

GESTÃO ALAGOAS

VOLUME 2

Adriana Thiara Oliveira
Ana Carolina Beltrão Peixoto
(Org.)

The logo for EDuneal, featuring a stylized asterisk symbol above the text "EDuneal".

EDuneal

GESTÃO ALAGOAS

VOLUME 2

Organizadoras

Adriana Thiara Oliveira
Ana Carolina Beltrão Peixoto

Autores(as)

Adriana Thiara Oliveira
Andrew Pereira
Adriano Marinheiro Pompeu
Augusto Ferreira Ramos Filho
Érica Regina da S. Farias Alves
Fátima Fernanda Rocha Lira
Jarpa Aramis Ventura de Andrade
Karollyne Yasmin da Silva P. Magalhães
Larissa Cavalcante Mendes
Leidiane Santos da Silva
Leília Andrea Santos da Silva
Lília Henrique Silva dos Santos
Marcone Correia de Lima
Maria José da Silva Boia
Matheus Nascimento
Natália Monnique da Silva Oliveira
Paulo Ricardo Silva Lima
Rafaelly Silva Lima
Vanessa Caroline Correia
Vanessa Juliana de Mendonça Araújo



Maceió/AL

2022



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE ALAGOAS

Reitor: Odilon Máximo de Morais

Vice-Reitor: Anderson de Almeida Barros

Diretor da Eduneal: Renildo Ribeiro-de-Siqueira

CONSELHO EDITORIAL DA EDUNEAL

Presidente: Renildo Ribeiro-de-Siqueira

Titulares

Professores:

José Lidemberg de Sousa Lopes

João Ferreira da Silva Neto

Luciano Henrique Gonçalves da Silva

Natan Messias de Almeida

Maria Francisca Oliveira Santos

Márcia Janaína Lima de Souza - Sistema de Bibliotecas (SIBI)

Suplentes

José Adelson Lopes Peixoto

Edel Guilherme Silva Pontes

Maryny Dyellen Barbosa Alves Brandão

Ariane Loudemila Silva de Albuquerque

Ahiranie Sales dos Santos Manzoni

Elisângela Dias de Carvalho Marques - Sistema de Bibliotecas (SIBI)

Capa: Alexandre Acioly

Diagramação: Mariana Lessa

Catálogo na Fonte

G393 Gestão Alagoas: volume 2 / Adriana Thiara Oliveira, Ana Carolina Beltrão Peixoto (Org.) : autores Adriana Thiara Oliveira ... [et al.]. – Maceió : Eduneal, 2022.
244 p. ; il ; color. (e-book).

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-86680-97-3.

E-book: <https://www.eduneal.com.br/produto/gestao-alagoas-v-ii/>

1. Gestão Pública - Administração. 2. Alagoas - Administração. 3. Qualidade I. Oliveira, Adriana Thiara, org. II. Peixoto, Ana Carolina Beltrão, org. III. Oliveira, Adriana Thiara, aut.

CDU: 35 (813.5)

Elaborada por Fernanda Lins de Lima – CRB – 4/1717

Direitos desta edição reservados à
Eduneal- Editora da Universidade Estadual de Alagoas

Editora filiada à

Associação Brasileira
das Editoras Universitárias



Das Utopias

Se as coisas são inatingíveis... ora!
Não é motivo para não querê-las...
Que tristes os caminhos, se não fora
A presença distante das estrelas!

(Mario Quintana)

SUMÁRIO

- 7** | **PREFÁCIO**
- 10** | **APRESENTAÇÃO**
- 16** | **PERFIL AUTORAS/ES**
- 25** | **1. A POLÍTICA DE FOMENTO À CULTURA NO PERÍODO DA COVID-19, EM PALMEIRA DOS ÍNDIOS - AL: IMPACTOS, RESULTADOS E CAMINHOS**
Marcone Correia de Lima
Adriana Thiara Oliveira
- 58** | **2.A AUTOMATIZAÇÃO DE PROCESSOS: ESTRATÉGIA PARA AUMENTAR A PRODUTIVIDADE DE UMA EMPRESA DE MEDIO PORTE**
Vanessa Caroline Correia
Maria José da Silva Boia
Augusto Ferreira Ramos Filho
- 77** | **3. O MERCADO PET NO BRASIL ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE DO PERÍODO ENTRE 2018 a 2021 EM SEUS PANORAMAS E REALIDADES**
Leilia Andrea Santos da Silva
Rafaelly Silva Lima
Larissa Cavalcante Mendes
- 98** | **4. O GESTOR COMO INCENTIVADOR DA INOVAÇÃO EM EMPRESAS DO SETOR DE SERVIÇOS**
Fátima Fernanda Rocha Lira
Augusto Ferreira Ramos Filho



121 **5. INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA GESTÃO PÚBLICA: ANÁLISE DOS PRINCIPAIS IMPACTOS E DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DA NISE, ATENDENTE VIRTUAL DA SEFAZ - AL**

*Érica Regina da S. Farias Alves
Natália Monnique da Silva Oliveira
Adriano Marinheiro Pompeu*

151 **6. A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO E DO PLANEJAMENTO PARA MANUTENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA DE BAIROS PERIFÉRICOS, EM MEIO A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS EM ESPECIAL NO BAIRRO BENEDITO BENTES**

*Vanessa Juliana de Mendonça Araújo
Karollyne Yasmin da Silva P. Magalhães
Jarpa Aramis Ventura de Andrade*

170 **7. UM OLHAR PARA O FUTURO: IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID 19 NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO**

*Lília Henrique Silva dos Santos
Paulo Ricardo Silva Lima*

190 **8. A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E O SETOR PÚBLICO: APLICABILIDADE E IMPORTÂNCIA**

*Leidiane Santos da Silva
Paulo Ricardo Silva Lima
Larissa Cavalcante Mendes*

225 **9. A PRODUÇÃO CULTURAL DE ALAGOAS À DERIVA NA PANDEMIA: avaliação da implementação do edital Dinho Oliveira e da efetividade da Lei Aldir Blanc**

*Andrew Pereira
Matheus Nascimento*



PREFÁCIO

Gestão Alagoas, a boa nova de 2022

A pandemia da Covid-19 nos últimos dois anos nos trouxe luto e medo, mas também nos permitiu uma nova perspectiva sobre ciência e gestão pública, sobre o enfrentamento político contra todas as dificuldades e sofrimentos impostos ao longo desse período. Aprendemos a nos reinventar em um mundo novo de novos costumes para garantir vida e condições de sobrevivência, nos levou, essencialmente, à criatividade e a mudanças no trabalho, na política e na relação familiar.

Como prefeito de Maceió em 2020, vivi todo o impacto que a pandemia nos causou. Era preciso prevenir, salvar vidas, curar enfermos, tentar preservar ao máximo o emprego de muitos, não parar a educação e as obras de infraestrutura, e manter a pauta da cidadania como prioridade. Era preciso cuidar da nossa gente e da administração. Foi um exercício que nos exigiu foco, concentração, sensibilidade, cautela e conhecimento exato de gestão pública durante 24 horas do dia.



E essa foi a realidade de todo gestor, público e privado, naquele ano mais difícil onde a palavra Superação tornou-se imperativa.

Em 2022, a expectativa é de que possamos caminhar melhor a partir das medidas adotadas lá atrás, o papel importantíssimo da ciência com a vacina contra o vírus da covid, e o aprendizado de um tempo que jamais devemos reviver.

É claro que para vivenciarmos essa nova realidade se faz necessário observar, estudar, debater, avaliar passado, presente e futuro a partir do cenário prolongado da pandemia em nossas vidas. E vejo, com satisfação, que há profissionais competentes que se debruçam sobre essas análises para nos trazer luz à gestão pública ou privada, com dados em pesquisas, referências e sobretudo exemplos de acertos e erros.

Os cursos de Especialização em Gestão Pública e em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial, ambos ofertados pela Universidade Estadual de Alagoas (Uneal), sob a liderança da profa. Dra. Ana Carolina Beltrão e de sua parceria profa. Me. Adriana Thiara Oliveira, nos remetem exatamente ao novo tempo pós-pandemia. Carol e Thiara, com seu trabalho rico em conhecimento, estão aptas para ensinar gestores e gestoras a enfrentarem desafios além da gestão e das políticas públicas.

Nesta coleção Gestão Alagoas, a Uneal estreita laços com o Instituto Federal de Alagoas (Ifal) para ampliar a discussão sobre o tema e fazer ecoar, fora dos corredores da academia, o que a elas defendem desde 2018, que é uma visão plural, transversal, inclusiva



e participativa sobre gestão, e a qual eu tive a oportunidade de conhecer e aplaudir.

São dois livros, objetivos e práticos que versam sobre comunicação, educação, inovação, inteligência em gestão, negócios online e outras pautas de relevante interesse científico, social e político. Uma coletânea como esta deve ser lida, relida, aplicada, mantida e apoiada por todos alagoanos e alagoanas engajadas com o desenvolvimento do nosso estado.

Rui Soares Palmeira

Prefeito do Município de Maceió (2013 a 2020)

Deputado Federal (2011-2015)



APRESENTAÇÃO

Estamos em 2022. Como seres humanos, conseguimos sobreviver a um dos momentos mais delicados que a sociedade deste tempo passou. Já contabilizamos mais de dois anos que convivemos com a Covid-19.

Como gestoras/gestores que somos, conseguimos encontrar soluções para o momento de crise local e mundial que a pandemia gerou. Além de ceifar muitas vidas, desacelerou e ainda sentimos a retração do crescimento econômico e social dos países em ascensão e desestabilidade dos países que já enfrentavam sérios problemas estruturais.

Alagoas não ficou ilesa. Enquanto o país registrou mais de 650 mil mortes, em nosso Estado contabilizamos cerca de 300 mil casos e mais de 7.000 mortes até maio de 2022. Além destas perdas, Alagoas atravessou anos instáveis e déficit, mesmo recebendo investimentos das políticas públicas, à exemplo do auxílio emergencial e programa de manutenção do emprego.



Ante este cenário, num esforço hercúleo, mantivemos nosso foco para manter aquilo que, desde 2018, estamos empenhadas/os, que é trazer o olhar da Gestão e da Qualidade para a Administração, quer pública ou não. Em que pese este não ser um movimento simples, se faz necessário.

Durante a pandemia, mantivemos quatro turmas e mais de 150 pessoas beneficiadas com a especialização em Gestão e mantivemos as pesquisas visando o desenvolvimento local observando o cenário da pandemia.

O projeto ganhou vulto e por decisão, decidimos não seguir a coletânea Gestão da Qualidade, por entender que o debate estava cada vez mais amplo e a qualidade era transversal em todos os trabalhos.

Assim, apresentamos a coletânea Gestão Alagoas. Mantemos o propósito e buscamos apresentar uma discussão ampliada a respeito da gestão e contemplamos de maneira mais eficaz pluralidade de contextos que permeia a administração pública, privada ou não-governamental

Assim, sem perder a identidade da proposta em abraçar os estudos oriundos do curso de Especialização da Universidade Estadual de Alagoas (Uneal), precisamos reforçar que o curso tem sido uma importante ferramenta para as/os gestoras/es, pois visa proporcionar às/aos participantes condições para a aplicação dos principais procedimentos da Gestão de forma eficiente e eficaz, despertando nelas/es o senso multiplicador.



O primeiro capítulo, A POLÍTICA DE FOMENTO À CULTURA NO PERÍODO DA COVID-19, EM PALMEIRA DOS ÍNDIOS - AL: IMPACTOS, RESULTADOS E CAMINHOS, de Marcone Correia de Lima e Adriana Thiara Oliveira, propõe-se apresentar resultados de como a política de fomento à cultura no período da pandemia, no município de Palmeira dos Índios, sob a perspectiva da política pública municipal de cultura, além de verificar se os artistas e fazedores de arte e cultura estão mais organizados e como despertaram-se para um fazer cultural a partir do fomento gerando assim demanda para a política cultural do município.

