. 14). Atualmente, um elevado número de países tem cinematografia e muitos têm a subvenção estatal direta ou indireta.

O Brasil representa atualmente o décimo mercado em indústria audiovisual e em relação à cinematografia, o cinema nacional chegou a ocupar mais de 30% do mercado interno durante a década de 1970 e início de 1980. Em seguida, ocorreu uma queda e depois o desaparecimento quase absoluto da atividade nos anos 1980 até início de 1990. Com políticas de incentivo, o cinema começou sua retomada na metade dos anos 1990, tendo sua alavancagem em 2003, chamada de período pós-retomada. Os índices atuais mostram o crescimento do cinema brasileiro e sua potencialidade nesse setor. Essa presença crescente do audiovisual significa um aumento da importância econômica direta da atividade (PUCCI JUNIOR, 2009, p. 21-22).

Mesmo longe do poder da autossustentabilidade, o cinema nacional é o décimo mercado de cinema em termos de arrecadação e o sétimo em termos de público. Políticas de incentivo e o apoio de empresas públicas e privadas vêm alavancando a indústria fílmica nacional, que só no ano de 2013 triplicou seu faturamento, sendo considerado o melhor ano do cinema brasileiro (GUANAES, 2014, p. 2).

Nesse sentido, o presente artigo objetiva investigar as potencialidades econômicas da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada (filmes a partir de 2003). Pretende-se, ainda, analisar o mercado de exibição cinematográfico brasileiro, identificando as potencialidades de consolidação da indústria fílmica nacional e investigar de que maneira os filmes pós-retomada vem se tornando potenciais produtos culturais, tendo como exemplo os filmes “Minha mãe é uma peça” e “De pernas pro ar 2”, a fim de verificar as razões do alto

faturamento e o potencial econômico de tais produções.

2 METODOLOGIA

O presente estudo foi desenvolvido a partir de pesquisas em literatura das áreas de economia cultural, cultura como produto, cinema brasileiro, economia e filme como item lucrativo. Optou-se pela revisão bibliográfica, a fim de analisar e discutir a temática em níveis teóricos. Sendo assim, o desenvolvimento desse trabalho se deu a partir de pesquisa direcionada a teses de doutorado, dissertações de mestrado, artigos e periódicos científicos, sites oficiais da Recam, Ancine, Firjan, entre outras literaturas específicas, buscando informações sobre a indústria cinematográfica brasileira no período escolhido: pós-retomada.

Após levantamento de informações e dados econômicos, realizou-se um estudo de caso dos filmes *Minha mãe é uma peça* e *De pernas pro ar 2*, responsáveis por 80% do faturamento de 2013, segundo dados recentes da Ancine (2014). O intuito é verificar as razões desse alto índice e as potencialidades econômicas do cinema nacional.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O cinema, entre as diversas formas de expressão artística e produção audiovisual, é considerada a arte mais nobre por ser a mais cara e elaborada. A inovação digital na captação e reprodução de imagens moderniza e barateia os custos da produção audiovisual, globalizando o acesso e, assim, aumentando a produção. Além disso, a tendência ao aumento do tempo disponível para lazer e consumo na sociedade moderna vem permitindo a expansão e consolidação da atividade (KLOTZEL, 2006, p.11).

Atividades recreativas como o cinema obedecem a fins lucrativos, mercantis e industriais. “Seus produtos buscam oferecer aos consumidores uma espécie de valor cultural, que ultrapassa a concepção de utilidade econômica convencional e incorpora conveniência artística, religiosa, estética, entre outras” (SOUZA; PIRES, 2012, p. 19).

A indústria cinematográfica é particularmente interessante, pois possui características peculiares sob o ponto de vista econômico. Em primeiro lugar, devem-se considerar a originalidade e autenticidade dos produtos para gerar sua demanda; em segundo lugar, a oferta de mercadorias ocorre rapidamente e o mercado atenta à inovação

da produção para levar ao consumidor novos produtos a cada temporada e, por fim, a expansão das indústrias fílmicas permite que seus produtos alcancem consumidores ao redor do mundo (GATTI, 2005, p. 19).

Nos tratados de comércio mundial, filmes que podem ser considerados produtos industriais (itens de consumo) não podem ser taxados para importação, pois são classificados como obras intelectuais. Sendo assim, “não se estaria importando um objeto no qual existiu gasto de matéria-prima, como no caso de um automóvel, e sim uma matriz (a cópia do negativo) que teria o mesmo tipo de valor que o texto de um livro, a partitura de uma música, ou seja, algo imaterial” (KLOTZEL, 2006, p. 11).

Dentro dessas normas, a cinematografia nacional concorre com a indústria internacional. No Brasil, a indústria cinematográfica possui maior destaque no mercado de distribuição e exibição, que correspondem ao produto final aos consumidores. Para se ter ideia desse crescimento, em 2013, a distribuidora nacional Paris, individualmente ou em codistribuição com outras empresas, foi responsável, com títulos brasileiros e estrangeiros, por 20% do público de salas de exibição. O consórcio Paris/Downtown se consolidou como principal distribuidor de filmes brasileiros: das vinte maiores bilheterias de longas nacionais em 2013, nove foram comercializadas pela parceria. O parque exibidor brasileiro encerrou o ano com 2.679 salas, quarto ano consecutivo de crescimento, com destaque para as regiões Nordeste e Centro-Oeste, com 14,3% e 13,15% de incremento no número de salas, respectivamente (ANCINE, 2014).

Essa expansão só mostra que com a pós-retomada, em 2003, o filme nacional passa ser um produto rentável e a nossa indústria cinematográfica ganha impulso em busca de grandes bilheterias e altos lucros (NETO, 2010, p. 28). Com políticas de incentivo e empresas patrocinadoras, o Brasil começa a produzir filmes que mobilizam grande número de espectadores, demonstrando o grande avanço da indústria fílmica brasileira (MELEIRO, 2010, p. 51). Dos meios de fomento hoje existentes os mais importantes são relacionados à produção através da Renúncia Fiscal (Lei do Audiovisual art.1, art.3 Lei Rouanet). Além disso, o Estado investe na atividade cerca de R\$ 200 milhões ao ano, o que possibilita a produção e o lançamento de em média 30 longa-metragens.

De fato, nossos filmes passam a ser vistos como potenciais itens econômicos e, embora não possam ser taxados para exportação (pois se tratam de obras intelectuais), são capazes de agora se inserirem competitivamente na hegemônica indústria cinematográfica dos Estados Unidos (BALLERINI, 2012).

De acordo com dados da Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2014), nos últimos anos o mercado fílmico brasileiro passou por mudanças significativas: em 2002, o público para filmes nacionais foi de 6,8 milhões de espectadores, que demandaram ingressos nas 1.635 salas de projeção distribuídas pelo país. Já em 2013, os filmes brasileiros atraíram

27,8 milhões de espectadores para nossos cinemas, melhor resultado das últimas duas décadas e a participação de público dos filmes nacionais terminou o ano em 18,6% em relação ao total de filmes vistos. Mesmo a participação de público em filmes estrangeiros ainda sendo bastante elevada (81,4%), o número de acesso às obras nacionais é bastante expressivo, visto que cresce a cada ano.

Isso significa que 2013 foi o melhor ano do cinema brasileiro, batendo recordes: 127 longas-metragens lançados (no ano anterior, a produção foi de 83 longas), o mercado brasileiro de salas de exibição teve 149,5 milhões de ingressos vendidos e renda superior a R\$ 1,7 bilhão com crescimento contínuo nos últimos cinco anos, sendo a arrecadação o triplo do ano anterior, maior público desde 2003 (27,8 milhões de espectadores). (ANCINE, 2014).

Os dados impressionam ainda mais: 10 filmes brasileiros ultrapassaram a marca de um milhão de bilhetes vendidos e 24 tiveram mais de 100 mil espectadores. Entre os filmes mais vistos, se destaca o gênero cômico: oito das dez maiores bilheterias nacionais do ano foram comédias, produzidas por oito produtoras distintas, escritas e realizadas por talentos diferentes e distribuídas por três empresas, revelando o domínio do gênero por mais agentes do setor. Duas delas, *Minha mãe é uma peça* de André Pellet e *De pernas pro ar 2* de Roberto Santucci, focos deste estudo, garantiram sozinhas 80% do faturamento do ano (ANCINE, 2014).

A comédia *Minha Mãe é uma peça*, distribuída pela Paris/ Downtown e lançada em 21 de junho de 2013, foi exibida em 407 salas na data de estreia, atingindo uma marca de 2 milhões de espectadores em sua terceira semana de exibição. Tendo como total de público 4.600.145 pessoas e faturamento de R\$ 49.533.218,31, o filme foi recordista de bilheteria e é considerado um dos longas mais assistidos de todos os tempos pelo público brasileiro. Seguindo o padrão Globo Filmes, a obra é uma adaptação do famoso monólogo teatral que percorreu os palcos do país. A estética da produção remete à novela de horário nobre da emissora e é dirigida a um público mais amplo, trazendo nomes conhecidos do público para os papéis principais. Isso garantiu identificação e maior aceitabilidade, já que formato, temática e atores conhecidos geram aproximação imediata com o espectador.

O mesmo se percebe em *De pernas pro ar 2*, que também tem formato Globo Filme, ou seja, temática leve, protagonistas famosos, condução narrativa tradicional e montagem rápida, aposta no gênero comédia de erros hollywoodiana e traz no elenco atores consagrados e familiares do grande público. Com orçamento de R\$ 10 milhões e prazo apertado para a produção, o longa foi distribuído pela parceria Downtown/Paris/RioFilme e somente nos cinco primeiros dias de exibição teve público de aproximadamente 600 mil pessoas. A produção teve números menos expressivos, mas ainda assim impressionantes: na data de estreia (02 de janeiro de 2013) o número de salas foi de 718 (quase o dobro de

Minha mãe é uma peça), 3.787.852 pessoas foram ao cinema e o faturamento total encerrou-se em R\$ 39.375.393,54 (ANCINE, 2014). O filme fez tanto sucesso que está prevista a estreia de *De pernas pro ar 3* para 25 de dezembro de 2015, além de estar se cogitando uma possível adaptação para a televisão em formato de série ou minissérie (GUANAES, 2014).

Ambas as produções são surpreendentes em termos econômicos, mostrando que o cinema nacional está em uma fase de grande expansão e potencial de desenvolvimento. Um fator relevante para o crescimento da indústria cinematográfica brasileira diz respeito ao desempenho das distribuidoras nacionais. O tripé econômico do cinema – produção, distribuição e exibição – sempre encontrou dificuldade nas produções nacionais. Nossas distribuidoras optavam pelos títulos internacionais, pois atraíam mais público e, conseqüentemente, geravam mais renda. Em 2013 houve uma mudança significativa nesse cenário: as empresas distribuidoras nacionais mantiveram uma participação na renda em torno de 30% do mercado de salas de exibição e os títulos comercializados por essas empresas somaram 48,4 milhões de ingressos vendidos e R\$ 538,6 milhões em renda, o que representa considerável crescimento em relação ao ano anterior (ANCINE, 2014). Além disso, pode-se observar que em relação à nacionalidade dos títulos comercializados pelas empresas distribuidoras brasileiras, houve alteração da tendência de predominância dos títulos estrangeiros.

Entre 2009 e 2012, o público e renda da maioria das empresas nacionais foram majoritariamente sustentados pela distribuição de títulos estrangeiros. Nesse período, em média, 70% do total do público obtido pelas empresas distribuidoras brasileiras vieram da comercialização de títulos estrangeiros. Em 2013, a tendência se inverteu e os títulos nacionais passaram a representar cerca de metade desse montante (ANCINE, 2014).

Outro motivo para o alavancamento do cinema brasileiro está no aumento do parque exibidor nacional que manteve o ritmo de crescimento dos últimos cinco anos (sempre acima do aumento populacional) e encerrou 2013 com 2.679 salas. Segundo a Ancine, em cinco anos, o índice de habitantes por sala do Brasil caiu de 91,7 mil habitantes/sala em 2009 para 75 mil em 2013. Apesar de denotar grande avanço, o Brasil ainda atrás de países como Argentina (cerca de 50mil habitantes/sala), México (21 mil habitantes/sala) e França (11 mil habitantes/sala).

Faz-se necessário destacar ainda a importância das empresas nacionais para distribuição de títulos estrangeiros não estadunidenses. Em 2013, mais de 65% do público dessas obras foram de títulos distribuídos por empresas brasileiras. As distribuidoras estrangeiras, por sua vez, apresentaram queda no público de suas obras em relação a

2012, além de reduzirem o número de lançamentos pelo segundo ano consecutivo (ANCINE, 2014).

Se considerar-se somente a comercialização dos títulos nacionais, o ano de 2013 confirmou mais uma vez inversão na tendência: até 2009, a bilheteria das obras brasileiras comercializadas por empresas estrangeiras representava, em média, 60% do total; já em 2013, as distribuidoras brasileiras em co-distribuição com empresas estrangeiras (Paris/Downtown/RioFilme, EuropaFilmes/RioFilme, Imagem/Fox, entre outras) garantiram público em 94% de todos os filmes brasileiros exibidos. Por outro lado, a participação das empresas estrangeiras no público de filmes brasileiros vem reduzindo: entre 2009 e 2011, essas companhias foram responsáveis por dez filmes nacionais; em 2012, lançaram seis obras e em 2013 apenas cinco lançamentos (ANCINE, 2014).

Essa redução é importante para valorizar o sistema de produção, distribuição e exibição nacional, além de fortalecer nossa indústria cinematográfica, nos deixando menos dependentes do cinema estadunidense. Atribui-se essa redução a alguns fatores, a saber: a) redução de utilização de recursos de incentivo fiscal pelas distribuidoras internacionais (art. 3º da Lei do Audiovisual); b) fortalecimento das distribuidoras nacionais em decorrência da política pública (Prêmio Adicional de Renda e uso dos recursos do Fundo Setorial do Audiovisual); 3) tendência internacional de redução de número de lançamentos e ampliação dos investimentos em poucas obras de maior apelo comercial (BALLERINI, 2012, p. 31-32).

Atualmente, a criação de leis de incentivo, a abertura de mercado à penetração do filme nacional e a maior visibilidade da produção cinematográfica nacional são algumas das razões que permitem ao cinema brasileiro atingir recordes de bilheteria e faturamento. As produções nacionais passaram a não se dirigir exclusivamente ao circuito cultural, buscando por aceitação de mercado e retorno financeiro. Nota-se ainda um paradigma cíclico na questão da cinematografia brasileira: de um lado desenvolve-se uma forte concorrência vinda das produções hollywoodianas, de outro um movimento de ir e vir das produções e participação do filme nacional no mercado de cinema (CAMPOS, 2004, p. 25).

Pensando nisso, aproveitam-se todos os recursos que o mercado de entretenimento oferece ao produto fílmico: desde a distribuição (por companhias estrangeiras ou codistribuidoras) com maciça campanha de *marketing* até a formatação do filme às várias tecnologias disponíveis, como vídeo, DVD, TV aberta, TV por assinatura, internet.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apresentado, o ano de 2013 foi marcado pelo forte desempenho dos filmes

brasileiros nas salas de exibição com destaque para duas marcas históricas: o maior público desde a época da Retomada (27,8 milhões de espectadores) e o maior número de lançamentos da história do cinema nacional (127 estreias). Além disso, com o aumento do parque exibidor brasileiro em 13%, teve-se o quinto ano consecutivo de crescimento da indústria cinematográfica nacional. Ao possibilitar a ida de mais expectadores ao cinema (o número de participação do público teve um aumento de 77% em relação a 2012) para ver filmes brasileiros (os filmes estrangeiros tiveram queda de público de 7%), consequentemente houve mais geração de renda para o setor de indústria audiovisual nacional.

De fato, esses dados são um marco para a cinematografia brasileira e considerados otimistas para o setor, pois o crescimento é evidente e contínuo ano a ano. Os números mostram ainda que houve aumento de 30% no número de lançamentos nacionais e 18,6% do público foram assistir a filmes nacionais, gerando uma renda de R\$ 296.733.096,64.

Muitas razões influenciaram o alavancamento do cinema nacional e seu grande momento em 2013, entre elas podemos citar as mais significativas: 1) baixa no desempenho dos títulos internacionais comercializados, haja vista que o público dos filmes estrangeiros apresentou queda, 2) incremento das políticas de incentivo e leis de proteção ao cinema nacional, garantindo expansão e desenvolvimento em termos econômicos e culturais, 3) aumento significativo do parque exibidor (aproximadamente 2.800 salas de cinema) e do número de espectadores, 4) alta qualidade das estreias e aceitabilidade do expectador e 5) identificação do público com as comédias fílmicas que apresentam tendência televisiva, associando o cinema à televisão.

Por fim, por todos esses motivos, o Brasil representa hoje um dos mercados mais fortes em indústria audiovisual do mundo e deve crescer ainda mais nos próximos anos. As políticas de incentivo e agências de fomento viabilizam novas produções e facilitam a exibição dos filmes nacionais, fazendo com que se desloquem o centro de atenção da distribuição de filmes estrangeiros para filmes brasileiros. Dessa forma, se estimula reconhecimento do público pelo cinema brasileiro como uma indústria de qualidade com potencial, que cresce a cada ano e solidifica, e se constrói uma cultura e identidade cinematográficas nacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCINE. **Informe de acompanhamento do mercado. Informe Anual 2013**. Janeiro, 2014.

BALLERINI, F. **Cinema brasileiro no século 21**. São Paulo: Summus Editorial, 2012.

CAMPOS, R.M.M. **História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos da Produção Mais Próximos ao Mercado**. Artigo publicado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. UFMS, 2004, p. 1-28.

GATTI, A. **Distribuição e Exibição na Indústria Cinematográfica Brasileira (1993-2003)**. 357 f. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

GUANAES, N. **Cinema Novo Brasileiro**. In: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/37592-cinema-novo.shtml> Acessado em 17 de maio de 2014.

KLOTZEL, A. **O potencial da indústria cinematográfica no Brasil**. In: Revista Inovação Uniemp. Volume 2, n. 1. Campinas, jan/março, 2006.

MELEIRO, A. **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Editora Escritoras, 2010.