No capítulo 2, intitulado A AUTOMATIZAÇÃO DE PROCESSOS: ESTRATÉGIA PARA AUMENTAR A PRODUTIVIDADE DE UMA EMPRESA DE MÉDIO PORTE, de autoria de Vanessa Caroline Correia, Maria José da Silva Boia e Augusto Ferreira Ramos Filho, visa-se verificar a eficácia da automatização de processos com produtividade, e como é utilizada estrategicamente. Ao contrário do que a maioria das pessoas pensam, automatização é diferente de automação, e essa diferença é apresentada de forma clara no decorrer do estudo. Para coleta de dados foi utilizado o método qualitativo, exploratório e estudo de caso. Por meio de uma gestão por processos, empresas podem utilizar a automatização para alavancar a produtividade.

O capítulo 3, das autoras Leilia Andrea Santos da Silva, Rafaelly Silva Lima e Larissa Cavalcante Mendes, sobre O MERCADO PET NO BRASIL ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE DO PERÍODO ENTRE 2018 A 2021 EM SEUS PANORAMAS



E REALIDADES, aponta que a estrutura do mercado pet envolve diversos setores e indústrias, tendo especial destaque o setor de “pet food” e serviços. Durante o período de isolamento social, setores que integram o mercado pet foram classificados como essenciais, desta forma, mantiveram seu funcionamento normal, o que foi extremamente positivo.

Já no capítulo 4, sob o título O GESTOR COMO INCENTIVADOR DA INOVAÇÃO EM EMPRESAS DO SETOR DE SERVIÇOS, de Fátima Fernanda Rocha Lira e Augusto Ferreira Ramos Filho, foi feita uma análise de como o gestor pode incentivar a inovação em empresas do setor de serviços, tendo como objetivos específicos a caracterização do processo de inovação, análise das contribuições do gestor e a influência dos aspectos organizacionais para o processo de inovação.

Em INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA GESTÃO PÚBLICA: ANÁLISE DOS PRINCIPAIS IMPACTOS E DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DA NISE, ATENDENTE VIRTUAL DA SEFAZ - AL, Érica Regina da S. Farias Alves, Natália Monnique da Silva Oliveira e Adriano Marinheiro Pompeu, autoras/es do capítulo 5, dedicaram-se a realizar um estudo que abarcou os impactos e desafios da inovação tecnológica em serviços públicos, trazendo a Nise, atendente virtual da Secretaria de Estado da Fazenda de Alagoas, como mecanismo de gestão, redução de custos, igualdade, organização e celeridade nos atendimentos, consolidando a relação órgão-cidadão.

As autoras Vanessa Juliana de Mendonça Araújo e Karollyne Yasmin da Silva P. Magalhães escreveram o capítulo 6, intitulado



A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO E DO PLANEJAMENTO PARA MANUTENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA DE BAIROS PERIFÉRICOS, EM MEIO A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS EM ESPECIAL NO BAIRRO BENEDITO BENTES. A pesquisa tratou da importância da inovação e planejamento, em pequenas empresas que estão instaladas em bairros periféricos de Maceió-AL e como se mantiveram no cenário de pandemia.

O capítulo 7, UM OLHAR PARA O FUTURO: IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID 19 NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO, de Lília Henrique Silva dos Santos e Paulo Ricardo Silva Lima, foi analisado o impacto da pandemia nas relações trabalhistas no Brasil, onde se observou que muitas empresas precisaram fechar e as que suportaram após fechamentos e reaberturas, tiveram que se adequar aos novos modelos e métodos de trabalho nesses últimos dois anos. Embora muitas tenham aderido ao teletrabalho ou home office, formas estas que tendem a minimizar custos com infraestruturas, materiais e diminuição de benefícios compulsórios, como vale-transporte, a receita provisionada não supriu a demanda e despesas.

Já no capítulo 8, sob o título A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E O SETOR PÚBLICO: APLICABILIDADE E IMPORTÂNCIA, de Leidiane Santos da Silva, Paulo Ricardo Silva Lima e Larissa Cavalcante Mendes, discute-se a aplicabilidade e a importância que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, como forma de garantia do direitos do cidadão titular de dados.



O último capítulo deste tomo, A PRODUÇÃO CULTURAL DE ALAGOAS À DERIVA NA PANDEMIA: avaliação da implementação do edital Dinho Oliveira e da efetividade da Lei Aldir Blanc, Andrew Pereira e Matheus Nascimento, discutem a formulação e a efetivação do edital Dinho Oliveira, via Lei Federal Aldir Blanc, destinado a produtores culturais do estado de Alagoas durante a crise do setor cultural no esteio da pandemia do Coronavírus.

Para além do curso, percebemos que o legado também está nesta publicação, uma coleção que se constrói como mais uma possibilidade de aprofundamento e apropriação do saber produzido em Alagoas e por Alagoas.

Esperamos que apreciem esta leitura.

Adriana Thiara Oliveira
Ana Carolina Beltrão Peixoto
Organizadoras



PERFIL AUTORAS/ES



Adriana Thiara Oliveira

Doutoranda e mestra em Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas (UNIT/AL). Professora efetiva no Instituto Federal de Alagoas, nos Cursos Superiores Tecnológicos de Turismo e Hotelaria, do IFAL. Atual Coordenadora de Cursos de Extensão do IFAL. Líder do Grupo de Pesquisa Estudos Interdisciplinares em Turismo e Hospitalidade de Alagoas (EITHA). Foi professora dos cursos de Relações Públicas da UFAL e Publicidade e Propaganda da UNIP/Assupero/Facima. Foi professora-tutora da pós-graduação

em Direitos Humanos da UFAL e Professora Voluntária na Pós-Graduação em Gestão da Qualidade da UNEAL. Atuou como diretora de Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de Maceió e, ainda na Prefeitura, ocupou o cargo de Coordenadora de Conteúdo da Secretaria de Comunicação. Como comunicadora, foi premiada como a primeira jornalista a receber um prêmio em Assessoria de Imprensa, concedido pela Petrobras e Banco do Brasil (2006), quando respondeu pelos projetos especiais de Comunicação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Alagoas (Sebrae), no ano seguinte foi finalista com o projeto de comunicação da Bienal Internacional do Livro de Alagoas, o qual atendeu seis das nove edições já realizadas. Atuou como consultora de jornalismo online do Sebrae. Mantém, desde 2015, o Núcleo Prático de Relações Públicas e Eventos do IFAL, campus Maceió, relevante projeto na tríade ensino-pesquisa-extensão. Desenvolve projetos e pesquisas nas áreas de comunicação social, educação em direitos humanos e diversidade, tecnologias da comunicação e informação, meio ambiente e gestão.





Adriano Marinheiro Pompeu

Mestre em Desenvolvimento Local pela Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), Mestre em Eficiência Energética e Sustentabilidade pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Pós-graduado em Engenharia de Segurança do Trabalho pela Universidade para o Desenvolvimento da Região do Pantanal (UNIDERP) e Engenheiro de Produção pelo Centro Universitário Anhanguera de Campo Grande/MS (UNAES). Atualmente desenvolve projetos e consultorias nos segmentos de

engenharias e administração, em áreas como: Lean Manufacturing, Gestão da Qualidade, Lean Project, Inovação Tecnológica, Desenvolvimento Local, Sustentabilidade e Logística.



Andrew Pereira

Mestrando em Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas pelo Centro Universitário Tiradentes (Unit) [Bolsista FAPEAL/CAPES]. Especialista em Marketing pela Universidade de São Paulo (2020). Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal de Alagoas (2019). Agente cultural no estado de Alagoas, com destaque na comunidade LGBTQIA+, reconhecido pela Fundação Municipal de Ação Cultural de Maceió e pela Secretaria de Estado da Cultura de Alagoas.

Amante da arte, da internet, das mídias digitais e do marketing de influência.



Augusto Ferreira Ramos Filho

Doutor em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA- UFPB). Possui mestrado em Gestão Empresarial com ênfase em mentoria (2014), MBA executivo em Gerenciamento de Projetos (2009), graduação em Administração Comércio Exterior (2004). Professor Adjunto da Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL





Érica Regina da S. Farias Alves

Especialista em Gestão Pública pela Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL (2022). Possui graduação em Recursos Humanos pelo Centro Universitário Mário Pontes Jucá - UMJ (2014). Treinou trabalhadores rurais para o Fundo de Amparo ao Trabalhador - FAT (2018) e é consultora empresarial nas áreas de gestão documental, treinamento e desenvolvimento de pessoas, avaliação de desempenho, business partner e áreas contábeis. Também ministra Cursos Profissionalizantes nas áreas de Recursos

Humanos e Gestão Documental. Atualmente é Graduada em Ciências Contábeis pela Faculdade Estácio de Alagoas FAL - (2018 -2022) e Bolsista pela Secretaria da Fazenda do Estado de Alagoas (Sefaz/AL). Áreas de interesse: Ciências Sociais Aplicadas, Tecnologia e Educação.



Fátima Fernanda Rocha Lira

Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Estadual de Alagoas e pós-graduada em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial. Atuante na área de Educação Empresarial e Desenvolvimento de Carreiras. Instrutora de disciplinas nas áreas de orientação profissional e gestão, no programa jovem aprendiz do IEL/AL.



Jarpa Aramis Ventura de Andrade

Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Alagoas (2007) e mestrado em Economia pela Universidade Federal de Alagoas (2012). Atua como consultor na área de segmento de negócios digitais com foco no processo de captação de recursos, além desempenhar atividades na ARSAL é professor do Centro Universitário Mario Pontes Jucá - UMJ. Tem experiência na área de Captação de Recursos, Mercado Digital, Economia, com ênfase em Economia Regional e Urbana.





Karollyne Yasmin da Silva P. Magalhães

Especialista em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial pela Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL). Graduação em Administração pela Faculdade Pitágoras de Maceió. Experiência em Consultoria Financeira, e Planejamento Estratégico de MEIs. Atualmente trabalha em uma clínica médica e odontológica (Oral + Sorriso), sendo responsável pelo setor comercial, financeiro e de atendimento, bem como é consultora financeira em duas MEIs, sendo um estúdio de

tatuagem e uma Loja Virtual de Roupas.



Larissa Cavalcante Mendes

Advogada, Mestre em Direito Público pela Universidade Federal de Alagoas, Docente da Universidade Federal de Alagoas, Membro do Núcleo de Estudos sobre a Violência em Alagoas - NEVIAL e do Laboratório de Direitos Humanos da Universidade Federal de Alagoas. Graduação em Direito pela Universidade Federal de Alagoas e graduação em Fisioterapia pela Faculdade Estácio de Alagoas. Formação em Docência do Ensino Superior e Metodologia da Pesquisa pela Fundação Getúlio Vargas – FGV, Formação em

Mediação Judicial pelo Conselho Nacional de Justiça – CNJ e Especialista em Direito da Arbitragem pela Universidade de Lisboa - Portugal. Pesquisadora da área Jurídica, das Ciências Sociais e do acesso aos Direitos Fundamentais e Sociais, com publicação de livros na área de violência e violação dos Direitos Humanos (2015) e em Direito Administrativo (2019).





Leidiane Santos da Silva

Especialista em Qualidade de Vida, Saúde e Segurança no Trabalho, com MBA em Gestão da Saúde e Segurança do Trabalho pelo Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Especialista em Gestão Pública pela Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL. Bacharela em Direito pelo Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Bacharela em Segurança Pública pela Academia de Polícia Militar Senador Arnon de Mello - APMSAM. Graduanda em Letras Espanhol pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL.