NETO, A. **Astros e estrelas do cinema brasileiro**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2010.

PUCCI JUNIOR, R. **Cinema brasileiro pós-moderno**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.

SOUZA, T; PIRES, M. **Entretenimento, audiovisual e cinematografia no contexto das indústrias culturais**. In: IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil. Rio de Janeiro, outubro de 2010.

VALIATI, L. **Economia da Cultura e Cinema**. São Paulo: Terceiro Nome, 2010.

XAVIER, I. **Cinema brasileiro moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

PERFIL DO CONSUMIDOR DE HORTALIÇAS NA REGIÃO DE ITAPETININGA - SP

Adriana Tereza de Queiroz

Thamiris Almeida dos Santos

thamires.santos@fatec.sp.gov.br

Profa. Dra. Flavia Cristina Cavalini

Fatec Itapetininga - SP

RESUMO: Este trabalho teve como objetivo levantar o perfil do consumidor de hortaliças em Itapetininga e região, por meio de aplicação de questionários e, dessa forma, caracterizar padrões de consumo de hortaliças nesta cidade. Foram realizadas entrevistas individuais totalizando 100 entrevistados. O instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário, contendo questões fechadas, abordando as seguintes características: gênero; faixa etária; renda familiar; escolaridade; hortaliças que costuma consumir; frequência de consumo; e número de moradores na residência. Os dados foram analisados em porcentagens, tornando possível estudar a influência de alguns fatores socioeconômicos sobre o consumo alimentar. Observou-se que a maioria dos entrevistados consome hortaliças tanto cruas quanto cozidas, mais de 3 vezes na semana. Verificou-se ainda que, conforme aumenta o grau de escolaridade e a renda familiar, também há aumento no consumo de hortaliças. A alface, o tomate e a cebola são as hortaliças mais consumidas diariamente pelos entrevistados, seguidas de batata, brócolis, cenoura, couve e pimentão. O principal motivo que impulsiona o consumo de hortaliças está relacionado à saúde e nutrição, e o motivo que diminui ou dificulta o consumo desse tipo de alimento se refere ao preparo como principal fator.

Palavras-chave: Processamento mínimo. Valor agregado. Alimentação saudável.

1 INTRODUÇÃO

Segundo a ANVISA (1978) “hortaliça é a planta herbácea da qual uma ou mais partes são utilizadas como alimento na sua forma natural”. Popularmente as hortaliças podem ser divididas em três tipos: verduras, legumes e condimentos. As hortaliças são alimentos indispensáveis para a dieta equilibrada, pois são importantes fontes de vitaminas, sais minerais, carboidratos, fibras e outras substâncias como betacaroteno que contribuem, indiscutivelmente, para a saúde humana (FILGUEIRA, 2003).

De acordo com Martins (2010), 80% da produção de hortaliças brasileira é destinada ao mercado nacional, e o consumo médio é de aproximadamente 27 quilos por ano (IBGE, 2012). Segundo Moraes (2012), a batata, o tomate e a cebola lideram a preferência dos

consumidores, no entanto as hortaliças mais comercializadas são a cenoura, a abóbora, o repolho, a alface, o chuchu, a batata-doce e o pimentão.

Os consumidores de hortaliças vêm se tornando cada vez mais exigentes em termos de qualidade e aspectos nutricionais, buscando produtos frescos, em lugares confiáveis, com conforto e flexibilidade de horário (SEBRAE, 2013). Em contrapartida, é notável o aumento do consumo de *fastfoods*, principalmente entre os jovens. Esses consumidores buscam produtos que tenham maior tempo de conservação, bem como aqueles que apresentam o sabor realçado dos alimentos, sendo comum, para tanto, grande quantidade de gordura e sódio. Esse sistema é pautado por exigência e praticidade de alimento; diversão e transgressão; produção industrial (preparo em linha de montagem), modernidade e velocidade (VARGAS, 2011).

De modo geral, os consumidores estão à procura de novidades, inclusive na área alimentar, e isso contribui para o crescimento de vários segmentos, dentre eles destacam-se as hortaliças não tradicionais, minimamente processadas, congeladas e orgânicas (MELO; VILELA, 2007).

Diante do exposto, objetivou-se levantar o perfil do consumidor de hortaliças na região de Itapetininga, de forma a verificar uma oportunidade de mercado.

2 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no município de Itapetininga, localizado no estado de São Paulo, sendo o 3º maior município do estado. Possui uma economia fortemente voltada à agricultura, sendo responsável pela maior parte do PIB agrícola do estado de São Paulo.

O trabalho embasou-se na revisão de artigos e resoluções que dispõem acerca do assunto, buscando justificar a importância do consumo de alimentos saudáveis como as hortaliças.

Posteriormente aplicou-se um questionário estruturado para 100 pessoas, com o intuito de verificar a frequência e a diversidade de consumo de hortaliças na região de Itapetininga.

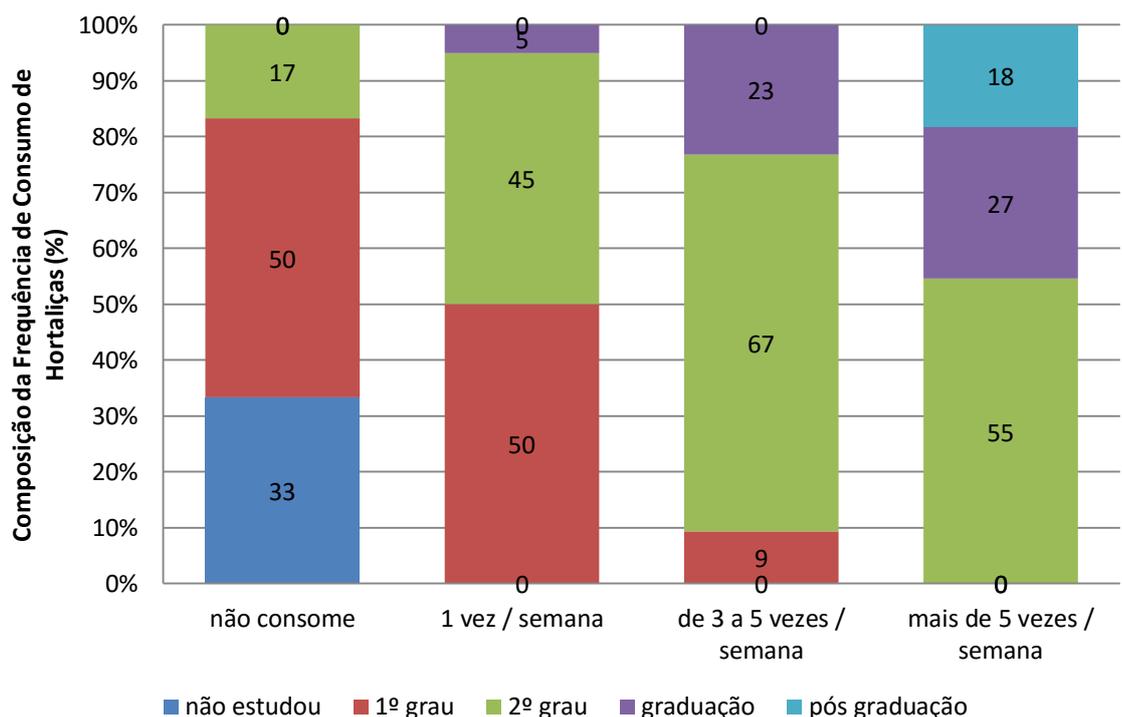
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados dos questionários foram obtidos em Itapetininga e região, sendo 90% em Itapetininga e os 10% restantes foram obtidos nas cidades de Angatuba, Capão Bonito, Apiaí, São Miguel Arcanjo e Alambari. Dos entrevistados 63% eram mulheres, principalmente com idade entre 16 e 45 anos.

Em relação à frequência no consumo de hortaliças, 43% dos entrevistados disseram consumir de 3 a 5 vezes por semana e apenas 11% consomem mais de 5 vezes na semana. No entanto 46% dos entrevistados afirmaram não consumir hortaliças ou consumir apenas 1 vez na semana. Segundo dados apresentados por Novaes et al (2006), o aumento do consumo de hortaliças apresenta correlação positiva com o grau de instrução.

Na figura 1 é possível constatar que, para Itapetininga e região, essa correlação é bastante significativa, uma vez que 33% dos entrevistados que afirmaram não consumir hortaliças, não estudaram; uma possibilidade é que para essas pessoas faltou instrução, informação do quanto é importante para sua saúde o consumo diário de hortaliças. Já daqueles que afirmaram consumir ao menos 1 vez na semana, 50% possuem o 1º grau completo e não há nesse grupo pessoas analfabetas. Para os que consomem de 3 a 5 vezes na semana a proporção entre 1º e 2º grau de escolaridade diminui, apenas 9% possuem o 1º grau e a maioria (67%) possuem o 2º grau completo, nesse grupo é possível notar que já há a presença de 23% de entrevistados com graduação. Finalmente, dos entrevistados que afirmaram consumir mais de 5 vezes na semana 55% terminou o 2º grau, 27% disseram ter graduação e 18% deles tem pós graduação.

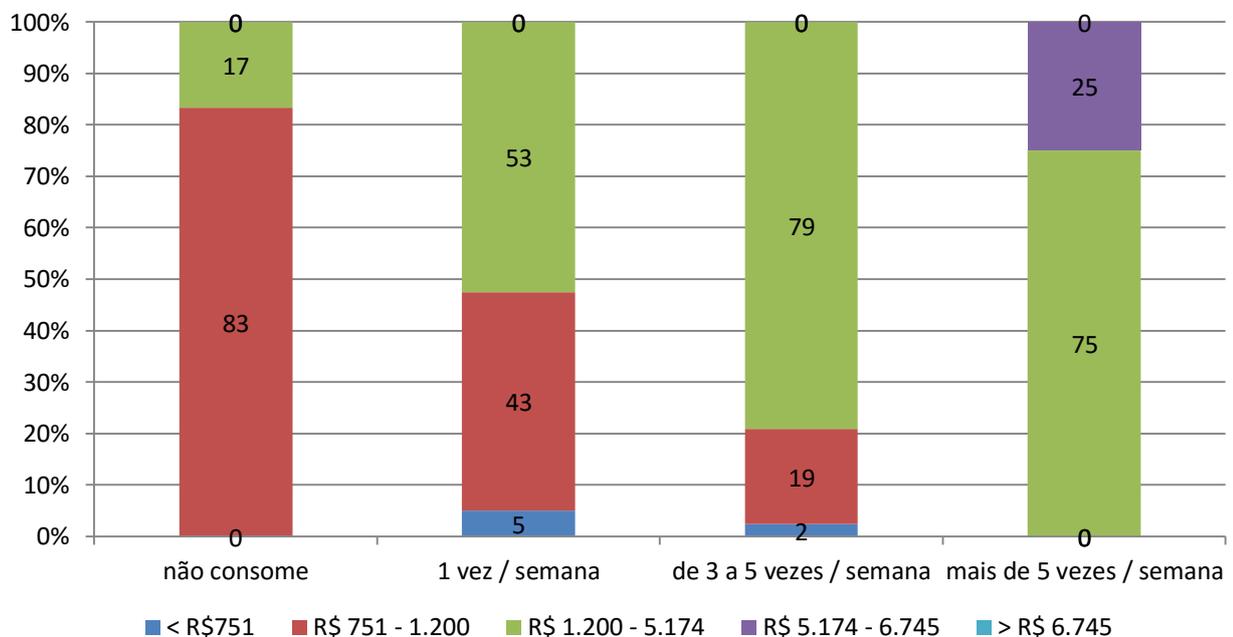
Figura 1 - Composição percentual da escolaridade na frequência de consumo de hortaliças



Analisando esses dados é possível afirmar que quanto maior o grau de instrução da pessoa, mais hortaliças ela consome. Isso pode estar atrelado ao conhecimento e informação obtido no decorrer de sua vida, o quanto é importante a composição de uma dieta saudável para a saúde das pessoas.

Na figura 2 é possível constatar que para Itapetininga e região o aumento da renda familiar é refletido automaticamente em um maior consumo de hortaliças. Na figura 2, 83% dos entrevistados que disseram não consumir hortaliças, possuem uma renda familiar mensal entre R\$751,00 e R\$1.200,00. Já daqueles que consomem 1 vez na semana e dos que consomem de 3 a 5 vezes na semana a maioria (53% e 79% dos entrevistados, respectivamente) possui uma renda familiar mensal entre R\$1.200,00 e 5.174,00. Para os entrevistados que possuem o hábito de consumir hortaliças mais de 5 vezes na semana observa-se que 75% apresentam renda familiar em torno de R\$1.200,00 e 5.174,00 e os 25% restante possuem renda familiar acima desse valor. Esses resultados demonstram, que quanto maior a renda familiar, mais se consomem hortaliças.

Figura 2 - Composição percentual da renda na frequência de consumo de hortaliças (Elaboração própria, 2014)

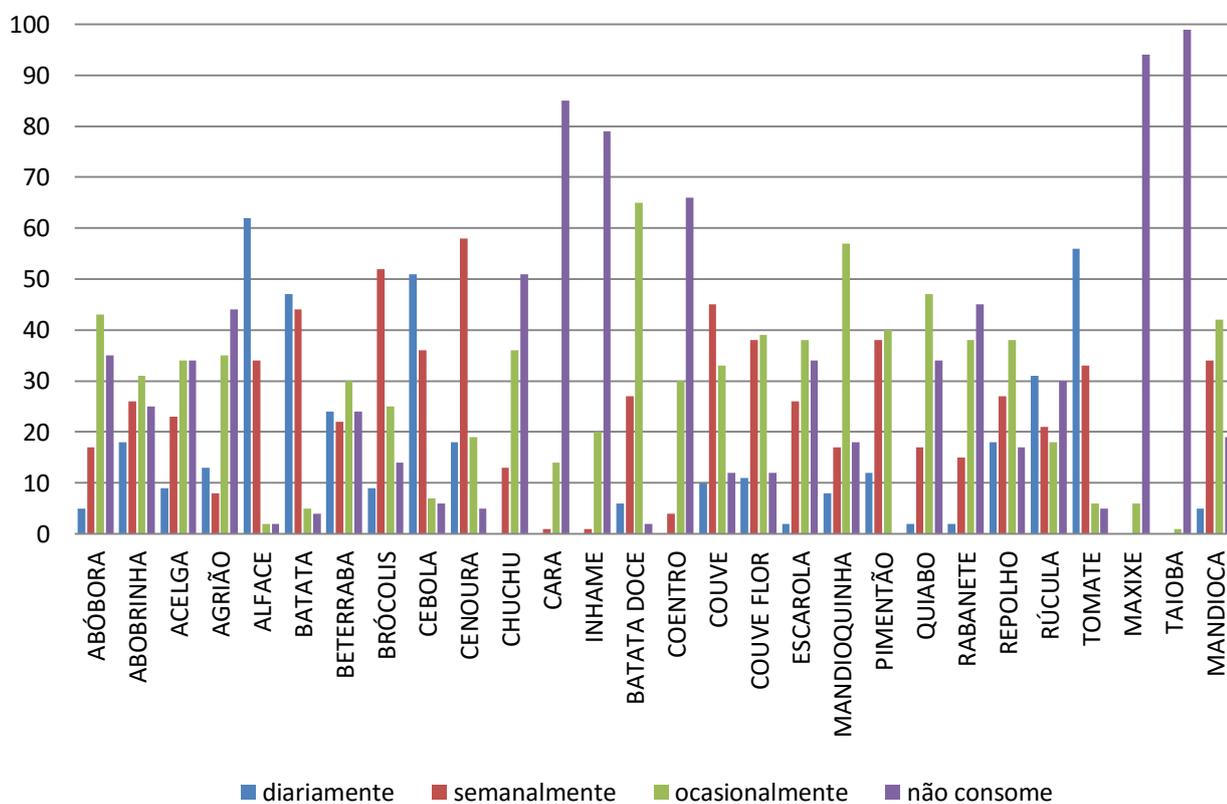


Quanto ao hábito de consumo, 75% dos entrevistados afirmaram que consomem tanto hortaliças cruas quanto cozidas e apenas 6% não consomem de forma alguma. Já a frequência de consumo ficou dividida, 43% dos entrevistados afirmaram consumir hortaliças

de 3 a 5 vezes por semana e 40% consome de 1 a 2 vezes, apenas 11% consomem mais de 5 vezes na semana.

Na figura 3 é interessante notar que alface, tomate e cebola são as hortaliças mais consumidas diariamente pelos entrevistados, de modo que são alimentos que representam os hábitos ou preferência das famílias. Pode-se atribuir o consumo elevado dessas hortaliças a fatores como o custo relativamente baixo, fácil preparação e por ser de alta disponibilidade ao consumidor, ou seja, é encontrada em diversos pontos de comercialização.

Figura 3 - Principais hortaliças consumidas em Itapetininga e região (Elaboração própria, 2014)



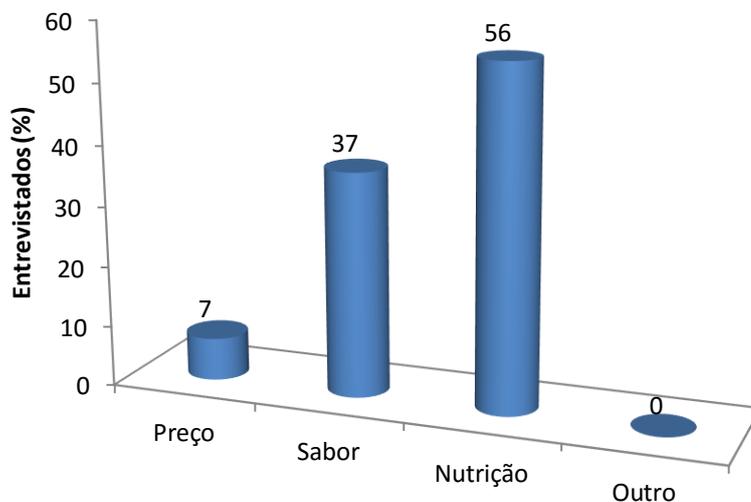
Analisando os alimentos mais consumidos semanalmente, os principais foram a batata, o brócolis, a cenoura, a couve e o pimentão. A batata não é consumida diariamente, pois é tida como vilã nas dietas por ser rica em carboidratos, por outro lado brócolis e cenoura vem ganhando espaço nos pratos mais saudáveis devido à publicidade dada a sua composição nutricional.

Os entrevistados disseram ainda consumir ocasionalmente abóbora, agrião, batata doce, mandioquinha e quiabo, esses produtos não são consumidos sempre devido ao preço

elevado ou pela dificuldade no preparo. Importante também ressaltar os principais produtos que os entrevistados disseram não consumir como: Taioba, Maxixe, Cara e Inhame, chegando a afirmar nunca terem visto essas hortaliças. Infelizmente esses produtos estão sendo deixados de lado pelos consumidores, talvez por não serem práticos no modo de preparo ou até mesmo por não serem encontrados no mercado para venda.

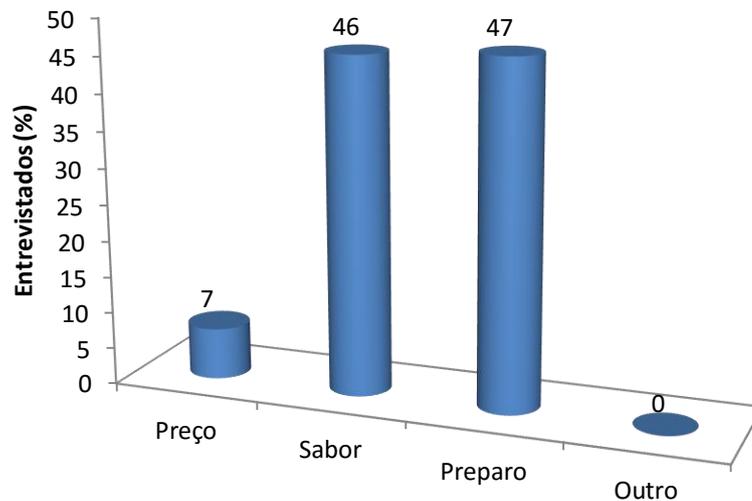
Campanhas e programas de incentivos para a população ajudariam a conhecer as qualidades e preparos das hortaliças. A estratégia de exposição repetida a diferentes tipos de hortaliças ainda na infância deve ser incentivada, para que o hábito de consumo desses alimentos possa ser construído juntamente com o crescimento da criança. A divulgação e orientação de receitas atraentes com hortaliças à população adulta podem auxiliar no favorecimento da escolha e conseqüentemente do consumo desses alimentos. Tais estratégias se aproximariam da realidade de consumo da população além de incentivarem o consumo de uma maior variedade de alimentos.

Figura 4 - Fatores que motivam o consumo de hortaliças (Elaboração própria, 2014)



Na figura 1 foi proposto que o grau de instrução poderia afetar o consumo de hortaliças, pois aquele que desconhece as qualidades nutricionais poderia não estar interessado em consumi-las. Na figura 4 um dos principais motivos para consumir hortaliças é justamente por se saber que é um alimento saudável, sendo que 56% levam em conta esse fator, os demais 37% e 7% valorizam o sabor e o preço, respectivamente.

Figura 5 - Fatores que desestimulam o consumo de hortaliças (Elaboração própria, 2014)



Pensando em ampliar o mercado, cabe entender por que o consumidor opta por não ter hortaliças em sua mesa. Nesse quadro, observou-se na figura 5 que 47% dos entrevistados apontaram o preparo como a principal causa para a falta de consumo. Esse dado é bastante interessante, pois mostra que o mercado necessita de produtos mais facilmente disponíveis, desse modo, as hortaliças minimamente processadas poderiam ser uma forma de agregar valor com benefícios ao produtor e ao mesmo tempo inserir na dieta diária produtos mais nutritivos ao consumidor.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho constatou-se que a maioria dos entrevistados consome hortaliças tanto cruas quanto cozidas, mais de 3 vezes na semana. Verificou-se ainda que, conforme aumenta o grau de escolaridade e a renda familiar, também há aumento no consumo de hortaliças.

A alface, o tomate e a cebola são as hortaliças mais consumidas diariamente pelos entrevistados, seguidos de batata, brócolis, cenoura, couve e pimentão e que o principal motivo que impulsiona o consumo de hortaliças está relacionado à saúde e nutrição.

A maior justificativa para não consumir esse tipo de alimento refere-se ao preparo, esse fato pode ser levado em consideração na busca de novos mercados, dessa forma o processamento mínimo se destaca como uma atividade promissora.

REFERÊNCIAS

ANVISA. **Resolução - CNNPA nº 12, de 1978**. Disponível em:
<http://www.anvisa.gov.br/legis/resol/12_78_hortalicas.htm>. Acesso em: 04 jun. 2013.

FILGUEIRA, F.A.R. **Manual de olericultura: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. 3ª ed. Viçosa: UFV, 2003.

IBGE. **Levantamento sistemático da produção agrícola**: pesquisa mensal de previsão e acompanhamento das safras agrícolas no ano civil. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. 130 p. v. 25, n. 3.

MARTINS, M.V. Produção integrada de hortaliças no Brasil. Brasil: MAPA, 2010. 41 p. Disponível em:
<http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/camaras_setoriais/Hortalicas/24_reuniao/SDC.pdf>. Acesso em: 15 out. 2014.

MELO, P.C.T.; VILELA, N.J. Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças. In: 13ª REUNIÃO ORDINÁRIA DA CÂMARA SETORIAL DA CADEIA PRODUTIVA DE HORTALIÇAS / MAPA, 13., 2007, Brasília. **Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças**. Brasília: Mapa, 2007. p. 1 - 11.

MORAES, K. Hortaliças: conheça um guia para o cultivo de 50 espécie. Brasília: ANAPA (Associação Nacional dos Produtores de Alho), 2012. Disponível em:
http://www.anapa.com.br/anapa2012/index.php?option=com_content&id=694:hortalicas-conheca-um-guia-para-o-cultivo-de-50-especie&catid=18:noticias-do-setor&Itemid=311. Acesso em: 17 out. 2014.

NOVAES, A.L. et al. Efeito do nível de escolaridade no consumo de carne bovina e hortaliças no Brasil. In: XLIV CONGRESSO DA SOBER, 2006, Fortaleza. Disponível em:
<http://www.sober.org.br/palestra/5/764.pdf>. Acesso em: 15 out. 2014.

SEBRAE. **Consumidores de verduras e legumes valorizam a qualidade de vida**. Disponível em:
<[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/E29FA8B8CA0523D2832578F400483642/\\$File/NT0004632E.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/E29FA8B8CA0523D2832578F400483642/$File/NT0004632E.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2013.

VARGAS, I.C.S. Avaliação de programa de prevenção de obesidade em adolescentes de escolas públicas. **Revista Saúde Pública**, Fev 2011, v.45, n.1, p.59-68.

PROFILE OF VEGETABLE CONSUMERS IN ITAPETININGA REGION - SP

Adriana Tereza de Queiroz

Thamiris Almeida dos Santos

thamires.santos@fatec.sp.gov.br

Profa. Dra. Flavia Cristina Cavalini

TRANSLATION: Profa. Gilcéia Goularte de Oliveira Garcia

Fatec Itapetininga - SP

ABSTRACT: This study aimed to raise data about the profile vegetable consumers Itapetininga region through questionnaires and thus characterize vegetable consumption patterns in this city. Individual interviews were conducted totaling 100 respondents. The research instrument was a questionnaire with closed questions, addressing the following: gender; age; family income; education; vegetables that usually consume; frequency of use; and number of residents in the residence. The data were analyzed in percentages, making it possible to study the influence of some socio-economic factors on food consumption. It was observed that most respondents consumed both raw and cooked vegetables, more than 3 times a week. It was also found that, as the level of education and household income increases, there is also an increase in vegetable consumption. Lettuce, tomato and onion are the most daily consumed vegetables by respondents, followed by potatoes, broccoli, carrots, cabbage and peppers. The main reason that increases the consumption of vegetables is related to health and nutrition, and the reason that reduces or hinders the consumption of such food relates to the preparation as the main factor.

Key-words: Minimal processing. Value. Healthy eating.

1 INTRODUCTION

According to ANVISA (1978) "vegetable is a herbaceous plant from which one or more parts are used as food in its natural form." Popularly, vegetables can be divided into three types: greens, vegetables and condiments. Vegetables are essential food for a balanced diet, because they are important sources of vitamins, minerals, carbohydrates, fiber and other substances such as beta-carotene which contribute indisputably to human health (FILGUEIRA, 2003).

According to Martins (2010), 80% of production of Brazilian vegetable is intended for domestic market, and the average consumption is about 27 kg per year (IBGE, 2012). According to Moraes (2012), potato, tomato and onion lead consumer preference, however

the most traded vegetables are carrots, pumpkin, cabbage, lettuce, chayote, sweet potatoes and green pepper.

Vegetable consumers are becoming increasingly demanding in terms of quality and nutritional aspects, looking for fresh products in reliable places, with comfort and flexible hours (SEBRAE, 2013). However, it is notable the increased consumption of fastfood, especially among young people. These consumers seek products that have longer shelf life, as well as food with enhanced flavor, being common to both, lots of fat and sodium. This system is guided by food demand and practicality; fun and transgression; industrial production (preparation assembly line), modernity and speed (VARGAS, 2011).

In general, consumers are looking for new things, including in the food area, and this contributes to the growth of various segments, among them there are the minimally processed, frozen and organic non-traditional vegetables (MELO; VILELA, 2007).

Given the above, this research aimed to raise a vegetable consumer profile in Itapetininga region, in order to verify a market opportunity.

2 METODOLOGY

The survey was conducted in the municipality of Itapetininga, located in the state of São Paulo, being the 3rd largest city in the state in square meters. It has a strongly focused on agriculture economy, accounting for most of the agricultural GDP of the state of São Paulo.

The work has been based on a review of articles and resolutions that exist on the subject, seeking to justify the importance of the consumption of healthy food like vegetables.

Later a structured questionnaire was applied to 100 people, in order to determine the frequency and diversity of vegetable consumption in Itapetininga region.

3 RESULTS AND DISCUSSION

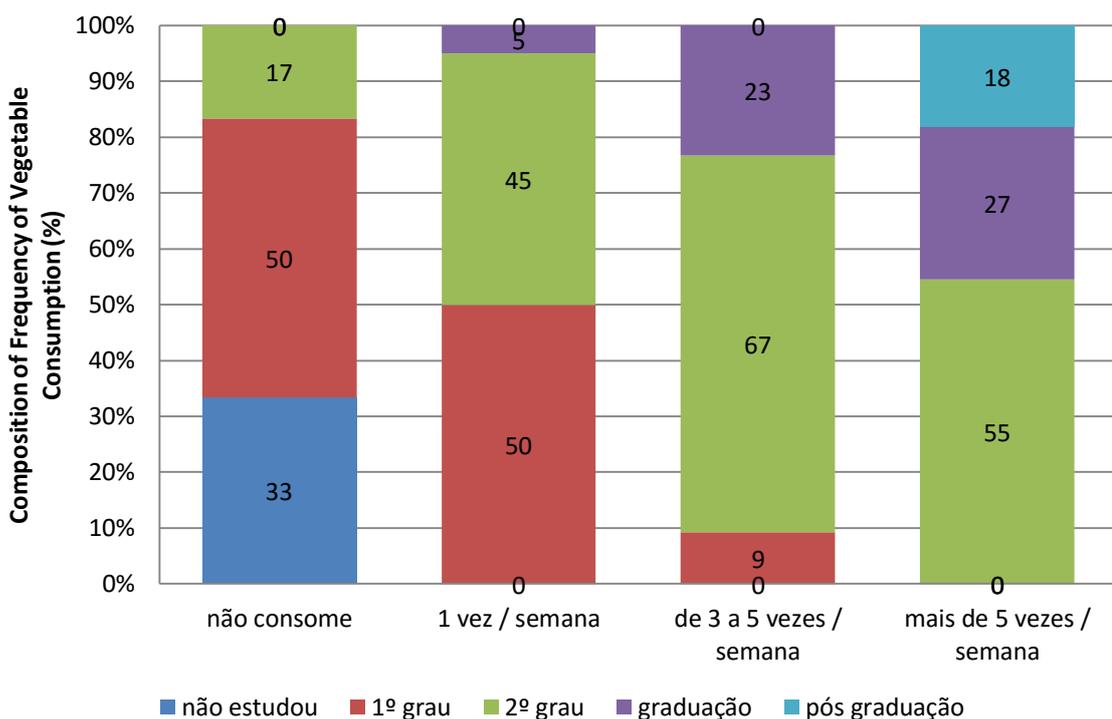
The results of the questionnaires were obtained in Itapetininga and region, 90% in Itapetininga and the remaining 10% were obtained in the cities of Angatuba, Capão Bonito, Apiaí, São Miguel Arcanjo and Alambari. Of the respondents, 63% were women, mostly aged between 16 and 45 years old.

Regarding the frequency in vegetable consumption, 43% of respondents said they consume 3 to 5 times a week and only 11% consume more than 5 times a week. However

46% of respondents said they consume vegetables or eat only one time in a week. According to data presented by Novaes et al (2006), the increase in vegetable consumption is positively correlated with the level of education.

In Figure 1 you can see that, for Itapetininga and region, this correlation is quite significant, since 33% of respondents who said they did not eat vegetables, not studied; one possibility is that for these people lacked education, the information is important for their health the daily consumption of vegetables. Already those who reported consuming at least one time a week, 50% had 1 full degree and there is this group illiterates. For those who consume 3 to 5 times a week the ratio of 1st and 2nd level of education decreases, only 9% have the 1st degree and the majority (67%) have the 2nd full extent, in this group you can see that there is already the presence of 23% of respondents with graduation. Finally, the respondents who said they consumed more than 5 times a week 55% finished 2nd grade, 27% said they graduate and 18% of them have graduate.

Figure 1 - Percentage breakdown of education in vegetable consumption frequency

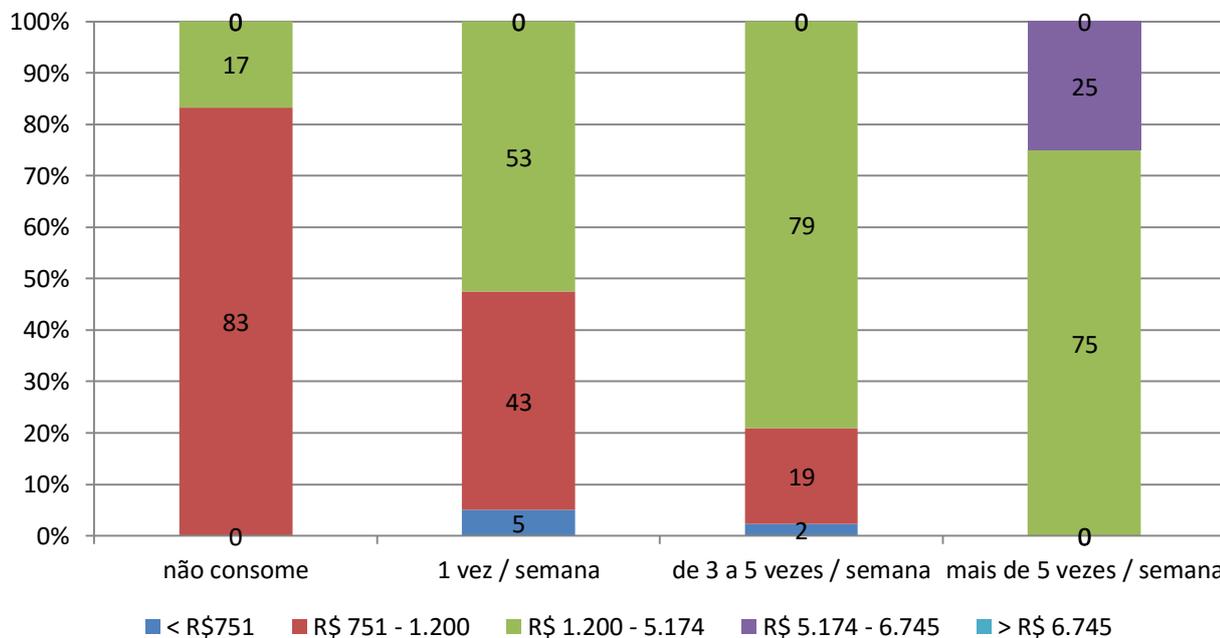


Analyzing these data we can say that the greater the degree of the person's education, more vegetables they consume. This may be linked to the knowledge and information obtained in the course of their life, how important the composition of a healthy diet is for people's health.

In Figure 2 you can see that for Itapetininga region and increasing family income is automatically reflected in higher consumption of vegetables. In Figure 2, 83% of respondents

who said they did not consume vegetables, have a monthly income between R\$ 751.00 and R\$ 1,200.00. Already those who consume 1 once a week and those who consume 3 to 5 times a week the majority (53% and 79% of respondents, respectively) have a monthly family income between R \$ 1,200.00 and 5,174.00. For respondents who have the habit of consuming more vegetables 5 times a week is observed that 75% have family income of around R \$ 1,200.00 and 5174.00 and the remaining 25% have family income above that amount. These results demonstrate that the higher the household income, the more they consume vegetables.