Oficial da Polícia Militar de Alagoas no Posto de Capitã do Quadro de Oficiais Combatentes. Chefe do Núcleo de Qualidade de Vida no Trabalho na Segurança Pública, no âmbito da PMAL. Instrutora da Academia de Polícia Militar Senador Arnon de Mello e do Centro de Formação e Aperfeiçoamento de Praças - CFAP, nas disciplinas de Segurança no Trabalho; Cidadania e Direitos Humanos e Polícia Comunitária.



Leília Andrea Santos da Silva

Graduada em Ciências Econômicas - Universidade Federal de Alagoas - UFAL; Médica Veterinária formada pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL; Especialista em Dermatologia em cães e gatos - Faculdade Unyleya; Especialista em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial - Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL, Pós-graduanda em Clínica Médica e Cirúrgica de Pequenos Animais - Faculdade Qualittas e 3º Sargento da Polícia Militar de Alagoas - PMAL.





Lília Henrique Silva dos Santos

Graduada em Gestão Hospitalar pela Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas (2020) e Pós Graduada em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial pela Universidade Estadual de Alagoas (2021). Tenho experiência na área de Recursos Humanos, Departamento Pessoal e tutoria on-line. Atuou como tutora presencial na Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas e trabalho na iniciativa privada como Analista de Departamento Pessoal.



Marcone Correia de Lima

Licenciado em História pela Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL - Campus III), Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas Norte do Paraná (UNOPAR - polo Palmeira dos Índios), Especialista em Gestão Pública pela Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL - Campus VI), Educador Social, Ator e Diretor Teatral DRT 1326/AL, atualmente é Analista de Compras no Hospital Regional Santa Rita (HRSR), Assessor Técnico da Secretaria Municipal de Cultura de Palmeira dos Índios

- SECULT Pdl. Foi Conselheiro Estadual de Cultura (2012 - 2016), Conselheiro Municipal de Política Cultural de Palmeira dos Índios (2015 - 2019). Tem experiência de atuação nas áreas de planejamento e organização da sociedade civil, elaboração e gestão de projetos sociais, arte e cultura popular, formação em jovens lideranças e articulação em redes.



Maria José da Silva Boia

Bacharel em Ciências Contábeis pela UNEAL – Universidade Estadual de Alagoas, Pós-graduada em Gestão Fiscal e Planejamento Tributário pela FAMA – Faculdade Amadeu e Pós-Graduada em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial também pela UNEAL. Com mais de 10 anos de experiência na área contábil/fiscal, atualmente é colaboradora no setor fiscal de uma Mineradora com o cargo de Analista Fiscal.





Matheus Nascimento

Pós-Graduando em Direito Obrigacional. Graduado em Direito pela Universidade Federal de Alagoas. Integrante do Núcleo de Estudos em Teoria Geral do Direito, Finanças Públicas, Tributação e Cidadania e do Núcleo de Assessoria Jurídica Universitária Popular Aqualtune. Assistente Judiciário no Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.



Natália Monnique da Silva Oliveira

Graduada em Administração pela Faculdade Estácio de Alagoas (2010), possui especialização em Gestão de Recursos Humanos pelo Centro de Ensino Superior Arcanjo Mikael de Arapiraca (2014) e especialização em Gestão Pública pela Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL (2022). Desde 2011, atua como atendente comercial na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, onde ocasionalmente assume também a função de gerente de agência.



Paulo Ricardo Silva Lima

Doutorando em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL. Bacharel em Administração Pública pela Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL. Especialista em Gestão da Qualidade na Administração Pública - UNEAL. Especialista em Direito Administrativo na Faculdade Campos Elíseos - FCE. Especialista em Gestão de Pessoas - FCE. Especialista em Direito Aplicado à Educação - FCE. Especialista em Direito Público - LEGALE. Graduando em Direito pelo Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Assessor administrativo na Defensoria Pública do Estado de Alagoas - DPEAL.



Rafaelly Silva Lima

Possui graduação em medicina veterinária pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL (2020), com estágio supervisionado obrigatório com ênfase em clínica cirúrgica de pequenos animais, na Universidade Federal do Paraná – UFPR; Especialista em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial – Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL. Atua como médica veterinária e coordenadora de vigilância em saúde na Secretaria Municipal de Saúde no município de Mar Vermelho, em Alagoas, desde 2020.



Vanessa Caroline Correia

Administradora de Empresas pela Universidade Estadual de Alagoas, Pós-Graduada em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial pela Universidade Estadual de Alagoas. Assistente Administrativo pelo Serviço Social da Indústria - SESI AL (2017 - 2019). Atualmente assumo a função de Secretária Escolar do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI AL (2019 até o momento), Unidade Arapiraca.



Vanessa Juliana de Mendonça Araújo

Mestrado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Especialista em Formação em Educação a Distância pela Universidade Paulista (UNIP). Especialista em Gestão e Planejamento Estratégico Empresarial pela Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL). Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Possui experiência em pesquisa acadêmica, iniciação científica, e auditoria. Foi professora convidada na pós-graduação da Estácio, com a disciplina Mercado Financeiro e de Capitais (2018).

Foi técnica no Núcleo de Economia da Saúde da Secretaria de Saúde de Alagoas (SESAU). Atualmente, é bolsista da FAPEAL, atuando como técnica no setor de remanejamentos, bem como é professora nos Cursos de Ciências Contábeis, Administração e Logística da FACIMA/FAA-IESA - Faculdade da Cidade de Maceió e nos cursos de Ciências Contábeis e Administração na FDG – Faculdade Delmiro Gouveia.



CAPÍTULO 1

A POLÍTICA DE FOMENTO À CULTURA NO PERÍODO DA COVID-19, EM PALMEIRA DOS ÍNDIOS - AL: IMPACTOS, RESULTADOS E CAMINHOS

Marcone Correia de Lima
Adriana Thiara Oliveira

INTRODUÇÃO

O presente artigo realiza um estudo que se propõe a apresentar resultados quantitativos e qualitativos, tendo como objeto o município de Palmeira dos Índios, em especial sua política de fomento à cultura. O recorte se detém ao período da pandemia da Covid-19, no município, e observa como os beneficiários desse fomento estão se organizando e quais demandas geram para a gestão a política cultura a secretaria municipal de cultura de Palmeira dos Índios.

A Organização das Nações Unidas para a Ciência, a Educação e a Cultura (UNESCO) define a cultura como “o complexo integral de distintos traços espirituais, materiais, intelectuais e emocionais que caracterizam uma sociedade ou grupo social” (1982, p.1). Complementa ainda quando informa que a cultura



“inclui não apenas as artes e as letras, mas também modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, sistemas de valores, tradições e crenças” (1982, p.1).

Desse modo, diversas áreas do conhecimento têm se debruçado sobre o campo de estudos de bens simbólicos, tais como os elementos presentes na cultura: música, dança, artes plásticas e literatura. O estudo desses bens apresenta-se em variados enfoques, com destaque para as ciências humanas, como a Antropologia e a Sociologia.

Segundo Trotta (2005), a circulação de bens simbólicos pela sociedade ocorre principalmente através de empresas que produzem, divulgam e comercializam esses bens em larga escala. A chamada “indústria cultural” tornou-se um objeto de estudo privilegiado.

Os objetivos centrais deste artigo foram, primeiramente, identificar os resultados da política de fomento à cultura, os impactos e os novos caminhos para a política pública de cultura no município de Palmeira dos Índios; verificar se ocorreram mudanças no fazer cultural dos atores culturais a partir do fomento recebido; analisar os resultados obtidos a partir dos editais de fomento, comparando com resultados anteriores, bem como visitar a legislação vigente sobre a cultura no município visando reformulação para novos caminhos.

Para a elaboração do presente, utilizamo-nos da metodologia de pesquisa qualitativa e quantitativa,



desenvolvida a partir de minuciosa análise dos cadastros e formulários dos beneficiários do fomento, alocados na base de dados da Secretaria Municipal de Cultura. Bem como através de questionário desenvolvido e preenchido através de plataforma digital, de participação voluntária e sigilosa com finalidade exclusivamente científica, realizado por pessoas residentes no município de Palmeira dos Índios, que exercem algum tipo de atividade artística e/ou cultural há mais de dois anos precedentes à pandemia.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Palmeira dos Índios é um município brasileiro do estado de Alagoas. É a quarta maior cidade do estado e está localizada no agreste alagoano. O município conta com aproximadamente 73.666 habitantes (est. IBGE/2014) e está situado a cerca de 134 km da capital, Maceió. Em 1835, o povoado foi elevado à categoria de Vila e desvinculou-se do município de Anadia. Mas no ano de 1846, a Vila voltou à condição de Distrito, em consequência das lutas políticas entre famílias locais na região, que inviabilizaram o crescimento econômico do lugar. Só depois de sete anos Palmeira voltou a ser Vila, recuperou o desenvolvimento e foi elevada à cidade em 20 de agosto de 1889. A cidade teve seu auge cultural entre os anos de 1960 a 1999. Após isso, a falta de valorização para com a arte, bem como a falta de políticas de incentivo à cultura, de investimento e o



próprio desinteresse das novas gerações – que estão focados em tecnologia e modernidade – vem desvalorizando a história Palmeirense, tendo por consequência o início do declínio cultural da Princesa do Sertão.

Quem nasceu entre os anos 60 e 80 viveu a prosperidade dessa terra, cheia de festas e de badalados encontros de jovens nas mais diversas praças que existiam, ornamentadas pelas belezas naturais, ali encontradas. Tais praças e marcos de rara beleza já são coisas do passado, só existindo em fotos, ou em vagas lembranças dos saudosistas que ainda coabitam na nação Xucuru, hoje tão trucidada por puras inadequações em suas administrações.

Há anos Palmeira dos Índios recebia o codinome carinhoso de “A Princesa do Sertão Alagoano”. Contudo, os conhecimentos geográficos foram sendo praticados e, de repente, o que era sertão, passou a ser agreste. Além de a cidade perder o codinome, por declínio no seu desenvolvimento econômico e populacional, tornou-se apenas Palmeira dos Índios, cidade situada no Agreste Alagoano, e no posto de 4ª cidade mais desenvolvida do Estado, perdendo para Arapiraca, União dos Palmares e Rio Largo.

A narrativa da população, tal como é contada e recontada nas histórias e nas literaturas locais, fornecem uma serie de estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais, que simbolizam ou representam as experiências, perdas, triunfos e os desastres que dão sentido a um local. (HALL, 2000, p. 52).



Atualmente, a cidade conta com uma biblioteca pública, considerada acervo notável por acadêmicos do município, mas que não dispõe de manutenção e segurança além de ter parte de seu acervo imerso em poças de água por conta das fortes chuvas que adentram pelo telhado quebrado. Dois museus sucateados, são eles: a casa de Graciliano Ramos que abriga seus pertences e encontra-se fechada para uma reforma pelo IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – já sofre avarias do tempo por falta de manutenção; e o Museu Xucuru que, criado para abrigar peças históricas de épocas e estilos de vida dos alagoanos, também sofre com a ação do tempo e a falta de manutenção, sendo utilizado como depósito de objetos pessoais de representantes da alta sociedade alagoana, as quais faleceram e a família não quer os pertences em casa, tampouco querem se desfazer, daí o destino é o museu da cidade.

Os cinemas foram todos demolidos ou se tornaram lojas comerciais. Os espaços de lazer como coretos e praças também foram demolidos ao longo de diversas gestões, construção de obras políticas ou elefante branco. Os teatros comunitários, com seus palcos elisabetanos, poucos resistiram, pois não há mais artistas nem vida artística frequente, devido à falta de fomento e políticas públicas culturais, e o único auditório, que poderia ser o espaço de arte e cultura municipal, está fechado, pois não detém estrutura mínima de água nos banheiros para funcionamento, além de instalações elétricas em curto.