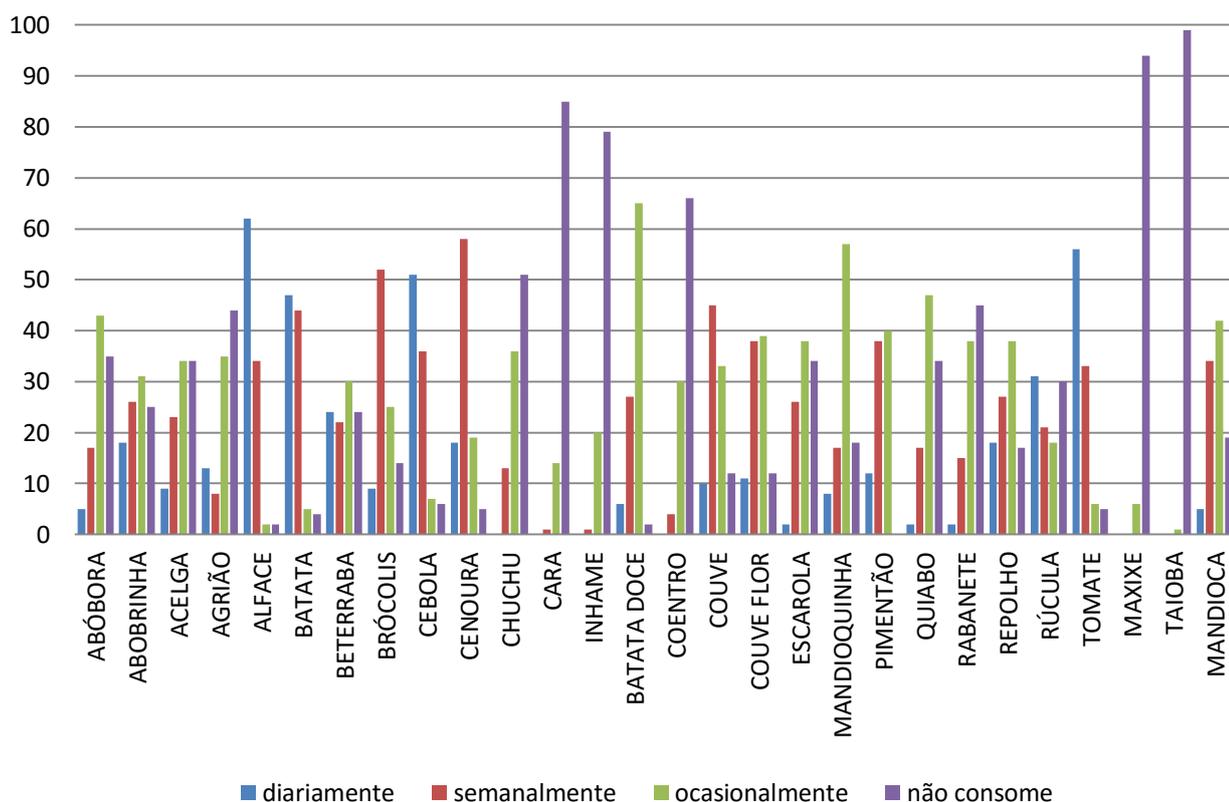
Figure 2 - Percentage breakdown of income in vegetable consumption frequency (Own elaboration, 2014)



As the habit of consumption, 75% of respondents said they consume as much raw vegetables as cooked ones and only 6% do not consume at all. Since the frequency of consumption was divided, 43% of respondents said they consumed vegetables 3-5 times per week and 40% consumes 1-2 times, only 11% consume more than 5 times a week.

Figure 3 is worth noting that lettuce, tomato and onion are the most consumed vegetables daily by respondents, so are foods that represent the habits and preferences of families. You can assign a high intake of these vegetables to factors such as relatively low cost, easy to prepare and is highly available to the consumer, ie is found in various sales points.

Figure 3 - Main vegetables consumed in Itapetininga and region (Elaborated, 2014)

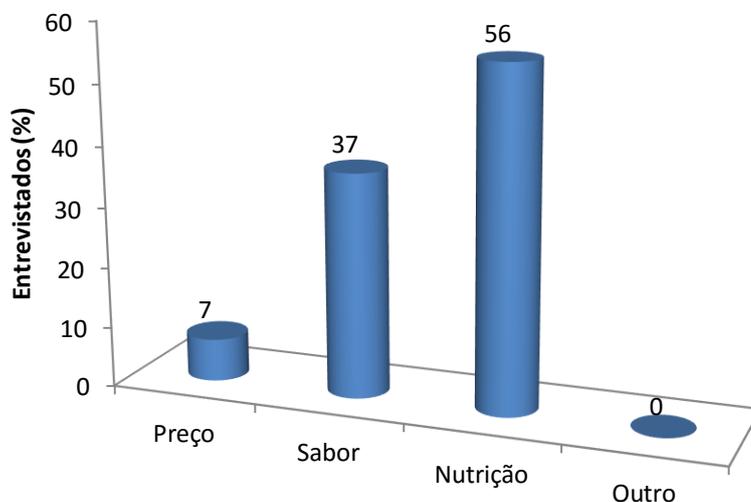


Analyzing the foods consumed weekly, the main were potato, broccoli, carrots, cabbage and peppers. Potato is not consumed daily, it is seen as the villain in the diet for being rich in carbohydrates, on the other hand, broccoli and carrot have been gaining ground in healthier dishes due to the publicity given to its nutritional composition.

Respondents also said they occasionally consume pumpkin, watercress, sweet potatoes, cassava and okra, these products are not always consumed due to high price or difficulty in preparation. It is also important to highlight the main products the respondents said they did not consume as Taioba, Maxixe, yam and Chinese yam, even saying they have never seen these vegetables. Unfortunately these products are being pushed aside by consumers, maybe because they are not practical in preparation, or even because they are not found on the market for sale.

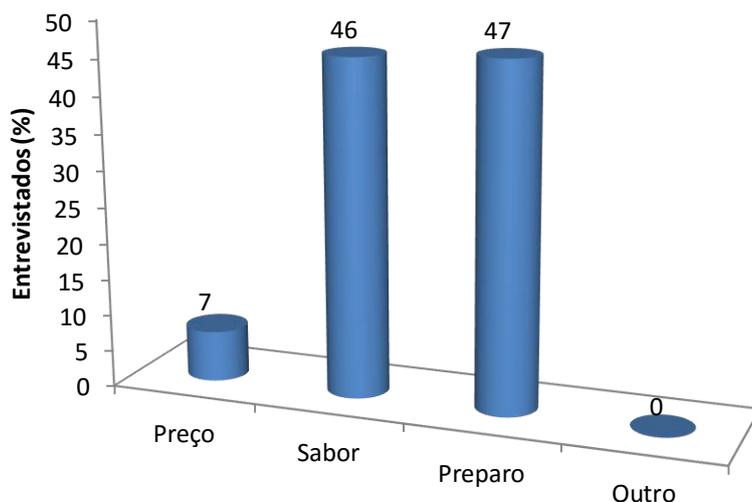
Campaigns and incentive programs to help the population to know the qualities and preparation of vegetables. The exhibition strategy repeated to different types of vegetables in childhood should be encouraged, so that the habit of consumption of these foods can be built together with the child's growth. The disclosure and guidance attractive recipes with vegetables the adult population can aid in fostering choice and consequently the consumption of these foods. Such strategies would approach the population's consumption reality besides encouraging the consumption of a greater variety of foods.

Figure 4 - factors that motivate the consumption of vegetables (Elaborated, 2014)



In Figure 1, it has been proposed that the level of education could affect the consumption of vegetables, as one who is unaware of the nutritional qualities might not be interested in consuming them. In Figure 4, one of the main reasons for consuming vegetables is precisely because they know that it is a healthy food, and 56% take into account this factor, the remaining 37% and 7% value the taste and price, respectively.

Figure 5 - Factors that discourage the consumption of vegetables (Elaborated, 2014)



Thinking of expanding the market, one must understand why the consumer chooses not to have vegetables on their table. In this context, it was observed in Figure 5 that 47% of respondents pointed to the preparation as the main cause for the lack of consumption. This finding is quite interesting because it shows that the market needs more easily available products, thereby minimally processed vegetables could be a way to add value and benefits to producers while filling daily diet more nutritious consumer products.

4 FINAL REMARKS

In this study it was found that most respondents consumed both raw as cooked vegetables, more than 3 times a week. It was also found that, as the level of education and household income increases, there is also an increase in vegetable consumption.

Lettuce, tomato and onion are the most consumed vegetables daily by respondents, followed by potatoes, broccoli, carrots, cabbage and peppers and the main reason that drives the consumption of vegetables is related to health and nutrition.

The biggest reason for not consuming this type of food refers to the preparation, this may be taken into consideration in the search for new markets, thus minimal processing stands out as a promising activity.

REFERENCES

ANVISA. **Resolução - CNNPA nº 12, de 1978**. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/legis/resol/12_78_hortalicas.htm>. Acesso em: 04 jun. 2013.

FILGUEIRA, F.A.R. **Manual de olericultura: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. 3ª ed. Viçosa: UFV, 2003.

IBGE. **Levantamento sistemático da produção agrícola**: pesquisa mensal de previsão e acompanhamento das safras agrícolas no ano civil. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. 130 p. v. 25, n. 3.

MARTINS, M.V. **Produção integrada de hortaliças no Brasil**. Brasil: MAPA, 2010. 41 p. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/camaras_setoriais/Hortalicas/24_reuniao/SDC.pdf>. Acesso em: 15 out. 2014.

MELO, P.C.T.; VILELA, N.J. Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças. In: 13ª REUNIÃO ORDINÁRIA DA CÂMARA SETORIAL DA CADEIA PRODUTIVA DE HORTALIÇAS / MAPA, 13., 2007, Brasília. **Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças**. Brasília: Mapa, 2007. p. 1 - 11.

MORAES, K. Hortaliças: conheça um guia para o cultivo de 50 espécie. Brasília: ANAPA (Associação Nacional dos Produtores de Alho), 2012. Disponível em: http://www.anapa.com.br/anapa2012/index.php?option=com_content&id=694:hortalicas-conheca-um-guia-para-o-cultivo-de-50-especie&catid=18:noticias-do-setor&Itemid=311. Acesso em: 17 out. 2014.

NOVAES, A.L. et al. Efeito do nível de escolaridade no consumo de carne bovina e hortaliças no Brasil. In: XLIV CONGRESSO DA SOBER, 2006, Fortaleza. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/5/764.pdf>. Acesso em: 15 out. 2014.

SEBRAE. **Consumidores de verduras e legumes valorizam a qualidade de vida**.

Disponível

em:<[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/E29FA8B8CA0523D2832578F400483642/\\$File/NT0004632E.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/E29FA8B8CA0523D2832578F400483642/$File/NT0004632E.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2013.

VARGAS, I.C.S. Avaliação de programa de prevenção de obesidade em adolescentes de escolas públicas. **Revista Saúde Pública**, Fev 2011, v.45, n.1, p.59-68.

A RELAÇÃO ENTRE MOTIVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL. ESTUDO DE CASO DAS EMPRESAS A E B DE SÃO SEBASTIÃO – SP

Nayanne Kelly Peixoto Silva

nayanne_litoralnorte@yahoo.com.br

Fatec São Sebastião - SP

Profª Ms. Marlette Cássia Oliveira Ferreira

Fatec São Sebastião e IF Caraguatatuba - SP

Janaina de Abreu Gaspar

Fatec São Sebastião - SP

RESUMO: Este trabalho tem como tema 'a motivação e a satisfação do funcionário no ambiente organizacional'. O objetivo é analisar se a motivação do funcionário pode provocar o envolvimento do mesmo com a organização para torná-la mais reconhecida e forte no mercado em que atua. A empresa pode verificar quais são as necessidades prioritárias para o funcionário para que nelas se possa investir, pois desta forma o gestor pode identificar se obtém um bom retorno para sua empresa. As metodologias empregadas são a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo que foi realizada por meio de questionário, aplicado na Empresa A que atua no ramo de energia elétrica e na Empresa B que atua no ramo de agenciamento marítimo e logística portuária, na cidade de São Sebastião. A Empresa B se destacou em seu modo de motivar utilizando estilo de 'motivação interiorizada' e o método do 'seja bom'. A Empresa A, com o estilo de 'barganha implícita', mostrou que necessita melhorar seus procedimentos. As empresas precisam realizar reuniões com todas as pessoas envolvidas desde o operacional até a administração. Estas devem ser ouvidas e as suas sugestões podem ser avaliadas e colocadas em prática para melhorar seus processos, o que pode satisfazer as necessidades dos funcionários e, com a sua motivação, possibilitar um maior desenvolvimento empresarial e tornar a empresa mais competitiva.

Palavras-chave: Funcionário. Necessidades. Satisfação.

1 INTRODUÇÃO

O mercado está cada vez mais competitivo e as empresas buscam o destaque para sobressair diante da concorrência e conquistar mais consumidores para seus produtos e serviços. Pensando em um dos aspectos que a empresa pode investir, foi escolhido o 'capital humano' para ser abordado nesta pesquisa. Este trabalho apresenta como tema 'a motivação e a satisfação do funcionário no ambiente organizacional'. Visa responder se o fator humano é peça-chave para um bom desenvolvimento empresarial.

Tem como justificativa o entendimento do que o colaborador pensa a respeito de seu próprio desenvolvimento, se compreende sua importância para a empresa ou se apenas cumpre sua função por obrigação. Pode-se observar a existência de uma possível carência de investimentos em recursos humanos na atualidade, e pessoas veem-se fadadas a trabalhar somente para sustentar-se, sem satisfação com seu trabalho ou motivação para ajudar a empresa a desenvolver-se.

O objetivo geral é analisar se a motivação do funcionário pode promover o envolvimento do mesmo com a organização para torná-la mais competitiva e forte no mercado em que atua. Dentro desta amplitude, tem como objetivo específico analisar se a satisfação do funcionário pode proporcionar um melhor desenvolvimento organizacional.

2 METODOLOGIA

Nesta pesquisa empregam-se as metodologias de levantamento bibliográfico e pesquisa de campo. A técnica de pesquisa aplicada foi a observação direta extensiva, por meio de questionário com perguntas tricotômicas, de múltipla escolha, assim como perguntas com mostruário e perguntas de estimação ou avaliação. E são utilizadas, na mesma pesquisa, medidas de opinião e atitudes. Os tipos de escalas escolhidos foram a 'Escala de Lickert' e 'Escala Ordinal'. Aplicou-se o questionário em empresas da cidade de São Sebastião. A empresa A do ramo de engenharia elétrica e a Empresa B da área de agenciamento marítimo e logística portuária.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na avaliação da dimensão pessoal fala-se do grau de satisfação que cada pessoa tem para determinado aspecto abordado. Quando se busca satisfazer a carência do indivíduo, para surgir uma necessidade superior, é preciso que uma necessidade inferior esteja satisfeita (MASLOW apud MINICUCI, 2008). De acordo com a pesquisa, o grau de satisfação de questões como moradia, transporte, padrão de vida, situação financeira, patrimônio, alimentação e educação da Empresa A teve uma média de escolhas equivalentes ao número 7, e sendo a escala de 1 a 10, pode ser considerado médio/alto, mas que pode aumentar. Para melhorar, a empresa poder avaliar o desempenho dos colaboradores e se estiver dentro de seu orçamento, pode aumentar o salário ou benefícios. Dessa maneira, o indivíduo

umenta seu poder aquisitivo e, pode melhorar o nível relacionado a tais questões, possibilitando atender a uma necessidade superior. A Empresa B obteve médias entre 8 e 9, ou seja, nível alto, para algumas questões, porém obteve um nível entre 3 e 5 considerado nível baixo/médio para o quesito moradia. O nível 6 (nível médio) pode ser observado no quesito situação financeira. O que mostra que algumas necessidades estão satisfeitas e a questão financeira e de moradia precisam ser melhoradas. A empresa pode utilizar-se de aumento de salário e benefícios e implementar um plano de carreira, dentro de suas condições para aumentar o poder de consumo do colaborador, fazendo com que ele possa atender a essas necessidades.

Nas questões referentes à dimensão social, foi aplicada a teoria de Kanaane (2008) que sugere a existência de condições facilitadoras que implicam no bem-estar do colaborador e representam a qualidade de vida. Condições com relação ao que o indivíduo busca como pessoa, como profissional e como ser social. A qualidade de vida se refere à satisfação das necessidades de um indivíduo segundo Hackman & Suttle (apud KANAANE, 2008), e esta qualidade afeta suas atitudes pessoais e comportamentais, a criatividade, vontade de inovar, capacidade de adaptar-se às mudanças no ambiente em que trabalha e seu grau de motivação interno para trabalhar. Seriam esses fatores fundamentais para alcançar a produtividade. No questionário, as empresas tiveram de responder quanto aos seus níveis sociais e de cultura com opções como ótimo, bom, razoável, ruim e péssimo. Na empresa A 50% dos entrevistados responderam bom para o nível e convívio social e 67% para o nível cultural, enquanto que na empresa B a maioria das pessoas classificou o nível bom para todas as questões. Sendo assim, as empresas podem oferecer confraternizações, palestras e oferecer visitas técnicas a seus funcionários, aumentando o nível cultural e de integração entre eles.

Na avaliação da dimensão do envolvimento com a organização foram utilizadas as abordagens psicológica e organizacional. A importância de a empresa ter objetivos claros e definidos foi estudada sob uma abordagem organizacional por Davis e Newstrom (2004b). Os autores enfatizam que quando os funcionários sabem de seus objetivos, eles se apoiam mutuamente e contribuem entusiasticamente para a tarefa a ser desenvolvida. Realizam trabalho em equipe, tornando o ambiente harmônico. Sob uma abordagem psicológica, os autores salientam que o colaborador se envolve em seu cargo, investe tempo e energia e, dessa maneira, encara o trabalho como parte central de sua vida. Então, atitudes negativas por parte dos funcionários são a frequente causa da deterioração das condições de uma organização.

Observando os resultados da pesquisa, sob a questão organizacional notou-se que a empresa A obteve 83% de concordância total no que diz respeito aos funcionários de todos os setores serem muito importantes para o desenvolvimento da empresa. Depois, foi

perguntado se tinham liberdade de expressar ideias e sugerir novos procedimentos, e a questão ficou dividida entre concordo totalmente, concordo em parte e indeciso. Questionados se a pessoa tem como crescer na empresa e se há um plano de carreira na organização, 50% dos entrevistados ficaram indecisos. Quando opinaram quanto ao indivíduo ter liberdade para tomar decisões, 33% ficaram indecisos, e os empataram com 17% nos demais quesitos. Perguntados se a pessoa executa tarefas rotineiras, 50% concordam em parte. Já para a questão que aborda se o funcionário dispõe de todo o material que necessita para executar suas tarefas, todos responderam concordar totalmente. Na que afirma que o colaborador está sobrecarregado, desempenhando muitas funções e sendo sempre cobrado, 33% dos entrevistados concordaram totalmente. E na última questão foi indagado se recebiam incentivos, elogios e se eram reconhecidos quando desempenhavam bem o trabalho e as respostas mais significativas foram 33% concordo totalmente e 33% concordo em parte.