Esse conjunto de práticas reflete, claramente, como a política e a economia, exclusivamente para o enriquecimento de poucos, levam à decadência, ao abandono e ao esquecimento por parte da população, sobre a importância de uma vida artística e cultural ativa, ou seja, uma tentativa de negar o passado, apagar a história negando o presente.

Certamente eles escondem sua relação com práticas que não são mais históricas, mas políticas e comerciais, porém, servindo-se do um passado para negar o presente que repetem, segregam algo estranho as relações sociais atuais, produzem o segredo na linguagem; seus jogos designam um retiro que se pode contar em lendas, invertendo as condutas do trabalho e tomando o seu lugar. (CERTEAU, 1982, p. 88).



Numa tentativa de reestruturação e transformação cultural e de recuperar sua posição cultural, Palmeira dos Índios e seus municípios ainda vivem uma situação de não pertencimento, de negação cultural e, conseqüentemente, sem identidade cultural. Mas uma tentativa por meio de articulações políticas, lhe concedeu novo codinome: “Capital da Cultura de Alagoas”, sem qualquer consulta aos municípios ou mérito atribuído por órgãos e instituições culturais.

Promover o acesso e o fomento à cultura e às suas tradições é possibilitar a geração do desenvolvimento sociocultural da

cidade. Além disso, é preciso que seu povo reconheça e sinta-se pertencente a essa promoção e acesso. Só assim, a população palmeirense se aproximará da cultura local, em busca de uma valorização da gastronomia, do artesanato, das artes, dos costumes de um povo que há muito está esquecido.

A partir da ascensão dos governos democráticos no Brasil (2003-2016), a cultura brasileira ganhou importância e reforço orçamentário e estrutural com a ampliação do Fundo Nacional de Cultura (FNC), interiorização das ações do ministério da cultura em políticas públicas de acesso universal por meio de editais. Dentro desse processo, o município de Palmeira dos Índios esteve inserido e sempre presente, organizou conferências regionais e municipais de cultura e incentivou seus agentes culturais a buscar informações para acessar os recursos e editais. Essas ações ganharam força, articulação e resistência ao longo dos anos, vindo culminarem com a criação de grupos artísticos e culturais locais, a mobilização pela reforma de equipamentos culturais públicos e até abaixo assinado pela não extinção da Secretaria Municipal de Cultura.

Todo essa articulação e mobilização, além da resistência do agentes culturais, consolidou-se em 2015, com a criação da Lei Municipal nº 2017/2015 que criou o sistema municipal de cultural, sistema esse que contempla a cultura em três importantes dimensões: simbólica, cidadã e econômica, além da criação e organização do conselho municipal de política cultural e do fundo municipal de cultura. Esse fundo é o órgão



fomentador das ações e projetos advindos da sociedade civil organizada para fortalecimento da cultural local, criado em 2015, mas apenas criado conta e personalidade jurídica, fato em 2020 após forte mobilização social e apelo nas redes e mídias sociais, em decorrência da pandemia que assolou o país e a paralisação total das atividades artísticas e culturais no país.

A pandemia do covid-19 que se instalou no mundo e se alastrou pelo Brasil em março de 2020. Esse cenário forçou vários setores a pararem suas atividades devido às aglomerações. Nessa leva o setor artístico e cultural foi o primeiro a parar e o último a voltar, sendo o maior impactado. Contudo, houve grande mobilização social sobre o Congresso Nacional para uma política emergencial de ajuda ao setor. Assim surgiu a Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020), lei que possibilitou o repasse de recursos aos cofres estaduais e municipais de todo país para ajudar através de auxílio emergencial, editais e chamadas públicas todo o setor artístico cultural.

Esse processo foi concluído no final de 2020, porém com déficit, visto que o benefício não chegou a todos que precisavam. Essa constatação levou os governos locais a agirem por conta própria. Assim aconteceu em Palmeira dos Índios, uma vez que o Fundo Municipal de Cultura já tinha recursos em conta e rubricas previstas em orçamento, resultantes da pressão e mobilização social, a prefeitura ordenou a criação e um edital nos moldes da lei Aldir Blanc para ajudar, emergencialmente, os agentes culturais do município.



MATERIAIS E MÉTODOS

O conceito de metodologia proposto por Santos e Greca (2013), afirma:

A metodologia é compreendida como um conjunto flexível de diretrizes que vinculam os paradigmas teóricos às estratégias de investigação e aos métodos para a coleta e análise de materiais empíricos. Metodologias são, portanto, compostas por premissas epistemológicas, metateóricas, ontológicas e metodológicas, e determinam a escolha de estratégias ou métodos que, por sua vez, ancoram estes paradigmas em terrenos empíricos específicos ou em uma prática metodológica específica. Assim, a metodologia se refere mais a que um simples conjunto de métodos ou procedimentos (SANTOS; GRECA, 2013, p. 17).



De acordo com Chizzotti (2003, p. 52), as pesquisas têm sido caracterizadas pelo tipo de dados coletados e pela análise que se fará, ficando assim delimitadas. Amado (2015, p. 57-58), apresenta um conceito acerca da delimitação que Chizzotti mencionou:

Investigação qualitativa consiste numa pesquisa sistemática, sustentada em princípios teóricos (multiparadigmáticos) e em atitudes éticas, realizada por indivíduos teórica, metodológica e tecnicamente informados e treinados para o feito. Esta pesquisa tem como objetivo junto dos sujeitos

a investigar (amostras não estatísticas, casos individuais e casos múltiplos) a informação e a compreensão (o sentido) de certos comportamentos, emoções, modos de ser, de estar e de pensar; modos de viver e de construir a vida; trata-se de uma compreensão que se deve alcançar tendo em conta os contextos humanos (institucionais, sociais e culturais) em que aqueles fenómenos de atribuição de sentido se verificam e tornam únicos (perspectiva naturalista, ecológica). (AMADO, 2015, p. 57-58).

As pesquisas quantitativas preveem a mensuração de variáveis preestabelecidas, procurando verificar e explicar sua influência sobre outras variáveis mediante a análise da frequência de incidências e correlações estáticas, de modo que o pesquisador descreve, explica e prediz. Já as pesquisas qualitativas fundamentam-se em dados coligidos nas interações interpessoais, na coparticipação das situações dos informantes, analisadas a partir da significação que estes dão aos seus atos, onde o pesquisador participa, compreende e interpreta.

A política de fomento no município foi iniciada através de Fundo Municipal de Cultura com a criação de um prêmio chamados Sandro Melros, esse prêmio destinava-se a repassa o valor de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), a serem distribuídos em 60 (sessenta) prêmios de R\$ 1.000,00 (um mil reais) para agentes culturais que fossem selecionados via edital. O referido edital



contou com 169 (cento e sessenta e nove) inscrições divididas em seguimentos artísticas e inscritos da seguinte forma:

- 43 – MUSICA – 25,4%
- 08 – TEATRO – 4,7%
- 05 – DANÇA – 3%
- 18 - ARTES PLÁSTICAS E VISUAIS – 10,7%
- 02 – LITERATURA – 1,2%
- 12 - CULTURA POPULAR – 7,1%
- 06 – AUDIOVISUAL – 3,6%
- 67 - CULTURA INDÍGENA – 39,6%
- 06 - CULTURA AFRO BRASILEIRA – 3,6%
- 02 - MANIFESTAÇÕES FOLCLÓRICAS – 1,2%

Insta salientar que, do montante de inscritos, 62% foram participantes do sexo masculino e 38% do sexo feminino.

Sexo masculino = 104 – 62%

Sexo feminino = 65 – 38%

Desse montante, 60 foram premiados seguindo os seguintes quantitativos e segmentos:

- 15 – MUSICA – 25%
- 07 – TEATRO – 12%
- 04 – DANÇA – 8%
- 07 - ARTES PLÁSTICAS E VISUAIS – 12%
- 02 – LITERATURA – 4%



01 - CULTURA POPULAR – 2%

01 – AUDIOVISUAL – 2%

15 - CULTURA INDIGENA – 25%

07 - CULTURA AFRO BRASILEIRA – 12%

01 - MANIFESTAÇÕES FOLCLÓRICAS – 2%

No que concerne ao prêmio, 70% foram do sexo masculino e 30% do sexo feminino.

Sexo masculino = 42 – 70%

Sexo feminino = 18 – 30%

CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA

Utilizamos-nos da metodologia de pesquisa qualitativa e quantitativa, desenvolvida a partir de minuciosa análise dos cadastros e formulários dos beneficiários do fomento do prêmio Sandro Melros, alocados na base de dados da Secretaria Municipal de Cultura.

Ademais, fora elaborado questionário desenvolvido e preenchido através de plataforma digital (Formulários Google), de participação voluntária e sigilosa, com finalidade exclusivamente científica, realizado por pessoas residentes no município de Palmeira dos Índios, que exercem algum tipo de atividade artística e/ou cultural há mais de dois anos precedentes à pandemia.

Primeiramente, cumpre salientar que 26 (vinte e seis) pessoas participaram voluntariamente da pesquisa que aqui está

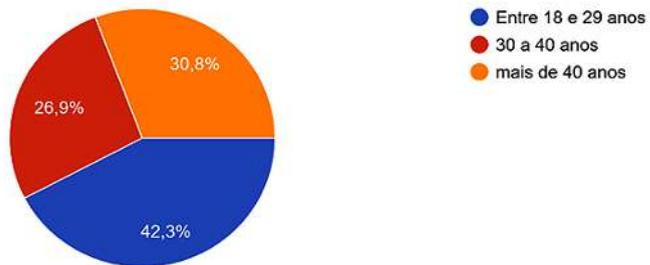


sendo discutida. Esses voluntários autorizaram a utilização de suas respostas para fins de pesquisa e estudo, a fim de corroborar com o acervo do presente trabalho.

A pesquisa foi desenvolvida a partir dos questionamentos que seguem, bem como as respostas formuladas pelos participantes:

Figura 1: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “qual a sua idade?”.

Qual a sua Idade?
26 respostas



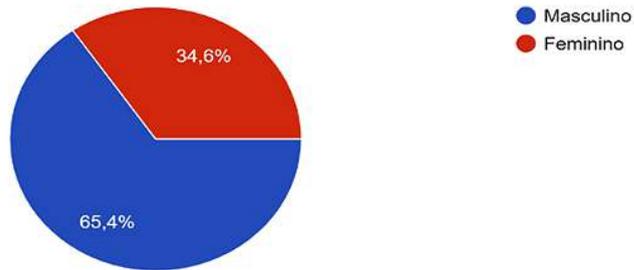
Fonte: de Lima, Marccone Correia. 2021.



Figura 2: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “qual o seu sexo?”

Qual o seu Sexo?

26 respostas

**Fonte:** de Lima, Marcone Correia. 2021

É possível depreender, com base nos gráficos das Figuras 1 e 2, que atualmente a grande maioria atuante no desenvolvimento de atividade artística tem faixa etária entre 18 anos e 29 anos, ou seja, pessoas nascidas entre os anos de 1992 e 2003.

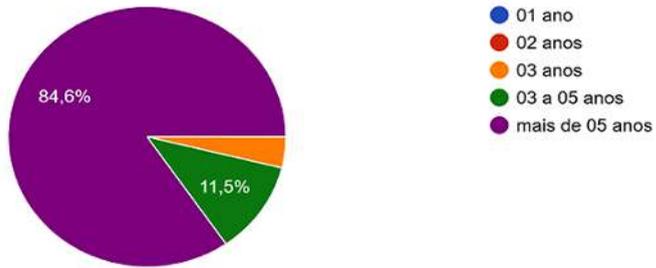
Ocorre que, de acordo com Miranda, Rocha e Elger (2014), os anos 90 foram marcados pela forte parceria com as empresas privadas, realizada a partir de leis de incentivo fiscal à cultura. Com isso o Estado ficou apenas com a função de facilitar as atividades culturais, a partir de estímulos financeiros, encontrados em empresas privadas para viabilizar a realização de eventos e movimentos culturais.



Figura 3: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “há quanto tempo é artista ou desenvolve alguma ação cultural?”

Há quanto tempo é artista ou desenvolve alguma ação cultural?

26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

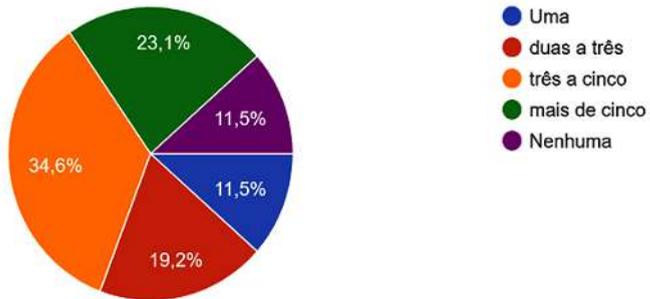
Levando em conta a delimitação da pesquisa realizada e tendo em vista os 26 (vinte e seis) entrevistados serem da cidade de Palmeira dos Índios, depreende-se do gráfico que houve diminuição da entrada de pessoas no exercício de atividades artísticas e culturais, isto porque 11,5% dos entrevistados só às exerce há 3 a 5 anos, enquanto 84,6% exerce atividades artísticas e culturais há mais de 5 anos. As pessoas estão afastando-se cada vez mais do mercado artístico e cultural em grande parte por não haver apoio, patrocínio e, ainda, remuneração adequada para tal.



Figura 4: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “quantas atividades artísticas ou culturais realizou nos últimos dois anos:”

Quantas atividades artísticas ou culturais realizou nos últimos dois anos?

26 respostas

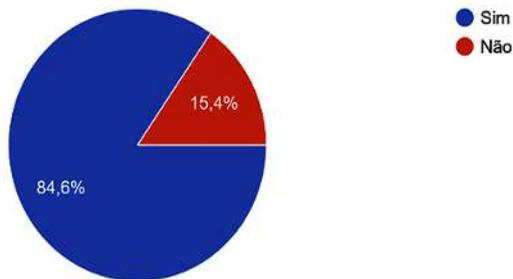


Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

Figura 5: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “no período da pandemia parou suas atividades de trabalho, artísticas e culturais?”

No período da pandemia parou suas atividades de trabalho, artísticas e culturais?

26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021



Levando em consideração as figuras 4 e 5, 11,5% dos entrevistados, não exerceram nenhuma atividade artística e/ou cultural nos últimos 2 anos, que, vale lembrar, foi justamente no período de expansão e continuidade da pandemia da Covid-19. Ademais, 84,6% dos entrevistados pararam completamente suas atividades no período da Pandemia. Ou seja, 15,4% precisaram dar continuidade a seus trabalhos, pelos mais diversos e pessoais motivos, onde 23,1% desenvolveram mais de 5 atividades artísticas e ou culturais, durante este período.

Figura 6: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “no período da pandemia de onde veio seu sustento?”.



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

Como a maioria dos trabalhos realizados durante a pandemia foram realizados através do meio remoto, com o *home office*, e tendo em vista que as atividades no meio artístico e/ou cultural são realizadas de forma presencial, a exemplo de

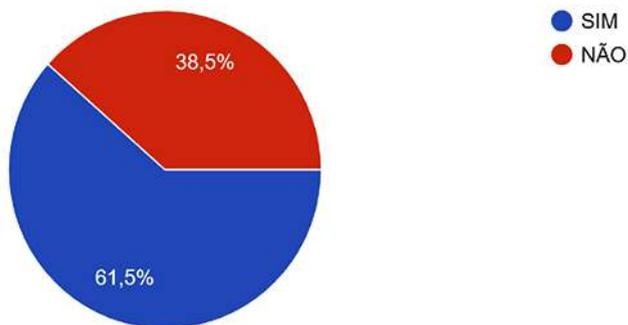


concertos, musicais, teatro e entre outros, 84,6% dos entrevistados pararam a realização de suas respectivas atividades. De acordo com a figura acima, depreende-se que 65,4% dos entrevistados adquiriram renda para prover seu sustento através de atividades diversas do meio artístico e/ou cultural, isso porque essas pessoas têm outros trabalhos independentes daquele. A parcela restante desses entrevistados, na falta de trabalhos diversos do meio artístico e/ou cultural, conseguiu manter seu sustento através de auxílio-emergencial, recebimento de aposentadoria, loas e benefício assistencial à pessoa idosa ou com deficiência, ajuda de familiares, fomento recebido pela secretaria municipal de cultura, assim como precisaram vender seus objetos pessoais.

Figura 7: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “você cobra para realizar uma atividade artística ou cultural?”

Você cobra para realizar uma atividades artística ou cultural?

26 respostas



Fonte: de Lima, Marccone Correia. 2021



Figura 8: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “quanto ganhou em dinheiro nos últimos dois anos com sua atividade artística ou cultural?”

Quanto ganhou em dinheiro nos últimos dois anos com sua atividade artística ou cultural

26 respostas



Fonte: de Lima, Marccone Correia. 2021

Nota-se que existem dois extremos quanto a esse questionamento: 30,8% dos entrevistados ganharam de um a três salários mínimos (de R\$ 1.100,00 a R\$ 3.000,00 reais), nos últimos dos anos no exercício de suas atividades artísticas ou culturais; enquanto 26,9% não ganharam nada com os exercícios de suas atividades artísticas ou culturais. A máxima do questionamento no quesito valores foi o ganho de mais de três salários mínimos (R\$ 3.300,00) e esta proporção receberam 11,5% dos participantes da pesquisa. A dicotomia existe no sentido de que estamos falando de dois anos e não de meses, ainda quem conseguiu receber mais que três salários mínimos recebeu pouquíssimo.



Figura 9: Resultado da pesquisa quanto a indagação em como a renda auferida foi utilizada.

O que ganhou com a renda de sua atividade artística ou cultural, foi utilizado em:
26 respostas



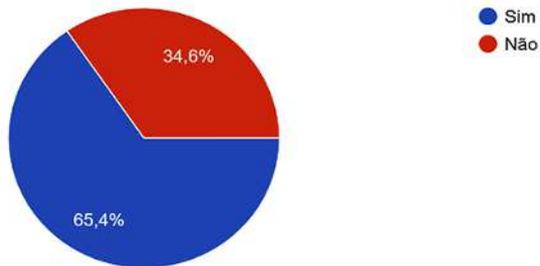
Fonte: de Lima, Marccone Correia. 2021

As pessoas que receberam valores no exercício de suas respectivas atividades artísticas e/ou culturais de acordo com a Figura 6, receberam a alçada maior que três salários mínimos, ou seja, mais de R\$ 3.000,00 reais. Ocorre que esse valor é o montante percebido em dois anos que, convenhamos, chega a ser desumano e o gráfico acima mostra isso. Vejamos: 15,4% investiram na melhoria da atividade artística e/ou cultural; 15,4% utilizaram o dinheiro percebido para sustentar a família; 46,2% investiram o dinheiro em ambos; além disso 19,2% não receberam nada. Ora, mais de R\$ 3.000,00 percebidos em dois anos é o mesmo que ganhar R\$ 125,00 por mês durante 24 meses e aqui estamos demonstrando as pessoas que ganharam mais de R\$ 3.000,00, onde 46,2% precisaram distribuir seus ganhos entre sustentar a família e investir na melhoria de suas atividades.



Figura 10: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “já recebeu apoio ou patrocínio para realizar sua atividade artística ou cultural?”

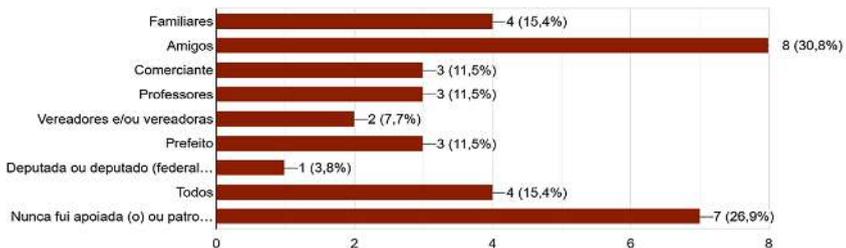
Já recebeu apoio ou patrocínio para realizar sua atividade artística ou cultural?
26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

Figura 11: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “quem foi o apoiador ou patrocinador de sua atividade artística ou cultural?”

Quem foi o apoiador ou patrocinador de sua atividade artística ou cultural?
26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

As figuras 8 e 9 demonstram que dos 65,4% que receberam apoio para o exercício de suas atividades físicas, entre os apoiadores estão os familiares, amigos, comerciantes,

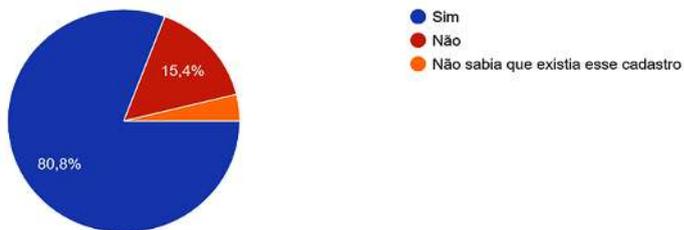


professores, vereadores, prefeito e deputados. Enquanto, 34,6% nunca foram apoiados ou patrocinados. Ocorre que a falta de apoio e/ou patrocínio é fator definitivo para uma pessoa continuar ou não exercendo as atividades artísticas e/ou culturais que se propunham a fazer. Com o que vimos na figura 6, dos entrevistados, 26,9% não receberam nenhuma remuneração, nos últimos dois anos, pelo exercício de suas atividades. É muito difícil não ver reconhecido seu trabalho, principalmente, quando se trata de algo de tamanha importância que é o exercício de atividades artísticas, a fim de manter em movimento a cultura. Mais difícil ainda, permanecer em um mercado onde não há apoio e patrocínio e, conseqüentemente, não ter como manter a vida, quando não há movimentação de capital.



Figura 12: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “tem cadastro na secretaria municipal de cultura?”

Tem cadastro na secretaria municipal de cultura?
26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

De acordo com o site da Prefeitura de Palmeira dos Índios, a Secretaria Municipal da Cultura tem por finalidade promover

a cultura e a arte no âmbito municipal, efetuar a organização e manutenção das bibliotecas e dos museus municipais, supervisão do patrimônio histórico do Município, além da promoção de atividades relacionadas ao desenvolvimento cultural da comunidade, à organização e promoção de eventos turísticos no Município e à elaboração de projetos e atividades relacionadas à cultura. Levando em consideração que 80,8% têm cadastro na Secretaria e 15,4% não o têm, temos um montante de 3,8% que sequer sabiam que existia tal cadastro.

Figura 13: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “já participou de algum edital público lançado pela secretaria municipal de cultura?”.