Pode-se observar, que na empresa A, as opiniões ficaram divididas entre as opções dadas, e a única questão que obteve 100% de concordância foi a de 'ter todo o material que necessita para executar as tarefas', o que denota falta de harmonia no ambiente organizacional. A empresa pode realizar palestras para salientar a importância do colaborador, reeducar a administração para ouvir mais seus funcionários, incentivar as pessoas a fazerem cursos especializados, realizar um plano de carreira e talvez reconhecer mais o trabalho de cada indivíduo para que eles se sintam valorizados. Na empresa B os índices mais relevantes foram: 78% concordaram totalmente que todos os funcionários são importantes; 89% concordaram totalmente que tinham liberdade para expressar suas ideias; 44% concordaram totalmente e 44% concordaram em parte com relação à oportunidade de subir de cargo; 56% ficaram com a opção concordo em parte para a opção de ter liberdade para tomar decisões importantes sem ficar perguntando ao supervisor cada tarefa a ser executada; 56% concordam em parte em executar tarefas rotineiras; 89% concordam totalmente em ter todo o material que lhes é necessário; 56% discordaram em parte sobre estarem sobrecarregados e sendo cobrados; e, finalmente, 89% alegaram receber incentivos e elogios quando desempenham bem seu trabalho. Conclui-se, então, que a administração dá liberdade de expressão e responsabilidade para seus funcionários, elogia com frequência e torna o colaborador mais consciente de sua importância, porém alguns alegaram realizar tarefas rotineiras, o que a empresa pode melhorar perguntando a seus empregados como otimizar seu processo de trabalho para não deixá-lo cansativo e rotineiro.

Sob uma abordagem psicológica a empresa A obteve como índices mais relevantes os seguintes resultados: 67% responderam concordar em parte em não trazer os problemas pessoais para o serviço; 33% das pessoas concordaram em parte e 33% ficaram indecisos sobre o trabalho ser desafiador e estimulante; 33% afirmam concordar em parte em se sentir estressados, enquanto outros 33% discordam em parte; 100% afirmaram concordar

totalmente em ter um bom relacionamento com os colegas de trabalho; as opiniões ficaram divididas a respeito do gerente/supervisor dar apoio no trabalho com 33% para concordo totalmente, concordo em parte e indecisos 67% concordaram totalmente em receber apoio dos colegas de trabalho; e, 50% responderam concordar em parte trabalhar para pagar as contas. Logo, notou-se que, na empresa A, as opiniões permanecem divididas, tendo 100% de concordância total no bom relacionamento com colegas de trabalho. A empresa deve mostrar qual a importância da função que o colaborador realiza para que se torne um trabalho estimulante. Com relação ao estresse, sentir-se um pouco estressado é necessário, com as reuniões, sondar o que pode ser feito para reduzir esta carga de percepção negativa. 50% concordam em parte trabalhar para pagar as contas, no entanto, as pessoas devem trabalhar não só para conseguir pagar contas, mas para elevar a autoestima e ter valorização pessoal.

A empresa B, obteve como índices mais relevantes os seguintes percentuais: 56% concordam totalmente em trabalhar bem dispostos e não levar problemas pessoais para o serviço; 56% concordam em parte e 44% concordam totalmente que seu trabalho é desafiador e estimulante; 56% concordam em parte em estar um pouco estressados no trabalho; 100% afirmaram concordar totalmente em ter um bom relacionamento com os colegas de trabalho; 89% concordaram totalmente no que diz respeito ao gerente dar apoio no trabalho; 89% concordam totalmente em receber apoio dos colegas de trabalho; e, finalmente, 56% concordaram totalmente na afirmação de trabalhar para conseguir pagar as contas. Deste modo, a Empresa B obteve respostas positivas para a maioria das questões, o que mostra um maior envolvimento entre colaborador e organização, e, assim como a empresa A, somente precisa melhorar a questão de se trabalhar para conseguir pagar as contas. Sendo assim, as empresas podem salientar a valorização que deve ser dada ao colaborador e lembrá-lo que precisa buscar realizar sua outra necessidade: realizar-se pessoalmente.

Quanto à dimensão da satisfação no trabalho, as condições quanto ao alcance daquilo que o colaborador busca como pessoa, como profissional e como ser social, implicam no bem estar do funcionário e representam a qualidade de vida (KANAANE, 2008). Quando se fala em atitude, geralmente se refere à satisfação no trabalho, como um sentimento positivo em relação ao trabalho exercido (ROBBINS, 2005). Os que tem trabalhos interessantes, que fornecem treinamento, variedade, independência e controle, satisfazem mais os funcionários; dentro de cada ser existe uma hierarquia de necessidades a ser atendida, fisiológica, de segurança, necessidade social, de estima e de auto-realização. (MASLOW apud ROBBINS, 2005),

Em entrevista, a empresa A informou que, as maiores justificativas pelas quais os funcionários trabalham é para conseguir alimentação e realização pessoal, seguidas de segurança. Com relação à saúde, 50% alegaram estar razoáveis para estado físico, 50% bons para o estado mental e 83% bons para o emocional. Em relação à segurança no emprego,

100% afirmaram sentir-se seguros. Em termos de realização profissional com o trabalho que executam, 50% está mais ou menos realizado. Os principais fatores que mais os motivam a trabalhar são: integração com a equipe de trabalho, salário somado a benefícios e gostar do que faz com 100%, 67% e 50%, respectivamente. Foi questionado se estavam satisfeitos com seus cargos e 50% responderam que sim enquanto 33% responderam que estão mais ou menos satisfeitos. Na abordagem do assunto, realização profissional, as opiniões se dividiram entre sempre tem um sentimento de realização profissional com 33%, quase sempre com 33% e, por fim, raramente com 33%. Questionou-se se os funcionários estavam satisfeitos com o salário atual, 50% respondeu que sim e 50% respondeu que estava mais ou menos satisfeito.

Pode-se perceber pelas respostas dadas que, na Empresa A, a teoria de Maslow (apud ROBBINS, 2005) se manifesta, pois a maioria respondeu que trabalha para conseguir alimentação e segurança, porém houve quem respondesse trabalhar para conseguir realização pessoal. Este último se dá devido à pessoa já ter conseguido alcançar algum nível da hierarquia que o antecede. Com relação à saúde, os níveis se encontram entre razoável e bom, o que pode ser trabalhado pela empresa, como investir em um plano de saúde e acompanhamento médico para os funcionários. Assim, este nível pode subir para ótimo. Os colaboradores responderam ter uma excelente integração com a equipe de trabalho como fator que os motiva a trabalhar, porém alguns afirmaram ter raramente uma sensação de realização profissional, além de cinquenta por cento alegar estar mais ou menos satisfeitos com a remuneração salarial. A empresa deve estar atenta em saber se as pessoas têm algum objetivo dentro da empresa ou se somente trabalham por não conseguir outro tipo de emprego, pois este é um assunto que diz respeito à realização profissional. Alguns empregados fizeram outros tipos de curso, têm em seu currículo características que pendem para uma profissão que é totalmente diferente da que exercem. Atenção quanto à pretensão salarial no momento da entrevista pode ser uma alternativa, pois essa medida evita futuras frustrações financeiras.

Já a empresa B demonstrou relevância nas seguintes respostas: 78% na questão que afirma que os funcionários trabalham para conseguir alimentação, segurança com 56% e realização pessoal com 44%; o estado físico foi avaliado com 78% para bom, o estado mental com 67% e 44% para ótimo, empatados com 44% de bom para o estado emocional; 67% se sentem seguros na empresa; 33% se sentem realizados profissionalmente. Os principais motivos que os motivam a trabalhar são oportunidade de crescimento com 67%, gostar do que faz com 44% e salário somado a benefícios com 44%; 89% estão satisfeitos com seus cargos; para 56% o trabalho quase sempre oferece um sentimento de realização profissional e, 56% estão satisfeitos com seus salários.

Na empresa B, a teoria de Maslow se mostra presente, estando alimentação e segurança como os primeiros motivos para trabalharem, ou seja, há a satisfação dos níveis

fisiológicos e de segurança como prioridade. Diferente da empresa A, o estado físico varia de bom para ótimo. Esta avaliação pode se dar devido a esta empresa proporcionar um plano de saúde para seus funcionários e suas famílias. A maioria sente-se seguro e realizado profissionalmente. Nesta empresa os funcionários destacam a oportunidade de crescimento e salário somado a benefícios como motivos para trabalhar, diferenciando-se do cenário da outra empresa.

Em relação à dimensão da motivação observou-se que o trabalho está perdendo a referência de autoestima na vida das pessoas, como comenta Bergamini (2006), a autora salienta que tudo o que foi discutido a respeito de motivação deve ser revisto. Muitas pessoas aceitam qualquer opção de trabalho para sobreviver. As pessoas se sentem ansiosas e com medo de perderem seus empregos para as máquinas e a tecnologia. O desafio das empresas é ajudar as pessoas e prepara-las para enfrentar tais ameaças. Um colaborador pode ter todas as qualidades para desempenhar um cargo, pode ter um ambiente de trabalho favorável e ter as ferramentas que necessita, porém nada disto garante que o mesmo irá executar sua tarefa com prazer, explana Minicucci (2008).

Na análise da dimensão motivacional, a empresa A mostra, que 67% dos funcionários acham que sua remuneração está mais ou menos adequada ao trabalho que executam. 67% das pessoas se sentem mais ou menos valorizadas pela empresa. Pode-se observar que os três fatores que mais geram insatisfação no trabalho são: o relacionamento com a chefia, a sobrecarga de trabalho e a impossibilidade de crescimento profissional. Perguntou-se quais as duas principais razões pelas quais os colaboradores trabalhavam na empresa e as principais respostas foram salário somado a benefícios e opções de salário, o trabalho que realize, ambiente de trabalho e as chances de progresso profissional.

Ao estudar os dados, pode-se verificar que, na empresa A os funcionários estão insatisfeitos com os tópicos abordados, razões que auxiliam na falta de motivação e pode prejudicar o desempenho organizacional da empresa. O estilo motivacional utilizado pela empresa é o de barganha implícita, no qual a administração faz uma troca de um razoável volume de trabalho por uma supervisão menos acirrada. Se o indivíduo trabalha mais, pode ter alguns privilégios. O que motiva as pessoas é a promessa de que o acordo não será quebrado. Este estilo tem suas restrições, pois os funcionários sentem-se fadados a trabalhar para não serem cobrados demais, mas existe o receio desta quebra de promessa. Em contrapartida, os supervisores muitas vezes não exercem direito sua função, pois precisam avaliar como está o desempenho dos empregados, o que pode gerar futuramente um retrabalho, perda de tempo e frustrações para todos, diminuindo ainda mais a motivação.

Para a empresa B, existe uma posição mais positiva com 78% afirmando que sua remuneração está adequada ao trabalho que realiza, 89% declaram ser valorizados pela empresa. Houve uma porcentagem muito baixa de fatores que geram insatisfação, sendo que

a primeira razão obteve 22% das escolhas sendo impossibilidade de crescimento profissional, e obteve-se 11% para as opções falta de reconhecimento, falta de segurança no emprego, falta de treinamento e salário. Das razões pelas quais trabalham na empresa, 33% se dividiram entre benefícios oferecidos pela empresa, trabalho que realizo e prestígio da empresa.

Na empresa B, os funcionários acreditam que sua remuneração está adequada ao trabalho que fazem, sentem-se valorizados pela empresa, o grau de insatisfação é baixo e os fatores que os motivam são o prestígio que a empresa tem, os benefícios e o trabalho em si, seguidos de relacionamento com a chefia, salário e estabilidade no emprego. Acredita-se pela análise das respostas que estes funcionários estão mais motivados a trabalhar. O estilo de motivação utilizado pela empresa é uma mistura de dois tipos, que são motivação interiorizada, abordagem que procura proporcionar oportunidades de satisfação de necessidades por meio do trabalho em si, interiorizando a motivação de uma forma em que os funcionários apreciem fazer um bom trabalho e o estilo seja bom, no qual as empresas procuram elevar a moral das pessoas, proporcionam supervisão justa, benefícios, boas condições de trabalho e salários elevados. As empresas exercitam as duas maneiras de 'ser bom': o paternalismo que promove a ideia de que se a administração é boa, os funcionários irão trabalhar de forma eficiente, o que é caracterizado pela resposta de bom relacionamento com a chefia, e o da administração higiênica que sustenta que os benefícios produzem funcionários satisfeitos e estes, por sua vez, trabalham melhor.

Avaliando a dimensão do treinamento, as empresas bem sucedidas investem intensamente em treinamento para conseguir retorno, afirma Chiavenato (2010). Para essas organizações, treinamento não é visto como despesa, mas como um investimento, tanto para a empresa, quanto para as pessoas que nela trabalham. E isso traz benefício para os clientes. Uma equipe bem preparada consegue manter um nível alto de produtividade e, segundo Tachizawa (2006), o fator humano influencia, de maneira decisiva, no desenvolvimento ou na deterioração da organização. Os objetivos do treinamento são: preparar os funcionários para a execução imediata das tarefas pertinentes à organização, permitir o desenvolvimento pessoal no cargo ocupado atualmente ou outros que a pessoa possa vir a ocupar. O treinamento dá a oportunidade de mudar atitudes, gerando entre os funcionários um clima mais satisfatório, aumentando a motivação e tornando-os receptivos para as técnicas de gestão.

No questionário, na questão pertinente ao treinamento 33% responderam que raramente a empresa investe em treinamento, 17% responderam sempre, 17% responderam quase sempre, 17% disseram que nunca e outros 17% disseram não ter opinião. Ao observar os dados, é possível concluir que a empresa A oferece treinamento para alguns funcionários e não para todos, o que deveria ser revisado. O ideal seria que, assim que ingressasse na

empresa, o funcionário recebesse treinamento para ter conhecimento de suas atribuições. Na empresa B 56% responderam que a empresa sempre investe em treinamento, 22% disseram que quase sempre e 22% disseram que raramente investem. Na empresa B o cenário é mais positivo, porém, com as declarações de que raramente ocorre treinamento, é necessário que a empresa forneça treinamentos periódicos para todas as funções.

4 CONCLUSÕES

Pode-se concluir que, para melhorar processos e conseqüentemente obter maiores lucros, devem ser realizadas reuniões nas quais todas as pessoas envolvidas na empresa, sejam do operacional ou da administração, possam ser ouvidas e suas sugestões avaliadas e se boas, colocadas em prática. Tal atitude pode satisfazer as necessidades dos funcionários e, com a sua motivação, possibilitar um maior desenvolvimento empresarial tornando a empresa mais competitiva. Constatou-se que quanto maior a motivação, maior o envolvimento com a organização, o que torna a empresa B reconhecida e vista como referência na cidade de São Sebastião. O que não ocorre ainda com a Empresa A que deve avaliar o desempenho dos seus funcionários e, se estiver dentro de seu orçamento, aumentar o salário ou alguns benefícios e criar um plano de carreira para incentivar seu funcionário a crescer e permanecer na empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. Fator Humano: Motivação: Uma viagem ao centro do conceito. **Revista de Administração de Empresas - RAE Executivo**. São Paulo, vol. 1, n. 2, p. 63 a 67, nov. 2002 a jan. 2003. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/1716.pdf>. Acesso em: 10.09.2012.

CARPINETTI, Luiz C. R.; MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick; GEROLAMO, Mateus Cecílio. **Gestão da Qualidade ISO 9001:2008: princípios e requisitos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CARVALHO, Marly Monteiro de; PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: Teorias e Casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando Pessoas. Gestão de Pessoas.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento humano no trabalho:** Uma abordagem psicológica. Vol. I – 4. reimp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004a.

_____. **Comportamento humano no trabalho:** Uma abordagem organizacional. Vol. II – 3. reimp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004b.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações:** o homem rumo ao século XXI. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MINICUCCI, Agostinho. **Psicologia aplicada à administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão Da Qualidade Teoria E Prática.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional.** 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

_____.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. **Comportamento Organizacional.** 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

TACHIZAWA, Takeshi. et al., **Gestão com pessoas:** Uma abordagem aplicada às estratégias de negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

Adriana Botelho Taliarine

dritaliarine@hotmail.com

Darci de Jesus Ramos

Prof. MSc. José Ricardo Favoretto

Fatec Itapetininga - SP

RESUMO: O aumento da demanda mundial por alimentos e a redução das áreas agriculturáveis faz do Brasil um dos maiores fornecedores mundiais de alimentos, o que proporciona destaque ao agronegócio na economia brasileira. Ainda assim, o setor agropecuário brasileiro apresenta um sistema de gestão deficiente. Dessa forma, objetiva-se analisar a importância da moderna gestão para o agronegócio brasileiro e mostrar para o agropecuarista que uma boa gestão pode fortalecer e expandir suas atividades. Ao contrário de empresas de outros setores da economia, que independente do seu tamanho ou área de atuação possuem grande preocupação com sua gestão, o setor agropecuário não tem como característica usual o cuidado necessário com a gestão de suas atividades. Pode-se observar que apesar do considerável avanço tecnológico, ainda existem muitas empresas rurais, pequenas, médias e grandes propriedades, que movimentam milhões de reais por ano e sequer apresentam um planejamento de suas atividades. É indispensável que o empresário rural tome conhecimento da importância do seu papel no cenário nacional e mundial e que busque incessantemente o aprimoramento de suas técnicas de produção e de gestão administrativo-financeira da sua empresa.

Palavras-chave: Administração. Agropecuário. Planejamento. Tecnologia.

1 INTRODUÇÃO

Em virtude da grande e crescente demanda mundial por alimentos e da redução das áreas agriculturáveis ao redor do mundo, o Brasil se consolida como um dos grandes fornecedores mundiais de alimentos, assumindo assim grande responsabilidade com o futuro da humanidade. Nesse mesmo enfoque, o agronegócio torna-se um dos setores de maior importância na economia brasileira e vêm movimentado milhões de reais em recursos, gerando milhares de empregos diretos e indiretos e transformando o país em um grande celeiro agropecuário. Mesmo com toda essa significância, o setor agropecuário brasileiro ainda apresenta um sistema de gestão deficiente, tanto pelos próprios produtores e

pecuaristas, quanto por parte dos órgãos governamentais envolvidos, tornando-o menos competitivo no cenário mundial. Esse breve estudo teve como objetivo analisar a importância da moderna gestão para o agronegócio brasileiro e mostrar para o agropecuarista que com uma boa gestão é possível não somente permanecer, mas também se fortalecer e expandir as suas atividades, independente do seu ramo de atuação. Foi realizada uma revisão bibliográfica abordando o setor agropecuário brasileiro, sua composição, bem como a importância do planejamento estratégico para o setor.