Já participou de algum edital público lançado pela secretaria municipal de cultura?
26 respostas



Fonte: de Lima, Marccone Correia. 2021

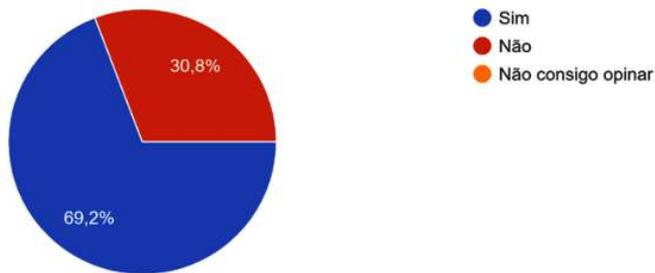
No decorrer da pesquisa, constatou-se que 15,4% dos entrevistados não têm cadastro na Secretaria Municipal de Cultura. Ocorre que tanto a Secretaria Municipal de Cultura, como a Prefeitura de Palmeira dos Índios, divulgam quando do lançamento dos editais públicos. A partir do momento que não



preexiste cadastro naquela Secretaria, o cidadão que exerce atividade artística e/ou cultural, fica impossibilitado de participar do certame.

Figura 14: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “foi contemplado em algum edital da secretaria municipal de cultura?”.

Foi contemplado em algum edital da secretaria municipal de cultura?
26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

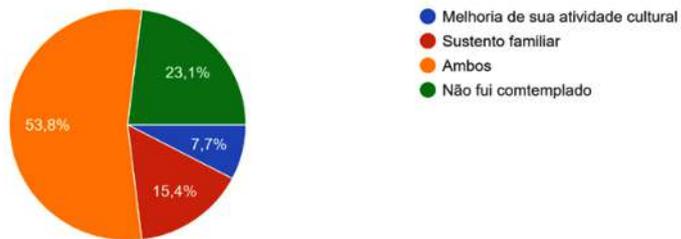
Não preexistindo cadastro na Secretaria Municipal de Cultura, bem como não participando do edital público, a consequência é a não contemplação nos editais. Podemos observar que 30,8% dos entrevistados nunca participaram de nenhum edital público lançado pela Secretaria Municipal de Cultura e essa mesma porcentagem nunca foi contemplada.

Há de se estabelecer maiores vínculos tanto da Secretaria Municipal de Cultura para com os artistas da cidade de Palmeira dos Índios, bem como desses para com aquela secretaria, de

forma recíproca, a fim de fomentar, aperfeiçoar e divulgar as atividades artísticas e culturais, que desempenham papel tão singular na sociedade.

Figura 15: Resultado da pesquisa quanto a indagação em como o recurso adquirido em edital foi utilizado.

O recurso que ganhou no edital, usou para:
26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

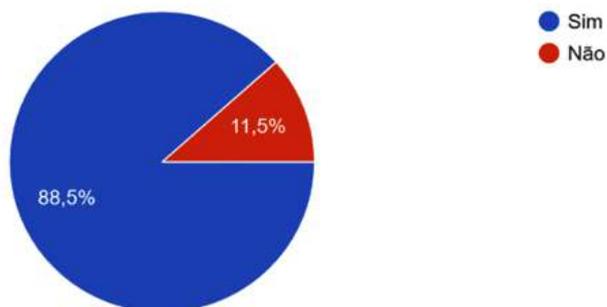
Assim como a figura 9, com o dinheiro recebido pelo edital, 53,8% das pessoas contempladas, usaram o dinheiro para melhorar suas atividades artísticas e culturais, bem como o usaram para sustentar suas famílias.



Figura 16: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “você entende o que é política pública de cultura?”.

Você entende o que é política pública de cultura?

26 respostas



Fonte: de Lima, Marccone Correia. 2021

Política Pública de Cultura pode ser entendida como o conjunto de iniciativas e medidas de apoio institucional desenvolvidas pela administração pública ou instituições civis, empresas ou grupos comunitários na perspectiva de orientar o reconhecimento, a proteção, o estímulo de determinados aspectos sociais que conferem identidade.

O objetivo principal das políticas culturais é a democratização do acesso e fruição da oferta de bens e serviços culturais. Um exemplo para isso pode ser evocado num projeto educacional que visa dar aos alunos das redes municipais e estaduais de ensino acesso a instrumentos musicais, acesso a aulas gratuitas ou a preço acessível; isso por vezes exige parceria entre



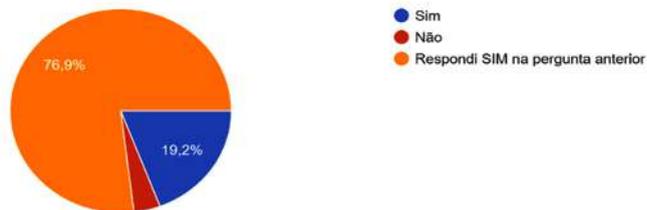
o público e o privado para financiar os custos que o processo terá.

Quanto a este questionamento apenas 11,5% dos entrevistados não sabiam de que se tratava a política pública de cultura.

Figura 17: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “se respondeu não na pergunta anterior, gostaria de entender mais e compreender sobre a política pública municipal de cultura?”

Se respondeu não na pergunta anterior, gostaria de entender mais e compreender sobre a política pública municipal de cultura?

26 respostas



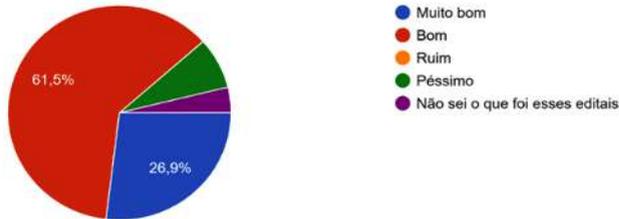
Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

Buscar conhecer, entender e avaliar as questões das políticas públicas se faz mister, pois nos dias atuais, ainda é tema que gera grande discussão, isso se dá em razão de “a crítica ao pouco interesse que intelectuais e artistas brasileiros sempre teriam mostrado em relação aos demais países latino-americanos” (DURAND, 2001, p. 70). Essa ignorância ajuda a alimentar uma perspectiva de administração submissa que contribui para perpetuar a dependência cultural desse subcontinente em relação ao que se pensa e se cria nos polos dominantes da cultura da Europa Ocidental e da América do Norte.

Figura 18: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “como avalia os editais que fomentaram a arte e cultura no município, no período da pandemia?”.

Como avalia os editais que fomentaram a arte e cultura no município, no período da pandemia?

26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

Aos que participaram da pesquisa, depreende-se que 26,9% avaliaram os editais como sendo muito bom, 61,5% os avaliaram como bom, enquanto 11,6% foram dividido entre péssimo e pessoas que não sabiam o que foram os editais.

O que deve preocupar não são as respostas positivas, mas sim as negativas e as de desconhecimento. O município de Palmeira dos Índios, em sua Lei Municipal nº 2017-GP, leciona que “a cultura é um direito fundamental do ser humano, devendo o Poder Público Municipal prover as condições indispensáveis ao seu pleno exercício, no âmbito do Município de Palmeira dos Índios”.

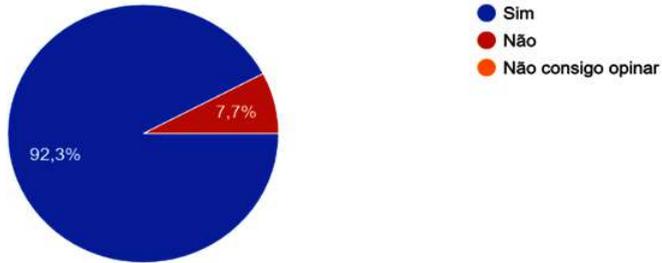
Prover condições significa também que dar acesso, tornar público, a fim de que não houvesse de maneira alguma tantas avaliação como sendo péssimo os editais e, tampouco, abrir brechas para que ninguém pudesse informar que não sabia do que tratavam os editais.



Figura 19: Resultado da pesquisa quanto a pergunta “a política pública de fomento via editais e prêmios devem continuar?”.

A política pública de fomento via editais e prêmios devem continuar?

26 respostas



Fonte: de Lima, Marcone Correia. 2021

Apenas 7,7% dos entrevistados votaram “não” quando questionados se a política pública de fomento via editais e prêmios deveria continuar, enquanto 92,3% responderam à pergunta afirmativamente, concordando com a continuidade.

Importante frisar que a cultura é um importante vetor de desenvolvimento humano, social e econômico, devendo ser tratada como uma área estratégica para o desenvolvimento sustentável e para a promoção da paz. Ademais, é dever do poder público municipal fomentar a economia da cultura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existe, no Município de Palmeira dos Índios, a Lei nº 2017-GP que dispõe sobre o Sistema Municipal de Cultura de Palmeira



dos Índios, seus princípios, objetivos, estrutura, organização, gestão, inter-relações entre os seus componentes, recursos humanos, financiamento e dá outras providências.

A cultura é um direito fundamental do ser humano, devendo o Poder Público prover as condições indispensáveis ao seu pleno exercício. Ademais, é um importante vetor para o desenvolvimento humano, social e econômico, devendo ser tratada como uma área estratégica para o desenvolvimento sustentável e para a promoção da paz.

A Lei Municipal dispõe ainda que é responsabilidade do Poder Público Municipal, com a participação da sociedade, planejar e fomentar políticas públicas de cultura, assegurar a preservação e promover a valorização do patrimônio cultural material e imaterial do Município de Palmeira dos Índios/AL e estabelecer condições para o desenvolvimento da economia da cultura, considerando em primeiro plano o interesse público e o respeito à diversidade cultural.

Ocorre que a sociedade no geral aprecia mais as atividades artísticas e culturais da Europa Ocidental e da América do Norte, não valorizando e nem dando suporte ao que temos de artístico e cultural. Há oferta na área cultural, mas não há demanda, não há procura por grande parte da sociedade pelos trabalhos artísticos e culturais e assim ocorre no Município de Palmeira dos Índios.

Nessa vertente, uma ruptura, ou ao menos uma tentativa de confrontar essa desigualdade, passaria por um maior



conhecimento e reconhecimento da qualidade das manifestações artísticas e culturais da América Latina e da localização de seus elementos mais originais e profundos.

A diplomacia brasileira não se governa por diretrizes claras no domínio da cultura (Ribeiro, 1989), nem consegue administrar, com um mínimo de vontade efetiva e continuidade, as frentes de colaboração cultural que poderiam produzir uma tênue reversão que seja no quadro anteriormente desenhado.

Cabe ao Poder Público Municipal criar as condições para o desenvolvimento da cultura como espaço de inovação e expressão da criatividade local e fonte de oportunidades de geração de ocupações produtivas e de renda, fomentando a sustentabilidade e promovendo a desconcentração dos fluxos de formação, produção e difusão das distintas linguagens artísticas e múltiplas expressões culturais.

Da mesma forma que cabe ao Poder Público Municipal criar as condições para o desenvolvimento da Cultura, cabe também aos artistas da cidade de Palmeira dos Índios cobrar do Poder Público Municipal. Há Lei dispondo dos direitos e obrigações para com as pessoas que exercem atividades artísticas e/ou culturais no município. Artistas e Município devem criar maior vínculo de proximidade a fim de fomentar as atividades artísticas e culturais do Município de Palmeira dos Índios e recuperar o auge cultural de outrora.



REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020.** Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14017.htm. Acesso em novembro de 2021.

_____. **Lei Municipal nº 2017-GP, de 19 de março de 2015.** Dispões sobre o Sistema Municipal de Cultura de Palmeira dos Índios, seus princípios, objetivos, estrutura, organização, gestão, inter-relações entre os seus componentes, recursos humanos, financiamento e dá outras providências. Disponível em: http://arq.jpcms.com.br/lai_leis_municipais/ae2678644fc1bdd991958497d38e4d55.pdf. Acesso em 10 jan 2022.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da História.** Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1982.

DURAND, José Carlos. **Cultura como objeto de política pública.** São Paulo em Perspectiva, 15(2), 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/fHHZxHX7XDrdPYTMYPGQRzd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 dez 2021.