2 O SETOR AGROPECUÁRIO BRASILEIRO

O setor agropecuário brasileiro é composto por muitos pequenos e médios produtores, e por poucas propriedades de grande porte (Tabela 1), propriedades essas que pertencem a grandes grupos financeiros, geralmente constituídos por investidores estrangeiros. Um fato muito comum observado no Brasil é a administração das propriedades de pequeno e médio porte, realizada pelos próprios proprietários, que muitas vezes herdaram as terras e não aderiram às novas técnicas de gestão e planejamento na forma de administrá-las.

Tabela 1 - Composição do setor agropecuário brasileiro.

Classe	Número de Imóveis	%	Área (milhões ha)	%
Grande Propriedade	139.829	2,8	375,0	60,2
Média Propriedade	368.326	7,5	108,5	17,4
Pequena Propriedade	1.280.371	26,0	81,6	13,1
Minifúndio	3.045.883	61,8	42,6	6,8
Não Classificado (*)	97.199	2,0	11,9	1,9
Não Classificado – Projeto Técnico (**)	116	0,0	3,8	0,6
Total	4.931.724	100,0	623,4	100,0

(*) Imóveis Rurais que não possuem informações de área explorável ou com informações entre os Formulários Dados sobre Estrutura e Dados sobre o Uso

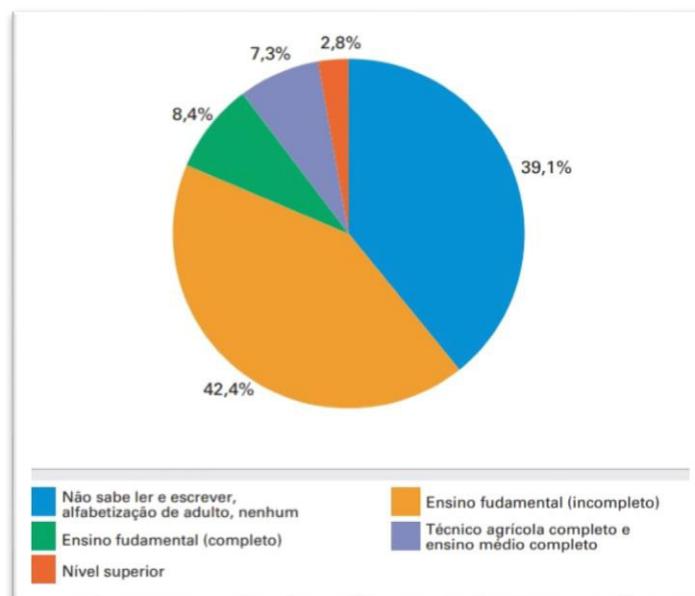
(**) Imóveis Rurais não classificados com declaração de projeto técnico, de acordo com o Art. 7 da Lei n. 8629/1993

Fonte: Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais, 2011.

Ainda que o produtor não possua um grau de escolaridade elevado, não significa necessariamente que ele apresentará uma baixa capacidade operacional, entretanto, um baixo nível de escolaridade dificilmente proporcionará uma boa capacidade de gestão. O Censo Agropecuário 2006, publicado em 2009, revela o baixo nível de escolaridade dos produtores brasileiros, situação essa que pode ser apontada como o principal fator responsável pela deficiente gestão nas empresas rurais brasileiras.

Conforme o gráfico 1, aproximadamente 40% dos produtores brasileiros não sabem ler e escrever e não possuem nenhuma alfabetização. Uma parcela de 8,4% possui Ensino Fundamental Completo, enquanto 42,4 % não o concluíram. No Ensino Técnico Agrícola completo e no Ensino Médio Completo encontramos uma parcela de 7,3%. Se tratando de Nível Superior, somente 2,8% dos produtores rurais declararam possuir um curso universitário.

Gráfico 1 – Percentual dos produtores rurais brasileiros por grau de instrução. (Fonte: IBGE, Censo Agropecuário, 2006).



Apesar do grande avanço tecnológico, é comum nos dias de hoje a utilização dos famosos “caderninhos” para anotação manual sobre as movimentações de produção e previsões. Nesse caso, o produtor rural mede o desempenho financeiro de sua propriedade pelo aumento das suas instalações e maquinários, ou simplesmente, pelo seu saldo bancário ou até mesmo pela aquisição de um carro novo (PROCÓPIO, 1997).

Normalmente essas aquisições agravam a situação financeira do produtor, pois sem saber o quanto de fato custou a sua produção e qual foi a respectiva margem de lucro com a sua venda, é impossível analisar se foi possível alcançar um resultado positivo naquele período produtivo.

Outro comportamento corriqueiro percebido nos produtores é a realização de seguidos financiamentos em Bancos Públicos e/ou Privados para compor o seu capital de giro, aumentando assim o seu endividamento. É fato comum o produtor emprestar capital de um financiamento e usá-lo para a aquisição de uma *pick-up* nova, recém-lançada no mercado ou a construção de uma casa luxuosa na cidade (PROCÓPIO, 1997).

Além dessas limitações, a falta de gestão também atinge o produtor rural em atividades básicas, como por exemplo, na escolha da cultura, da época ou da área de plantio; ou então na raça de animal a criar, o tamanho do plantel ou a época de reprodução. Decisões essas que tomadas sem o devido planejamento, aumenta de forma significativa os riscos da operação.

3 A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

De acordo com Duarte (2002), o Planejamento Estratégico vem sendo utilizado desde a Revolução Industrial e diante deste fato, estudos na área de gestão de negócios estão contribuindo para o sucesso de micro e médias empresas. Assim a justificativa deste artigo está fundamentada em demonstrar para o produtor como o Planejamento Estratégico faz diferença no que diz respeito à ampliação da capacidade produtiva futura e redução nos custos da propriedade rural.

Barros (2012) afirma que diante deste mecanismo de gestão, as empresas conseguem atingir um grau de maturidade, alcançando um crescimento econômico e financeiro. O planejar é uma função administrativa e por isso tem como objetivo alcançar resultados através de processos estratégicos, táticos e operacionais.

O planejamento estratégico, ainda explica Barros (2012), abrange análises tanto do Ambiente Externo quanto do Ambiente Organizacional. No Ambiente Externo, as oportunidades e ameaças são fatores que podem ser aproveitados ou evitados. Já, a análise do Ambiente Organizacional permite que o produtor conheça as forças e as fraquezas da sua empresa, com foco, por exemplo, nos produtos, nos recursos financeiros, no relacionamento com fornecedores e clientes, no prazo de entrega, na produtividade, na

época e tipo de comercialização, na demanda, na produtividade, na concorrência direta e indireta, entre outras.

Com base nos dados fornecidos tanto pelo planejamento estratégico quanto pela contabilidade de sua empresa rural, o produtor pode se programar no que diz respeito às ações que vai tomar em determinada safra ou ano, ou ainda nos próximos anos, de forma clara, eficiente e mais próxima do sucesso. Minimizando assim os riscos que sua atividade oferece (PEREIRA; NAGANO, 2002).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na revisão de literatura realizada é incontestável a vocação que o nosso país possui para o agronegócio e a importância que essa atividade representa para o Brasil e para o mundo.

Assim sendo, é necessário que o nosso país possua um setor agropecuário eficiente, dinâmico e fortalecido, que cada empresa agropecuária atinja a sua excelência, desde a produção até a comercialização de seus produtos.

Tal patamar somente será atingido por meio da implantação de adequados processos de gestão e de um eficiente planejamento estratégico dentro das propriedades rurais do nosso país, sendo substancial que os órgãos governamentais ofereçam suporte aos produtores por meio de subsídios para que seja possível alcançar o grau de informação e conhecimento necessários para tal fortalecimento, com o oferecimento de cursos, assessorias e ampliação do número de instituições de ensino voltadas para o agronegócio, o agropecuarista e a gestão de negócios. A utilização do planejamento para a tomada de decisões e a prevenção são chaves para o sucesso.

REFERÊNCIAS

BARROS, A.M. **Gerenciamento da produção visando o crescimento da propriedade rural**. Disponível em: <<http://rehagro.com.br/plus/modulos/noticias/imprimir.php?cdnoticia=2373>> Acesso em 04 de Abril de 2012.

DUARTE, F. **Planejamento Estratégico**: uma contribuição para análise de resultados de implantação da média indústria, 2002. 95f. Tese (Curso de Pós-Graduação) – Programa de

Pós-Graduação em Administração de Empresas, Departamento ECA, Universidade de Taubaté 2002. Disponível em:
<http://www.ppga.com.br/mestrado/2002/duarte_fabio_soares.pdf>. Acesso em: 27 maio 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agrário retratado pelo Censo Agropecuário, 2006**. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/brasil_2006/colmentarios.pdf>. Acesso em: 28 maio 2012.

PEREIRA, E.; NAGANO, M. Gestão Estratégica de Custos. In: SCHMIDT, Paulo (Org.). **Controladoria: agregando valor para a empresa**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

PROCÓPIO, A. **A Utilização de Modelos Decisórios Contábeis pelo Pequeno e Médio Produtor Rural – Um Estudo na região de Ribeirão Preto**. 1997. 75f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado em Contabilidade. Universidade de São Paulo, Ano 1997. Disponível em: <200.131.250.22/revistadae/index.php/ora/article/download/140/1371> . Acesso em 01 de Junho de 2012

Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais. **Perfil do Agronegócio Brasileiro, Setembro/2011**. Disponível em:
<http://www.agricultura.mg.gov.br/files/perfil/perfil_brasil.pdf> . Acesso em 02 de Fevereiro de 2014

THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT IN BRAZILIAN AGRIBUSINESS

Adriana Botelho Taliarine

dritaliarine@hotmail.com

Darci de Jesus Ramos

Prof. MSc. José Ricardo Favoretto

TRANSLATION: Profa. Gilcéia Goularte de Oliveira Garcia

Fatec Itapetininga - SP

ABSTRACT: The increasing global demand for food and the reduction of agricultural areas makes Brazil one of the largest suppliers of food, which gives prominence to agribusiness in the Brazilian economy. Still, Brazilian agricultural sector has a poor management system. Thus, the objective is to analyze the importance of modern management for Brazilian agribusiness and show farmers that good management can strengthen and expand their activities. Unlike other sectors of economy companies, which regardless of its size or area of expertise have great concern with their management, the agricultural sector has as usual feature the necessary of care to the management of its activities. It can be observed that despite the considerable technological advances, there are still many rural enterprises, small, medium and large farms, which handle millions of reais per year and even have a plan of their activities. It is essential that the rural entrepreneur becomes aware of the importance of their role in the national and world stage and constantly seek to improve its production techniques and the administrative and financial management of their company.

Keywords: Administration. Agriculture. Planning. Technology.

1 INTRODUCTION

Given the large and growing global demand for food and the reduction of agricultural areas around the world, Brazil has established itself as a major world food suppliers, thus assuming great responsibility for the future of humanity. That same approach, agribusiness becomes one of the most important sectors in the Brazilian economy and have moved millions of real resources, generating thousands of direct and indirect jobs and turning the country into a large barn farming. Even with all this significance, the Brazilian agricultural sector still has a poor management system, both by the producers themselves and ranchers, as by the government

agencies involved, making it less competitive on the world stage. This brief study aimed to analyze the importance of modern management for Brazilian agribusiness and show the agropecuarista that with good management can not only stay but also to strengthen and expand its activities, regardless of their field of expertise. A literature review was carried out covering the Brazilian agricultural sector, its composition, and the importance of strategic planning for the sector.

2 BRAZILIAN AGRICULTURAL SECTOR

The Brazilian agricultural sector consists of many small and medium producers, and few large properties (Table 1), these properties that belong to large financial groups, usually made up by foreign investors. A very common fact observed in Brazil is the management of small and medium-sized properties held by the owners, who often inherited the land and did not adhere to the new techniques of management and planning in order to manage them.

Table 1 - Composition of the Brazilian agricultural sector

Class	Number of Properties	%	Area (millions ha)	%
Great Property	139.829	2,8	375,0	60,2
Average Property	368.326	7,5	108,5	17,4
Small Property	1.280.371	26,0	81,6	13,1
Ranches	3.045.883	61,8	42,6	6,8
Not Rated (*)	97.199	2,0	11,9	1,9
Not Rated - Technical Project (**)	116	0,0	3,8	0,6
Total	4.931.724	100,0	623,4	100,0

(*) Rural Properties that do not have exploitable area information or information between the Forms Data on Structure and Data on the Use

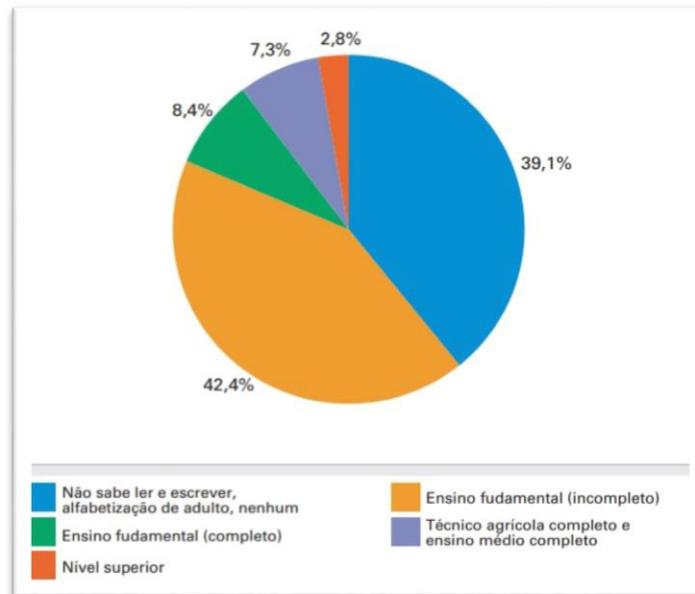
(**) Rural Property not classified technical design statement, according to Art. 7 of Law no. 8629/1993

Source: Secretariat of State for Agriculture, Livestock and Supply of Minas Gerais, in 2011.

Even if the producer does not have a high level of education, it does not necessarily mean that they will present a low operational capacity, however, a low level of education hardly provide a good capacity management. The 2006 Agricultural Census, published in 2009, reveals the low level of education of Brazilian producers, a situation that can be pointed out as the main factor responsible for poor management in the Brazilian rural enterprises.

As the chart 1, approximately 40% of Brazilian producers can not read and write and have no literacy. A portion of 8.4% has Full Fundamental Education, while 42.4% did not finish. In Education Full Agricultural Technical and Complete High School we found a share of 7.3%. The case of Higher Education, only 2.8% of farmers reported having a university degree.

Chart 1 - Percentage of Brazilian farmers by level of education. (Source: IBGE Agricultural Census, 2006).



Despite the great technological advancement, it is common nowadays to use the famous "notebooks" for manual annotation on the movement of production and forecasts. In this case, the farmer measures the financial performance of their property by increasing its facilities and machinery, or simply by your bank balance or even the purchase of a new car (PROCÓPIO, 1997).

Usually these acquisitions aggravate the financial situation of the producer, because without knowing actually how much their production cost and what was their profit margin with its sale, it is impossible to examine whether it was possible to achieve a positive result in that productive period.

Another commonplace behavior perceived to producers is to conduct financing followed in public banks and / or Private to choose their working capital, thereby increasing their indebtedness. It is common fact the producer borrow capital funding and use it to purchase a new pick-up, recently launched on the market or building a luxury house in the city (PROCÓPIO, 1997).

In addition to these limitations, the lack of management also affects the farmer in basic activities, such as the choice of culture, time or planting area; or else the breed of animal to create the squad size or breeding season. Decisions such that taken without proper planning, significantly increases the risks of the operation.

3 THE IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING

According to Duarte (2002), Strategic Planning has been used since the Industrial Revolution and before this fact, studies in business management area are contributing to the success of micro and medium enterprises. Thus the justification of this article is based on demonstrating to the producer as strategic planning makes a difference with regard to the future expansion of production capacity and reduction in cost of rural property.

Barros (2012) states that before this management mechanism, companies can achieve a degree of maturity, achieving an economic and financial growth. The plan is an administrative function and therefore aims to achieve results through strategic, tactical and operational processes.

Strategic planning also explains Barros (2012), covers analysis of both the external environment as the Organizational Environment. In the External Environment, opportunities and threats are factors that can be recovered or avoided. Already, analysis of the Organizational Environment allows the producer to know the strengths and weaknesses of their company, focusing, for example, in products, financial resources, the relationship with suppliers and customers, the delivery time, productivity in time and type of marketing, demand, productivity, the direct and indirect competition, among others.

Based on data provided by both strategic planning as the accounting of their rural enterprise, producers can programme with respect to the actions that will take in a given season or year or in the coming years, in a clear, efficient and close to success. Thus minimizing the risk that their activity offers (PEREIRA; NAGANO, 2002).

4 CLOSING REMARKS

Based on the literature review conducted is undisputed vocation that our country has to agribusiness and the importance that this activity is for Brazil and the world.

Therefore, it is necessary that our country has an efficient agricultural sector, dynamic and strengthened, each agricultural company reaches its excellence, from production to the marketing of its products.

This level will only be achieved through the implementation of appropriate management processes and an efficient strategic planning within the farms of our country, and substantial that government agencies provide support to producers through subsidies so that you can achieve the degree of information and knowledge required for such strengthening, by offering courses, advisory services and increasing the number of educational institutions focused on agribusiness, the agropecuarista and business management. The use of planning for decision-making and prevention are keys to success.

REFERENCES

BARROS, A.M. **Gerenciamento da produção visando o crescimento da propriedade rural**. Disponível em: <<http://rehagro.com.br/plus/modulos/noticias/imprimir.php?cdnoticia=2373>> Acesso em 04 de Abril de 2012.