F Trotta - Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura, 2005

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-modernidade.** 4. Ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

MIRANDA, E. D. A.; ROCHA, E. S.; EGLER, T. T. C. A trajetória das políticas públicas de cultura no Brasil. Novos Cadernos NAEA, v. 17, n. 1, p. 25-46, Jun. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/ncn/article/view/1775>. Acesso em: 20 dez 2021.



RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira**. Brasília, Fundação Alexandre de Gusmão/Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, 1989.

UNESCO. **World conference on cultural policies**. 1982.

De LIMA, Marcone Correia. Apontamentos Sobre a Identidade Cultural de Palmeira dos Índios. Palmeira dos Índios 2019.

SANTOS, F.M.T.; GRECA, I.M. Metodologias de pesquisa no ensino de ciências na América Latina: Como pesquisamos na década de 2000. *Ciência & Educação*, Bauru, v. 19, n.1, p. 15- 33, 2013.

CHIZZOTTI, A. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. *Revista Portuguesa de Educação*. Braga-PT, v. 16, n. 2, p. 221-236, 2003.



CAPÍTULO 2

A AUTOMATIZAÇÃO DE PROCESSOS: ESTRATÉGIA PARA AUMENTAR A PRODUTIVIDADE DE UMA EMPRESA DE MEDIO PORTE

Vanessa Caroline Correia
Maria José da Silva Boia
Augusto Ferreira Ramos Filho



INTRODUÇÃO

A velocidade das mudanças no mundo corporativo tende a ser cada vez maior, pois as empresas têm sempre buscado formas mais inovadoras a fim de obter maior qualidade e produtividade nos processos organizacionais. Ruas (2001) afirma que toda organização que tem pretensões de se tornar competitiva no mercado global deve, necessariamente, direcionar especial atenção às novas formas de gestão.

Nesse contexto, surge a Gestão por Processos de Negócio (*Business Process Management – BPM*), que pode ser compreendida como uma abordagem para identificar, desenhar, executar, documentar, medir, monitorar, controlar e melhorar os processos de negócio para que os resultados desejados possam

ser alcançados (ABPMP, 2009). A organização que utiliza o *BPM* consegue ir além da transformação dos processos pois através dessa metodologia constrói novas formas de geração de valor.

Para implantação do *BPM* faz-se necessário o uso do suporte tecnológico chamando de *BPMS (Business Process Management Suite)*, o qual se trata de um conjunto de sistemas que automatiza a gestão de processos de negócio, desde a sua modelagem, execução, controle e monitoramento, com foco na transformação do negócio e na melhoria contínua. Segundo Hedge III (2005), o *BPMS* é uma plataforma de software que permite ao usuário projetar, executar, e gerenciar um completo processo de negócio, na sua íntegra utilizando-se de um único “motor”, o que traz facilidade na manutenção e controle das regras.

Ao adotar um modelo de negócio que seja condizente com seus objetivos organizacionais, a empresa aumenta sua produtividade. Segundo Corrêa (2004), a produtividade é a medida de eficiência com que os recursos de entrada de um processo são transformados em saídas. King (2007) enfatiza que o significado contemporâneo de produtividade deve ser considerado de maneira ampla. Isto é, produtividade significa os esforços para adaptar eficiência e humanidade.

A aplicação dessa ferramenta é mais facilitada em pequenas e médias empresas, pois o investimento necessário é menor e o número de processos críticos também tende a ser menor. (FONSECA, 2011; ISAE/FGV, 2013).



DISCUSSÃO TEÓRICA

Os estudos sobre métodos que facilitem o trabalho e gerem mais eficiência dentro da organização não são recentes. Morgan (1996) afirma que a arte de administrar é evidente nas práticas das primeiras organizações formais de que se tem notícia, dentre as quais pode-se destacar aquelas que construíram as pirâmides do Egito, os impérios, as grandes igrejas, dentre outras.

A Administração Científica de Taylor tem como sua principal motivação a redução de custos e o aumento da produtividade (GRUN, 1986). Hodgetts e Wrege (2000) confirmam a ideia de Grun e adicionam que estes permanecem como um dos principais objetivos da gerência nos dias atuais.

No quadro 1 os princípios de economia dos movimentos são apresentados e classificados, de acordo com Willer (2011), em três grupos: uso do corpo humano, arranjo material do local de trabalho e desempenho das ferramentas e/ou equipamentos. Apresentar-se-á a seguir mais detalhes dessa classificação, bem como descrição de cada grupo.



Quadro 1 - princípios de economia de movimentos

PRINCÍPIO	DESCRIÇÃO
Uso do corpo humano	Evitar movimentos inúteis na execução de uma tarefa, buscando o melhoramento e métodos para diminuir os esforços musculares.
Arranjo material do local de trabalho	Procurar executar, do ponto de vista fisiológico, os movimentos necessários e também buscando selecionar criteriosamente os operários para todas as funções.
Desempenho das ferramentas/ equipamentos	Fazer com que haja uma sincronia onde os movimentos deverão ter um ritmo apropriado e também treinar de uma forma permanente os operários nos seus postos de trabalho.

Fonte: Elaboração Própria.

O princípio “uso do corpo humano” busca evitar movimentos inúteis na execução de uma tarefa, o “arranjo material do local de trabalho” procura executar os movimentos necessários e busca também selecionar os operários para todas as funções, e o “desempenho das ferramentas/equipamentos” busca fazer com que haja uma sincronia onde os movimentos devem ter um ritmo apropriado e também treinar de uma forma permanente os operários em seus postos de trabalho.



A automatização é o uso de meios automáticos para se realizar uma atividade. O que diferencia a automatização da automação industrial é o fato de haver correção da resposta do sistema, o que acontece na automação.

Para fazer qualquer coisa, como produzir um bem ou um serviço, é necessário constituir um processo, um conjunto de elementos que possam conduzir, sem desvios, os recursos e esforços do início ao fim do trabalho, alcançando assim, a meta ou objetivo desejado (CRUZ, 2003).

Os processos podem ser finalísticos, de apoio, de gestão e de negócios. Os processos definidos através de uma perspectiva de negócios, tem um fluxo de atividades padronizadas e coordenadas, realizado por pessoas ou máquinas, e que pode se estender através de fronteiras funcionais ou departamentais, a fim de atingir um objetivo de negócio que crie valor para clientes externos ou internos. (CHANG, 2006). A automatização de processos de negócio será o foco do presente trabalho.

Em um processo de negócio, as atividades e tarefas não são os únicos elementos constituintes. Outros elementos integrantes são identificados em uma análise mais detalhada como a realizada em Cruz (2003), onde são identificados diversos componentes pertencentes a qualquer Processo de Negócio, como apresenta-se no quadro 2.



Quadro 2- Componentes dos Processos de Negócio.

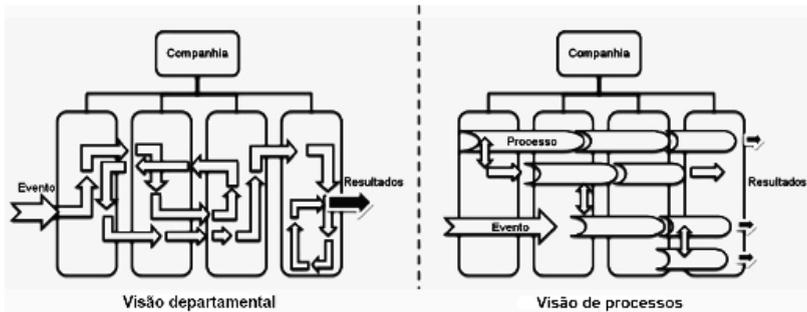
COMPONENTE	CONCEITO
Cientes externos	Usuários dos serviços ou compradores dos bens produzidos.
Ocorrências	Pacote de instruções, dados, informações e insumos, que dão “vida” aos processos.
Atividades	Conjunto de instruções, ações e tecnologia cujo objetivo é processar as entradas para produzir parte do produto de um processo.
Metas e indicadores de desempenho	Meta é o resultado esperado e os indicadores de desempenho, também chamados de métricas, medem os parâmetros quantitativos ou qualitativos a respeito de uma meta.
Cientes internos	Os funcionários são clientes internos e atuam esperando respostas e produtos.
Papeis funcionais	Funções que cada funcionário ou conjunto de funcionários exercem na execução de uma atividade.
Procedimentos	Especificam o que as atividades têm por responsabilidade fazer, como, quando, usando quais recursos e de que forma.
Tarefas	São o detalhamento dos procedimentos. Tratam-se da menor parte de um processo de negócio e detalham ao máximo uma atividade.
Regras de negócio	Orientam a execução das tarefas, seguindo um conjunto de normas definidas nos procedimentos.
Exceções e anomalias	Exceções são acontecimentos não esperados, e se não forem tratados corretamente são considerados anomalias.
Tempos	Tempo existente na realização de atividades.
Rotas	São os caminhos pelos quais serão transportadas as ocorrências.

Fonte: Elaboração própria.



Os processos de negócio possuem como característica principal a passagem por toda a organização, promovendo assim uma visão sistêmica do trabalho. Dessa forma, conhecendo a visão do processo, é possível definir o que deve e como deve ser feito, não visando as atividades dos departamentos, mas sim, atividades que agregam valor à organização, independentemente do departamento que executará o processo (BALDAM, 2007).

Figura 1 – Visão departamental x Visão por processos



Fonte: (Carrara, 2011).

A visão por processos não anula a presença dos organogramas e departamentos nas organizações. As inovações não abolem a visão funcional que continua útil em muitas das situações gerenciais. Em relação a quantidade, os departamentos podem diminuir, alterar as responsabilidades, descentralizar, usar estrutura em matriz, entre outras, mas isso não leva necessariamente à extinção por completo da estrutura hierárquica na forma de organogramas como estamos acostumados (CANEDO, 2012).



Nesse contexto, a gestão de processos tem cada vez mais atraído a atenção das organizações principalmente devido à crescente demanda de flexibilidade e rápida adaptação das empresas em meio ao atual cenário de grande pressão, competitividade e de grande expectativa dos clientes, além da crescente oferta de soluções tecnológicas, o que vem facilitando e incentivando a admissão deste tipo de gestão (CARRARA, 2011).

Como se verifica na figura 2, de acordo com ABPMP (2013), o gerenciamento de processos de negócio começa em um nível mais alto do que o que executa o trabalho. Subdivide-se em subprocessos que precisam ser realizados por uma ou mais atividades dentro de funções de negócio. As atividades podem ser divididas em tarefas e, logo após, em cenários de realização da tarefa e seus respectivos passos.



Figura 2: Processos orquestrando atividades

Fonte: ABPMP (2013).

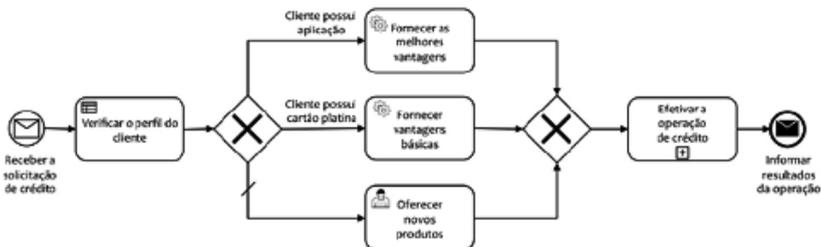
Para Eriksson e Penker (2000) vários motivos existem para se modelar um negócio, dentre eles: Entender melhor os mecanismos chave de um negócio existente; Comunicar de forma clara e sem inseguranças de conhecimento sobre um negócio existente; Utilizar o modelo como base para criação de sistemas de informação que apoiem o negócio; Melhorar a estrutura atual do negócio e sua operação; Experimentar um novo conceito de negócio ou estudar o negócio de um concorrente; Identificar oportunidades de terceirização.