DUARTE, F. **Planejamento Estratégico**: uma contribuição para análise de resultados de implantação da média indústria, 2002. 95f. Tese (Curso de Pós-Graduação) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, Departamento ECA, Universidade de Taubaté 2002. Disponível em: <http://www.ppga.com.br/mestrado/2002/duarte_fabio_soares.pdf>. Acesso em: 27 maio 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agrário retratado pelo Censo Agropecuário, 2006**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/brasil_2006/ementarios.pdf>. Acesso em: 28 maio 2012.

PEREIRA, E.; NAGANO, M. Gestão Estratégica de Custos. In: SCHMIDT, Paulo (Org.). **Controladoria**: agregando valor para a empresa. Porto Alegre: Bookman, 2002.

PROCÓPIO, A. **A Utilização de Modelos Decisórios Contábeis pelo Pequeno e Médio Produtor Rural – Um Estudo na região de Ribeirão Preto**. 1997. 75f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado em Contabilidade. Universidade de São Paulo, Ano 1997. Disponível em: <200.131.250.22/revistadae/index.php/ora/article/download/140/1371> . Acesso em 01 de Junho de 2012

Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais. **Perfil do Agronegócio Brasileiro, Setembro/2011**. Disponível em: <http://www.agricultura.mg.gov.br/files/perfil/perfil_brasil.pdf> . Acesso em 02 de Fevereiro de 2014

A APRENDIZAGEM DE INGLÊS NA FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

Andressa Rodrigues Aguiar

andressa.aguiar@fatec.sp.gov.br

Profª MSc. Luciana Gonçalves Platero

Fatec Itapetininga - SP

RESUMO: Este trabalho procurou verificar a hipótese de que o Inglês é um importante elemento na formação do profissional em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS). A área de Tecnologia da Informação se desenvolveu em boa parte em países de Língua Inglesa, o que fez com que o idioma fosse usado na descrição de processos e em termos técnicos utilizados no mundo todo. Ao considerar-se a formação em nível superior dos profissionais nessa área, parece fundamental incluir o Inglês no currículo dos cursos, de forma a prepará-los para um mercado de trabalho cada vez mais exigente. O trabalho incluiu estudos teóricos sobre a função social do Inglês no século XXI, observação das matrizes curriculares dos 15 cursos de ADS oferecidos pelas instituições de ensino superior da macrorregião de Sorocaba, que inclui o município de Itapetininga, bem como análise do ensino e da aprendizagem da Língua Inglesa no curso de ADS da FATEC de Itapetininga, por meio de pesquisa com professores, alunos e ex-alunos, em que se constatou o reconhecimento da importância do idioma na formação profissional e acadêmica dos tecnólogos em ADS e a indicação de que a oferta de carga horária muito superior às demais instituições de ensino pesquisadas é suficiente - ou deveria ser ainda maior - para garantir um aprendizado mais efetivo, que pudesse incluir, segundo sugestões dos sujeitos de pesquisa, atividades especificamente voltadas à área de Tecnologia da Informação (TI), como leitura de textos técnicos, bem como um enfoque maior às habilidades de produção e compreensão oral.

Palavras-chave: Língua Inglesa. Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Formação profissional.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Cruse e Peck (2012, p. 05), “a abertura dos mercados e a consequente expansão das economias mundiais fizeram com que as sociedades se aproximassem, cada vez mais, umas das outras, dando origem a um fenômeno conhecido como globalização”. Essa aproximação teve consequências que influenciaram a política, a economia, a cultura e também a comunicação e a produção de conhecimento.

De acordo com dados de 2006 extraídos do site “English Town”¹, existem aproximadamente 430 milhões de falantes nativos do Inglês, isto é, indivíduos que têm o Inglês como língua materna. Esse número cresce ainda mais com os falantes não nativos, que são aproximadamente 950 milhões. Entre os falantes do idioma, 30% são nativos, o que significa que os outros 70% utilizam a Língua Inglesa como segunda língua ou como língua estrangeira.

Além da questão numérica, há também fatores históricos que justificam a predominância do Inglês como língua de uso mundial:

Antes de falar Inglês o mundo falou latim e francês. Contudo, diferentemente do que ocorrera com o latim e o francês, línguas usadas, sobretudo, para a enunciação da alta cultura e, portanto, domínio restrito de uma elite intelectual e dirigente, nos tempos da globalização, o Inglês se dissemina por todas as esferas de atividades sociais. Em nenhum outro tempo da história da humanidade, os homens precisaram tanto de uma língua comum como agora, ao serem reunidos pelo/no ciberespaço (ASSIS-PETERSON e COX, 2007, p. 01).

Com o avanço das tecnologias da informação e principalmente da internet, ter domínio em Língua Inglesa é praticamente uma obrigação para pessoas que queiram alcançar sucesso em todos os aspectos de vida, já que esta foi a língua eleita como franca. Cruse e Peck (2012, p. 04) enfatizam a importância do idioma na rede mundial de computadores: “A esmagadora maioria das páginas da web está escrita em Inglês. Assim, é surpreendente notar como a aprendizagem de uma única língua pode permitir acessar todo o conhecimento veiculado na Internet”. De acordo com Moraes (2001 apud Santiago, 2006), em 2001 o Google possuía aproximadamente 9,5 milhões de páginas em Inglês contra cerca um pouco menos de um milhão de páginas em Português. Isso comprova, ainda mais, que, para ter acesso a mais informações provenientes de diferentes fontes, é imprescindível saber Inglês.

Outro aspecto que afeta mais especificamente na área de Tecnologia da Informação (TI) é que boa parte dos termos técnicos é em Inglês. Portanto, na formação do profissional da área de TI é fundamental incluir a aprendizagem de Língua Inglesa, sob o risco de tirar-lhe oportunidades de trabalho e/ou impedi-lo de progredir na carreira. Entre os cursos superiores da área de TI encontra-se o curso de graduação tecnológica em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS), com carga horária mínima de 2.000 horas e duração média de três anos, podendo variar de acordo com os projetos das instituições de ensino. Para investigar a inserção do Inglês no currículo dos cursos de ADS, este trabalho propôs o levantamento de dados das instituições de ensino superior da macrorregião de Sorocaba que oferecem este

¹ <http://www.englishtown.com.br/blog/quem-fala-ingles-no-mundo/>

curso, bem como um estudo mais delimitado sobre a experiência do ensino e da aprendizagem do idioma no curso de ADS da FATEC de Itapetininga.

2 METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido por meio de revisão bibliográfica para conhecimento de informações teóricas sobre o papel do Inglês na sociedade do século XXI, incluindo estudos sobre a ligação entre o idioma e a globalização e as implicações para a tecnologia e a comunicação; sua influência no mercado de trabalho na área de Tecnologia da Informação e sua função na formação acadêmico-profissional. Também foi feito um levantamento de dados sobre a presença do Inglês nos currículos dos cursos de ADS das faculdades/universidades localizadas na macrorregião de Sorocaba, que engloba o município de Itapetininga, por meio de pesquisa em meio eletrônico dos *sites* dessas instituições, além do eMEC, *site* oficial de consulta às instituições de ensino superior brasileiras, sob supervisão do Ministério da Educação (MEC). Por fim, foi desenvolvida pesquisa de campo por amostragem, junto a alunos, ex-alunos e professores do curso de ADS da Fatec Itapetininga, que responderam, respectivamente, a três questionários semiestruturados distintos, para conhecer as diferentes visões sobre o tema e investigar as limitações e sugestões para a melhoria do processo de ensino e aprendizagem de Inglês nesse contexto. Tanto os dados referentes às matrizes curriculares dos cursos quanto à pesquisa de campo na FATEC Itapetininga foram coletados de fevereiro a abril de 2015.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O ensino de Inglês pode se dar em diferentes contextos acadêmicos, de acordo com metodologias diversas. É fato que o ensino de Inglês oferecido pelas escolas regulares de Educação Básica tem uma abordagem bastante genérica e, geralmente, sem qualquer preocupação com o futuro profissional dos alunos.

Nas escolas regulares que oferecem o Ensino Médio técnico é, no entanto, comum encontrarmos uma abordagem instrumental para o ensino do idioma:

Também conhecido nos meios acadêmicos como "Inglês para Objetivos (ou Fins) Específicos" é aquele que foca habilidades determinadas no aprendizado de um idioma, ou seja, é uma abordagem (não um método) no ensino de línguas no qual todas as

decisões, no que tangem ao conteúdo programático e à metodologia, são baseadas nos interesses específicos ou nas necessidades dos alunos, contrapondo-se ao ensino do Inglês de uma forma geral, no qual várias habilidades linguísticas são desenvolvidas. No Inglês instrumental, os conteúdos e as práticas pedagógicas apresentam maior nível de limitação - especificidade. Assim, têm-se Inglês para médicos, Inglês para engenheiros, Inglês para advogados, Inglês para a computação, etc (CRUSE e PECK, 2012, p. 08).

No Ensino Superior brasileiro, poucas são as instituições que incluem a aprendizagem da Língua Inglesa nas matrizes curriculares dos cursos. Isso porque, apesar de possuírem certa autonomia para a elaboração dos projetos pedagógicos, as instituições precisam estar em consonância com as orientações do Ministério da Educação, Conselhos Estaduais de Educação e outros órgãos competentes. Essas orientações, geralmente registradas nas Diretrizes Curriculares de cada curso de graduação, indicam as áreas do conhecimento necessárias à formação profissional e delimitam conteúdos mínimos esperados para a aprendizagem dos alunos. Há, ainda, uma restrição referente à carga horária de cada curso, ou seja, as instituições devem elaborar os projetos pedagógicos dos cursos levando em consideração esses dois aspectos: conteúdos para a formação profissional X tempo de formação.

Essa equação é bastante complexa, pois o recorte tende a privilegiar os conhecimentos mais técnicos, essenciais à atividade profissional, colocando em segundo plano aqueles que se relacionam mais especificamente à formação humana, como filosofia, sociologia, ética, comunicação e expressão, entre outros. Com exceção dos cursos de Letras, em que o conhecimento da língua estrangeira ocupa o lugar central da formação profissional, poucas são as instituições que encontram espaço nas matrizes curriculares cada vez mais enxutas para o ensino do Inglês, idioma geralmente escolhido dadas as justificativas apresentadas anteriormente, embora reconheçam sua importância para o mercado de trabalho. Trata-se, então, de uma questão de estabelecimento de prioridades e de escolhas.

As matrizes curriculares dos cursos que incluem o ensino de Inglês, no entanto, o fazem de forma tímida, destinando, em geral, de 40 a 80 horas para tal ao longo do curso (que pode durar de 1.600 a 7.200 horas, dependendo do tipo de graduação e da área de formação). Considerando as condições de oferta dessa carga horária (número de alunos em sala de aula, abordagem didático-metodológica do professor, materiais disponíveis, motivação dos alunos, etc.), pode-se afirmar que, mesmo quando incluído na formação inicial do profissional de qualquer área, o ensino do idioma nesse contexto é insuficiente para promover benefícios futuros, fazendo com que o indivíduo tenha que recorrer a cursos livres para garantir esse conhecimento.

No caso das instituições que não escolhem o ensino da Língua Inglesa como componente curricular nos cursos de graduação, entretanto, é bastante comum encontrar o reconhecimento da importância desse idioma no ambiente acadêmico e também para a formação dos alunos sob a forma da oferta de cursos de extensão, gratuitos ou pagos. Dessa forma, a instituição não deixa de assumir, em parte, essa responsabilidade e a compartilha com o aluno, que normalmente faz os cursos de maneira facultativa.

3.1 O Inglês na matriz curricular dos cursos de ADS

O curso de graduação tecnológica em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS), tem carga horária mínima de 2.000 horas e duração média de três anos, podendo variar de acordo com os projetos das instituições de ensino. Além da variação em relação à carga horária e duração, há, também, uma grande diferença entre os currículos dos cursos de ADS. As Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para os cursos de tecnologia e o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, ambos elaborados pelo Ministério da Educação, preveem as competências necessárias à formação profissional desejada.

De acordo com as Diretrizes (Resolução CNE/CP 3, de 18 de dezembro de 2002),

a organização curricular dos cursos superiores de tecnologia deverá contemplar o **desenvolvimento de competências profissionais** e será formulada em consonância com o perfil profissional de conclusão do curso, o qual define a identidade do mesmo e caracteriza o compromisso ético da instituição com os seus alunos e a sociedade.

§ 1º A organização curricular compreenderá **as competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos** necessários ao desempenho profissional do graduado em tecnologia (Art. 6º - grifo nosso)

O documento evidencia, ainda, o conceito de competência profissional:

Entende-se por competência profissional a capacidade pessoal de mobilizar, articular e colocar em ação conhecimentos, habilidades, atitudes e valores necessários para o desempenho eficiente e eficaz de atividades requeridas pela natureza do trabalho e pelo desenvolvimento tecnológico (Art. 7º).

O Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia traz indicações mais específicas sobre o curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, como uma breve descrição do curso e do perfil do egresso:

O tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas analisa, projeta, documenta, especifica, testa, implanta e mantém sistemas computacionais de informação. Este profissional trabalha, também, com ferramentas computacionais, equipamentos de informática e metodologia de projetos na produção de sistemas. Raciocínio lógico,

emprego de linguagens de programação e de metodologias de construção de projetos, preocupação com a qualidade, usabilidade, robustez, integridade e segurança de programas computacionais são fundamentais à atuação deste profissional (2010, p. 48).

Como se pode observar, não há nenhuma menção explícita à inclusão da Língua Inglesa nos cursos de ADS, o que indica a sua não obrigatoriedade. No entanto, é possível entender que este estudo pode fazer parte do núcleo de “competências profissionais tecnológicas gerais”, conforme indicado nas Diretrizes Curriculares. Assim, as instituições que decidirem por sua inclusão estarão amparadas legalmente.

De acordo com pesquisa realizada no site do Instituto Geográfico e Cartográfico (IGC)², a Região Administrativa de Sorocaba é formada por 79 municípios, dos quais 9 possuem instituições de ensino superior, públicas e/ou privadas, que oferecem o curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, dado obtido por meio de pesquisa no site e-MEC (Sistema de Regulação do Ensino Superior)³. A partir dessa informação, foram analisadas as matrizes curriculares dos 15 cursos de ADS encontrados nesses municípios a fim de investigar quais incluem o Inglês como disciplina obrigatória e também sua respectiva carga horária. Os resultados obtidos estão dispostos no quadro abaixo:

Quadro 1 – Oferta de Inglês em cursos de ADS na macrorregião de Sorocaba

Município	Instituição	Natureza	Duração (em semestres)	Possui Inglês na Matriz Curricular?
Boituva	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) - Campus: Boituva	Pública	6	1º Sem.: Inglês Técnico (40h.) 2º Sem.: Inglês Para Fins Específicos (40h.)
Botucatu	Faculdade de Tecnologia de Botucatu (FATEC)	Pública	6	Inglês I a VI, totalizando 240h.
Itapetininga	Faculdade de Tecnologia de Itapetininga (FATEC)	Pública	6	Inglês I a VI, totalizando 240h.
Itu	Faculdade Prudente de Moraes (FPM)	Particular	Não disponível para consulta.	Não disponível para consulta.
	Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP)	Particular	5	1º Sem.: Inglês para Computação (40h.)
	Faculdade de Tecnologia de Itu (FATEC)	Pública	6	Inglês I a VI, totalizando 240h.
Porto Feliz	Faculdade de Tecnologia Porto das Monções (FAMO)	Particular	5	Não.
Salto	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) - Campus: Salto	Pública	6	1º Sem.: Inglês Técnico (47,5 h.).

² http://www.igc.sp.gov.br/produtos/mapas_ra.aspx?ra=3

³ <http://emec.mec.gov.br/>

Sorocaba	Faculdade de Tecnologia de Sorocaba (FATEC)	Pública	6 (Manhã) 8 (Noite)	Inglês I a VI, totalizando 240h.
	Universidade Paulista (UNIP)	Particular	4	Não.
	ESAMC Sorocaba - Centro	Particular	5	1º Sem.: Inglês (80h.)
	Faculdade Anhanguera de Sorocaba (FSO)	Particular	5	Não.
	Faculdade Anhanguera de Educação, Ciências e Tecnologia de Sorocaba (FAECTS)	Particular	5	Não.
Tatuí	Faculdade Ideal Paulista (FIP)	Particular	Não disponível para consulta.	Não disponível para consulta.
Tietê	Faculdade Integração Tietê (FIT)	Particular	Não disponível para consulta.	Não disponível para consulta.

Fonte: Elaboração própria, a partir das informações disponíveis nos sites das Instituições.

Analisando essas informações, pode-se constatar que dos 15 cursos de ADS disponíveis na região, 26,7% não apresentam Inglês em suas Matrizes Curriculares, 8 cursos, ou seja, 53,3% contemplam o idioma na Matriz Curricular, e 20% dos cursos não disponibiliza para consulta as Matrizes.

A carga horária da disciplina nos 8 cursos que a incluem em suas Matrizes Curriculares varia entre 40 e 240 horas, sendo este último o caso das FATEC, que, ao contrário das demais instituições (em que o Inglês aparece no primeiro ano da graduação), diluem a carga horária ao longo de toda a duração do curso.

No estado de São Paulo existem 64 FATEC; destas, 30 oferecem o curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Analisando a matriz curricular de todos eles, descobrimos que 29 possuem a disciplina “Inglês” nos 6 semestres do curso, totalizando 240 h. A FATEC de São Paulo é a única que não possui esta disciplina em sua matriz curricular como sendo obrigatória. A instituição oferece o Inglês como disciplina extracurricular, ou seja, o aluno só cursa a disciplina – em horário extraclasse – se tiver interesse e algum conhecimento prévio do idioma. A inclusão do Inglês na Matriz Curricular de ADS proposta pela FATEC é, sem dúvida, um caso que merece ser observado mais de perto, no sentido de acompanhar os efeitos de uma carga horária tão expressiva (240 horas) na formação profissional dos alunos.

3.2 O caso da FATEC Itapetininga: o que dizem os envolvidos

A FATEC de Itapetininga conta atualmente com 27 docentes que ministram disciplinas no curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, dos quais 16 responderam ao questionário semiestruturado. Estes professores têm idade entre 33 e 58 anos, possuem de

2 a 20 anos de experiência como professores no ensino superior, sendo de 2 a 7 anos na FATEC Itapetininga.

A primeira questão indagava sobre a importância da aprendizagem de Inglês durante o curso superior de ADS. Todos os professores consideram o idioma muito importante nesse contexto. Segundo eles, os termos técnicos, programas e tutoriais são apresentados em Inglês. Além disso, as novas tecnologias geralmente são desenvolvidas em países cuja língua falada e escrita é o Inglês, que é também considerado como língua franca ao redor do mundo. Um professor fez a seguinte consideração: “Empresas, Startups, e o mercado tecnológico em geral estão baseados em relações internacionais; sendo assim, saber Inglês não é mais um diferencial, mas sim uma necessidade”. Por fim, ainda foi citado como um fator que justifica a importância do Inglês nos cursos de ADS a questão da continuidade dos estudos, em nível de pós-graduação, seja no Brasil ou no exterior.

A segunda questão indagava sobre a opinião dos docentes em relação à carga horária semanal (2h/aula) destinada ao estudo do Inglês ao longo dos seis semestres do curso de ADS. 38% acreditam que esta carga horária é suficiente para aprender o básico do idioma e 62% acham que é insuficiente. Nenhum professor considerou a carga horária excessiva considerando a matriz curricular de forma geral.

A terceira questão indagava aos professores como poderiam ser as aulas de Inglês para melhorar a formação profissional dos alunos de ADS. Alguns professores sugeriram que as aulas tivessem conteúdos mais voltados à área de Tecnologia da Informação, como termos utilizados em linguagens de programação, mas, de acordo com um dos professores: “não podemos limitar o aprendizado apenas a esse assunto, pois o estudo da Língua Inglesa tem muito mais a oferecer, sendo a leitura e a gramática de extrema importância para os profissionais de ADS”. A maioria dos professores afirmou que deveria haver mais prática, ou seja, mais conversação abordando assuntos relacionados com o curso. Alguns professores afirmaram que o Inglês poderia ser desenvolvido também em outras disciplinas, que os professores poderiam sair do modelo tradicional de aula e apresentar mais materiais em Língua Inglesa, sugerindo uma abordagem interdisciplinar. Por fim, um professor sugeriu que as aulas de Inglês poderiam ser em um laboratório especializado. Sugeriu, também, que para obtenção do diploma de Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, os alunos deveriam realizar o exame de certificação internacional TOEFL ITP.

A quarta e última questão esclarecia aos professores que algumas instituições de ensino superior da região, como retratamos anteriormente, não incluem o Inglês nas matrizes curriculares de seus cursos de ADS. Sobre isso, indagamos se essa exclusão faz diferença na formação profissional e na empregabilidade desses alunos. As respostas foram unânimes afirmativamente. De acordo com um dos professores “Não adianta ser um ótimo analista de sistemas, um exímio desenvolvedor, e um ótimo programador, se não estiver preparado para

o mercado de trabalho, que nesta área exige um razoável conhecimento e domínio do idioma. Falar, entender, ler e escrever em Inglês não é mais um luxo, nem um fator de seleção. Atualmente é uma obrigação, visto que um terceiro idioma já está sendo buscado por empresas da área”. Outro professor afirmou que o profissional terá oportunidades de trabalho ampliadas se souber Inglês. Segundo o docente “Com o mundo globalizado o contato com clientes e funcionários de uma empresa no exterior é muito comum. O Inglês é o idioma utilizado na comunicação por telefone, e-mail, em viagens, entre outros. Falar Inglês pode ser um diferencial para a empregabilidade do profissional de ADS”. O professor ainda exemplificou: em uma palestra dada por um funcionário da Empresa IBM na FATEC de Itapetininga, houve um comentário sobre a dificuldade em encontrar profissionais da área de ADS que falem Inglês: “Os candidatos possuem qualificação técnica na área, mas não sabem Inglês e por isso muitas vagas deixam de ser preenchidas. A IBM tem clientes espalhados pelo mundo e faz atendimento pelo telefone, portanto é essencial que o profissional tenha conhecimentos em Inglês para conseguir solucionar os problemas”.

Conforme relato de um dos professores de Inglês do curso de ADS, “o projeto de Língua Inglesa desenvolvido pelas FATEC vem na contramão de tudo que se faz nas outras instituições e tem mostrado ótimos resultados quando aponta, como por exemplo, que somos a sexta instituição no estado de São Paulo a enviar alunos ao Programa Ciência sem Fronteiras. Outro dado importante é que nossos alunos, dadas as circunstâncias que temos, como por exemplo 40 alunos em classe, saem do último ciclo com nível B1/B2 de Inglês conforme aponta o CEF, resultados esses obtidos e validados por provas como o TOEIC”.

A pesquisa com os alunos do curso de ADS foi feita por amostragem, em que 5 alunos de cada turma, do 1º ao 6º ciclo, nos períodos matutino e noturno, responderam ao questionário semiestruturado. No 2º ciclo do período matutino, mais 4 alunos solicitaram participar da pesquisa e no 5º ciclo do período noturno mais 1 aluno fez o mesmo pedido, totalizando uma amostra de 65 discentes. Os alunos sujeitos da pesquisa têm idade entre 17 e 53 anos. Dos 65 alunos, 44 trabalham atualmente, sendo que 17 trabalham na área de TI e 21 alunos não trabalham.

Na primeira questão indagou-se sobre a importância da aprendizagem de Inglês durante o curso superior de ADS. A maioria dos discentes (62 alunos) acredita ser muito importante aprender o idioma durante o curso. Do ponto de vista de um desses alunos, “pelo fato de não haver fronteiras para a tecnologia, deve-se conhecer o Inglês, que é uma língua universal”. Alguns o consideram muito importante, pelo fato de que as sintaxes das linguagens de programação são escritas na Língua Inglesa, além dos bancos de dados e termos técnicos que também são nesse idioma. Outro fator importante citado foi a importância de aprender Inglês para ingressar no competitivo mercado de trabalho, pois as empresas, sejam elas multinacionais ou nacionais, exigem dos profissionais a fluência neste idioma. Além disso,

segundo resposta de um aluno, sabendo Inglês o discente tem maior chance de conseguir um intercâmbio. As respostas também apontaram que para se conseguir certificações na área também é necessário possuir conhecimento em Inglês, assim como para assistir a palestras e cursos da área de ADS. Apesar de citar a importância para o mercado de trabalho, um aluno considera a aprendizagem do idioma razoavelmente importante. Um aluno acredita que aprender Inglês seja pouco importante: “Inscrevi-me em dois concursos para a área de TI, um na Secretaria da Educação (Analista TI) e outro na UNESP (Analista TI – Redes) e em nenhum deles o Inglês foi exigido”. Por fim, um aluno considera nada importante aprender Inglês durante o curso de ADS. Segundo ele, “o estudante já deveria conhecer outro idioma ao entrar na faculdade. Não necessariamente a Língua Inglesa, mas um que esteja de acordo com suas ambições profissionais/pessoais”.

Na segunda questão indagou-se a opinião dos alunos a respeito da carga horária destinada ao estudo de Inglês no curso. Um aluno não respondeu à questão, um aluno considera a carga horária excessiva, 18 (28%) acreditam que a carga horária é suficiente para aprender o básico do idioma e 45 alunos (69%) consideram que a carga horária poderia ser maior.

A terceira questão destinava-se àqueles alunos que não eliminaram as disciplinas de Inglês por proficiência. Nesta verificou-se a opinião dos discentes em relação aos conteúdos estudados nas aulas de Inglês até o momento. 78% dos alunos consideram os conteúdos básicos mais importante para quem está aprendendo o idioma, 20% julgaram que os conteúdos são muito básicos e que poderiam ser mais avançados ou mais focados na área de TI e apenas 2% (um aluno) consideram os conteúdos complexos e possuem certa dificuldade para aprender o idioma. 11 alunos eliminaram a matéria de Inglês por proficiência e não responderam a esta pergunta.

Na quarta questão perguntou-se aos discentes como as aulas de Inglês poderiam ser diferentes para melhorar a formação profissional dos alunos dessa área. A maioria sugeriu que as aulas fossem mais focadas em conversação, leitura e interpretação com assuntos voltados à área de ADS, como siglas, termos técnicos, jargões, filmes, vídeos, artigos científicos, manuais, jogos e textos. Sugeriu-se também que fossem promovidos mais eventos que estimulem a conversação em Inglês. Dois alunos sugeriram a mudança do livro que é utilizado nas aulas. Um aluno sugeriu serem simuladas, durante as aulas, entrevistas de emprego em Inglês, bem como o desenvolvimento de currículos. Alguns alunos sugeriram que em turmas numerosas os alunos fossem separados por nível de conhecimento; isso ajudaria no aprendizado daqueles que têm pouco conhecimento e proporcionaria maior avanço para aqueles que já possuem algum conhecimento no idioma. Por fim, um aluno sugeriu que poderia haver alunos fluentes no idioma auxiliando o professor durante as aulas.

A quinta e última questão destinava-se somente àqueles alunos que trabalham atualmente, para saber se no ambiente profissional é importante saber Inglês e se utilizam o idioma em seu cotidiano. Dos 44 alunos que trabalham, 19 afirmaram que é importante saber Inglês e que fazem uso desse idioma em seu cotidiano profissional. Alguns exemplos citados foram instalação e manutenção de sistemas, consultas a manuais, desenvolvimento de jogos, softwares que são em Inglês, bancos de dados, programação e contato com clientes e empresas estrangeiros. 25 alunos afirmaram que em seus trabalhos atuais não é importante saber Inglês, e que não o utilizam. No entanto, a maioria considera importante estudar e saber pelo menos o básico de Inglês, pois futuramente este poderá ser um diferencial para a contratação em outra empresa, ou para atender algum cliente estrangeiro.

Por fim, foi realizada uma pesquisa, também por meio de questionário semiestruturado, com 5 ex-alunos do curso de ADS, com o objetivo de descobrir a opinião deles em relação à aprendizagem de Inglês que tiveram no curso, e também sobre a relevância desse idioma no trabalho de cada um. Os ex-alunos que responderam ao questionário têm idade entre 20 e 25 anos, e se formaram no ano de 2014. Dos 5 ex-alunos, 3 trabalham atualmente.

Na primeira questão indagou-se sobre a importância da aprendizagem de Inglês durante o curso superior de ADS. Todos os ex-alunos consideram o idioma muito importante nesse contexto. De acordo com as justificativas, a Língua Inglesa se faz presente na maioria das disciplinas do curso, sendo de extrema importância na leitura de documentações e tutoriais. Foi enfatizado, ainda, que as linhas de códigos para programação de sistemas são em Inglês e que saber o idioma ajuda a fazer pesquisas, seja em livros ou sites. Além disso, grande parte dos softwares utilizados durante o curso está em Inglês. Afirmaram, também, que esse idioma é essencial para o mercado de trabalho.

Na segunda questão solicitou-se a opinião dos mesmos a respeito da carga horária que se destina ao estudo da Língua Inglesa no curso de ADS. A maioria dos ex-alunos considera insuficiente a carga horária de 2h/aula por semana e acredita que deveria haver mais aulas de Inglês. Somente um ex-aluno considera suficiente esse tempo para a aprendizagem dos aspectos básicos do idioma.

A terceira questão destinava-se somente àqueles que não eliminaram a disciplina por proficiência, e indagava sobre os conteúdos estudados nas aulas de Inglês durante o curso de ADS. Dois ex-alunos eliminaram a matéria por proficiência. Dos 3 ex-alunos que cursaram as disciplinas, 2 consideraram os conteúdos abordados nas aulas muito básicos, e que deveriam ser mais avançados ou mais focados na área de ADS, enquanto um deles considerou os conteúdos básicos, porém importantes para quem está aprendendo o idioma.

Na questão quatro indagou-se como as aulas de Inglês no curso de ADS poderiam ser diferentes para melhorar a formação profissional dos alunos dessa área. Na opinião de um

dos ex-alunos, “as aulas atualmente já ensinam o necessário para o profissional de informática, que é ler e interpretar textos, porém os professores poderiam trabalhar mais em cima deste tipo de literatura ao invés da convencional voltada ao público geral e não ao profissional da área”. Outro defendeu a ideia de que as aulas de Inglês poderiam ser mais dinâmicas, com maior interatividade entre os alunos. A maioria enfatizou que poderiam ser apresentados nas aulas textos com termos técnicos da área, para treinar vocabulário, leitura e escrita, também artigos sobre as tecnologias novas no mercado. Por fim, um ex-aluno afirmou que a carga horária da disciplina de Inglês poderia ser maior, e que as turmas poderiam ser mais reduzidas.

A quinta e última questão destinava-se àqueles que trabalham atualmente, solicitando-se que comentassem sobre a importância de terem aprendido o idioma no curso de ADS para suas vidas profissionais. Um dos ex-alunos afirmou que a tecnologia está presente em todas as áreas atualmente; sendo assim, ter aprendido o idioma o ajuda com equipamentos e softwares que ele utiliza em seu trabalho. Outro ex-aluno enfatizou a importância de ter aprendido Inglês no curso de ADS para o seu trabalho: “Na área em que trabalho que é o desenvolvimento de sistemas, é imprescindível o Inglês básico dado pelo curso de ADS, pois as linhas de comando e sintaxes são em Inglês”. Por fim, um ex-aluno reiterou a opinião do colega sobre a importância de ter aprendido Inglês na graduação: “Sim, pois eu preciso estar frequentemente lendo documentação que só existe em Inglês”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa de campo comprovou que professores, alunos e ex-alunos reconhecem a importância da aprendizagem de Inglês durante o curso de ADS da FATEC Itapetininga, embora apontem importantes contribuições para que o curso seja repensado, principalmente em relação ao foco do ensino e às estratégias didáticas. Os dados obtidos nesse estudo teórico-prático apontam para a necessidade de se refletir sobre a inclusão do ensino da Língua Inglesa nos cursos de ADS, com vistas a contribuir significativamente para uma formação de mais qualidade, que permita a esses profissionais responderem às atuais demandas do mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS-PETERSON, Ana Antônia de & COX, Maria Inês Pagliarini. "Inglês em tempos de globalização: para além de bem e mal". IN: **Calidoscópico**. Vol. 5, N. 1, P. 5-14, Jan/Abr 2007. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/5616/2818>. Acesso em 17/09/2014.

BRASIL. **Resolução CNE/CP 3**, de 18 de dezembro de 2002, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Tecnologia.

BRASIL. Ministério da Educação. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. Brasília: MEC/SETEC, 2010.

CRUSE, Rui Manuel & PECK, Erick Rodrigues. "A Importância do Inglês para as tecnologias da informação". IN: **# Tear: Revista de Educação Ciência e Tecnologia**, Canoas, V.1, N.1, 2012. (1-12). Disponível em <http://seer.canoas.ifrs.edu.br/seer/index.php/tear/article/download/20/1>. Acesso em 04/09/2014.

SANTIAGO, Alessandra Cristina Senra. "Educação, cibercultura e a aprendizagem do Inglês técnico". Dissertação de mestrado. 2006. Disponível em http://www.estacio.br/mestrado/educacao/dissertacoes/dissert_ticpe_alessandra_santiago.pdf. Acesso em 17/09/2014.

CORAL DA FATEC ITAPETININGA

O Coral da Fatec de Itapetininga, foi criado a partir de outro Projeto, já divulgado nesta Revista, o “Lar das Meninas”, quando a Profª Sandra Cielavin proporcionava aulas de música para as adolescentes participantes do Projeto, o que possibilitou a formação de um coral com as alunas. Este teve várias participações na Fatec e outros eventos da cidade e com a finalização do citado Projeto, a Diretora de nossa Unidade, Profª Isolina Maria Leite de Almeida, sugeriu a criação de um Coral da Faculdade que contemplasse alunos, professores e funcionários.

As atividades de formação do Coral iniciaram, então, em agosto de 2012 e, a partir de fevereiro de 2013, o Coral foi aberto à comunidade. Inicialmente com 6 integrantes, entre alunos, ex-alunos e funcionários, já participaram do Coral, mais de 50 cantores e, atualmente, conta com 30 integrantes fixos, incluindo também pessoas da comunidade local.

O Coral Fatec Itapetininga tem por objetivo criar um ambiente de integração entre alunos, professores e funcionários da Instituição, bem como, membros da comunidade. Os ensaios são realizados semanalmente e proporcionam um clima de acolhimento, onde os participantes desenvolvem a voz, os aspectos rítmicos, melódicos e harmônicos da música.



O repertório do Coral é composto de música popular brasileira, músicas em inglês, negro spiritual e canções tradicionais espanholas e natalinas. Oferecer uma atividade cultural musical gratuita e de boa qualidade aos alunos, professores, funcionários e à comunidade em geral é um diferencial bastante importante pois, além de abranger todos os cursos da faculdade de forma integrada, possibilita o desenvolvimento interpessoal, o trabalho em equipe e a aquisição de benefícios corporais, mentais e emocionais aos integrantes.

O Coral Fatec já realizou apresentações nos seguintes eventos e locais: Abertura da VIII, IX e X Semana de Tecnologia, 8ª e 9ª Mostra de Projetos de Iniciação Científica, 1º e 2º English Day, 1º Dia do espanhol, inauguração do projeto social “Criando Possibilidades” da Casa do Adolescente, formatura do curso de Informática para idosos, instituição Nosso Lar, E.E. Ernesta Xavier Rabelo Orsi, Epam - Entidade de Promoção e Assistência à Mulher, Praça dos Amores, Praça do Fórum e nas ruas do comércio de Itapetininga.

Entre os projetos para o futuro planeja-se desenvolver um repertório diversificado a quatro vozes, aperfeiçoar a qualidade sonora e de apresentações do coro, acrescentar novos instrumentos de acompanhamento, buscar novos espaços de apresentação em Itapetininga e participar de encontros e festivais de corais em outras cidades. Para tanto, os participantes ensaiam todas as 5ª feiras as 07h30 e 17h00 nas dependências da Fatec de Itapetininga.



PERSPECTIVA



COMPARTILHE



Prof. Antonio Belizandro
Barbosa Rezende