De acordo com ABPMP (2013, p. 79), “*Business Process Model and Notation é um padrão criado pelo Business Process Management Initiative (BPMI), incorporado ao Object Management Group (OMG), grupo que estabelece padrões para sistemas de informação*”. Apresenta também um conjunto de símbolos para modelagem, que descrevem relacionamentos claramente definidos, tais como fluxo de atividades e ordem de procedência.

A principal característica é o fato de que BPMN permite indicação de eventos de início, intermediário e fim, fluxo de atividades e de mensagens, comunicação intranegócio e colaboração internegócio. Indica-se usar esta ferramenta para apresentar um modelo de processos para pessoas diversas, entre outras (OLIVEIRA, 2012).

A seguir podemos observar na figura 3 exemplo de um fluxo de solicitação de crédito no qual é desenhado através de *BPMN*:

Figura 3: Representação de um fluxo em *BPMN*



Fonte: ABPMP (2013).



Nesta figura podemos observar o passo a passo do processo de solicitação de crédito, primeiro verifica-se o perfil do cliente, caso o cliente possua aplicação é fornecido melhores vantagens, caso ele possua cartão platina é fornecido vantagens básicas, e se ele não possui nada, é oferecido novos produtos, por fim, a operação de crédito é efetivada, e um e-mail contendo o resultado da análise é enviado.

BPMS significa em inglês '*Business Process Management System*' e em português '*Sistemas de Gerenciamento ou Gestão de Processos de Negócio*'. São as ferramentas e sistemas de softwares responsáveis pela automatização e execução dos processos, pois controlam e monitoram as etapas das atividades e tarefas realizadas em uma organização (ABPMP, 2013).

FREIRE (2018) Traz que com a automatização de processos é possível controlar e monitorar resultados em tempo real. Esses resultados são definidos através de indicadores de performance, que observam onde que há ineficiência e desperdícios.

Além disso, a automatização de processos permite descentralizar funções e delegá-las de uma forma bem mais simples. Através de um sistema integrado de níveis e acessos de aprovação, o controle operacional e o gerenciamento ficam mais simples e intuitivos, diminuindo o tempo perdido com burocracia.



MATERIAIS E MÉTODOS

Quanto à natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada, a qual objetiva a geração de conhecimentos para aplicação prática em prol da resolução de problemas específicos. Para Gil (2009) a pesquisa aplicada abrange estudos elaborados com o objetivo de resolver problemas no âmbito das sociedades em que os pesquisadores vivem.

Quanto à caracterização da pesquisa, apresenta uma abordagem qualitativa, na qual considera que haja uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, ou seja, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números (SILVA & MENEZES, 2001).

Quanto à classificação da pesquisa pode-se defini-la de duas formas utilizando a classificação de Vergara (2005): quanto aos meios e quanto aos fins. Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa exploratória devido à escassez de estudos sobre automatização de processos ligada a produtividade. “A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.” (DIEHL, TATIM, 2004, p. 53). Quanto aos meios, caracteriza-se como um estudo de caso, visto que teve como instrumento de estudo a organização citada abaixo, do mesmo modo em que a pesquisa tem caráter de profundidade e detalhamento. (VERGARA, 2005).



CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA

Durante as entrevistas observou-se que a empresa estudada tem claro o método de automatização de processos por mapeamento e/ou modelagem. A empresa, que é orientada através da Gestão por Processos, ou *BPM*, segue a orientação de autores e pesquisadores da área em relação aos passos para automatização de processos, onde realiza o estudo do processo atual, ou *AS IS*, faz o mapeamento, identifica as falhas e/ou riscos do processo, documenta, e faz o desenho do processo no estado futuro, o que é considerado como ideal.

Conforme citado anteriormente, a empresa tem a sua metodologia de Gestão por Processos, e faz uso das ferramentas aplicadas a esta metodologia, como por exemplo o *BPMS*, que é o sistema que imputa os dados para a automatização, utilizando as notações de *BPMN*. A empresa contratou um sistema chamado “orquestra” onde a maioria dos processos que são automatizados estão nele, e todos os colaboradores tem acesso e utilizam para desenvolver suas atividades diárias.

A empresa estudada possui um mapa estratégico, onde constam as diretrizes, objetivos e metas que regem a mesma, sendo uma dessas diretrizes a elevação da maturidade de processos. Para alcançá-la a organização investe em pesquisa e sistemas para que seus processos estejam condizentes com os objetivos, isso fica evidente com o que foi apresentado neste capítulo. Além de ser um objetivo dar maior fluidez aos processos, o que traz um



ganho com produtividade, e possibilita que menos colaboradores façam mais e melhor, e permite que estes absorvam atividades mais estratégicas.

O objetivo geral deste trabalho foi “analisar como a automatização de processos pode ser utilizada como estratégia para alavancar a produtividade de uma empresa de médio porte”. Para atender esse objetivo geral, foi elaborado o modelo conceitual da pesquisa que partiu do princípio que uma empresa baseada na gestão por processos precisa seguir passos pré-definidos para que consiga alcançar seus objetivos organizacionais.

Como primeiro passo, parte-se para analisar o método de automatização de processos da empresa estudada, foi mostrado que a empresa utiliza o mapeamento e/ou modelagem de processos como método, seguindo rigorosamente as etapas conforme o modelo adotado pela mesma, que é o de Gestão por Processos. Foi identificado que a organização mapeia primeiramente o processo no estado atual, identifica possíveis erros e falhas, e desenha ele no estado futuro, que no caso é o ideal.

Após isso, era preciso verificar quais as metodologias aplicadas para a implementação das ferramentas de automatização de processos, e durante a pesquisa de campo fica evidente, conforme já citado anteriormente, que a organização é voltada para a gestão por processos, ou *BPM*. A principal ferramenta utilizada para automatização é o *BPMS*, dentro desse sistema são utilizadas notações, que são um padrão, de *BPMN*. A empresa estudada contratou um sistema chamado “orquestra”,



onde a maioria dos seus processos estão contidos nele, e todos os colaboradores tem acesso e papéis previamente definidos para executar as atividades de sua responsabilidade nesse sistema.

Para finalizar, como último passo, era necessário identificar as estratégias para alavancar a produtividade da empresa utilizando a automatização de processos. Foi identificado na pesquisa que a empresa possui claro seus objetivos, sendo um deles a maturidade de processos, dando maior fluidez para os mesmos. Com a automatização de processos é identificado um ganho de tempo, desperdício com papel, entre outros, tornando assim todos os colaboradores mais produtivos, o que possibilita a entrega de suas atividades em um menor espaço de tempo, sem perder a qualidade.

Dessa forma, pode-se concluir que por meio de uma gestão orientada por processos, que investe em sistemas para dar maior celeridade aos mesmos de modo à alcançar os objetivos organizacionais definidos previamente, é sim possível utilizar a automatização de processos de forma estratégica, a fim de aumentar a produtividade dos colaboradores, e consequentemente da empresa.

Empresas de médio porte participam constantemente de competições de premiação, como é o caso do Modelo de Excelência de Gestão, e, para que obtenham vantagens precisam seguir algumas orientações. A empresa estudada adotou a automatização de processos para que conseguisse alcançar um de seus objetivos, em consequência disso foi identificado que



obtem-se um ganho imenso com produtividade, fazendo com que os colaboradores tenham tempo para focar em mais ações estratégicas, dando fluidez aos processos e fazendo com que sejam entregues num menor tempo.

Este estudo permite apresentar sugestões para possíveis caminhos de investigações futuras. De fato, o uso da automatização de processos pode gerar frutos bastante positivos, que vão muito além do ganho com produtividade, conforme citado nesta pesquisa. As organizações precisam ter cada vez mais claros seus objetivos, bem como é necessário traçar planos para alcança-los. A Gestão por Processos traz uma visão mais sistemática da empresa, possibilitando atuação direta na tratativa do problema, quando apresentado.

Além, do mais, foi observada uma escassez de produção científica ligando diretamente a automatização de processos à produtividade, pesquisadores de diversas áreas, como os de TI, de Administração de Empresas, de Psicologia, entre outras, podem utilizar este estudo como embasamento para explicar, por exemplo, alguns tipos de personalidade, fora os inúmeros benefícios que este modelo de gestão pode trazer. Uma prática tão boa precisa ser disseminada, fazendo com que as empresas utilizem para alcançar os objetivos que almejam.

O estudo aprofundado do uso da automatização de processos pode trazer inúmeros trabalhos futuros, que poderiam ser considerados, como por exemplo: análise da implantação em demais organizações; quais ferramentas de automatização



são mais aderentes de acordo com os modelos de negócios das empresas; comparativo entre automatização e robotização; pesquisa sobre os resultados da implantação dessa metodologia em diversos tipos de organizações; dados estatísticos mensurando redução de custo, de desperdício.

REFERÊNCIAS

ABPMP. **Guia para o Gerenciamento de Processos de Negócio: Corpo Comum de Conhecimento.** [S.l.], 2009.

ABPMP Brasil, Associação de Profissionais de Gerenciamento de Processos de Negócio. BPM CBOOK – **Guia para o Gerenciamento de Processos de Negócio** - 3ª ed. – Versão 3.0: Corpo Comum de Conhecimento ABPMP BPM CBOOK, 2013.

BALDAM, R.L. et al. **Gerenciamento de Processos de Negócios: BPM - Business Process Management.** São Paulo: Editora Érica Ltda., 2007.

CANEDO, E.D. **MBA em Arquitetura Orientada a Serviços – SOA.** Disponível em: <[HTTP://pt.cribd.com/doc/43823106/Apostila](http://pt.cribd.com/doc/43823106/Apostila)>. Acesso em: 09/12/2019, 2012.

CARRARA, A. R. **Implantação de sistema BPMS para a gestão por processos: uma análise crítica.** Dissertação (Mestrado). Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2011.

CHANG, J. **Business Process Management Systems.** New York: Auerbach Publications, 2006.

CORRÊA, H. L. **Administração da produção e operações: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica.** São Paulo: Atlas, 2004.



CRUZ, T. **Sistemas, Métodos & Processos – Administrando Organizações por meio de Processos de Negócios**. São Paulo: Atlas, 2003.

DIEHL, A.A; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Pearson - Prentice Hall, 2004.

ERIKSSON, H.E.; PENKER, M. **Business Modeling with UML: Business Patterns at Work**. 1. ed. New York: John Wiley & Sons, 2000.

FONSECA, R. **As vantagens da gestão por processos**. Entrevista Especial Portal HSM. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=r8nePjrO_fg>. Enviado em 27/10/2011. Acesso em 16/08/2019.

FREIRE, E.S.S.; SOUZA, T.G. **Uma Proposta de Mapeamento entre o Normativo e o Diagrama NorMAS-ML de Normas**. In: 12o. Workshop-Escola de Sistemas de Agentes, seus Ambientes e Aplicações (WESAAC), Fortaleza, 2018.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, R. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

GRUN, R. **Taylorismo e fordismo no trabalho bancário: agentes e cenários**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol. 1, no2, 1986.

HEDGE III, A.J. **Business Process Management: Management Tools**. AIIM E - Doc Magazine, Silver Spring, v.19, n.4, 2005.

HODGETTS, R. M.; WREGE, C. D. **Frederick W. Taylor's 1899 pig iron observations: examining fact, fiction, and lessons for the new millenium**. The Academy of management Journal, Vol. 43, 2000.



ISAE/FGV. **A gestão por processos pode ajudar no desenvolvimento organizacional.** Perspectiva ISAE, 22.ed., 2013.

KING, N.C.O. **Desenvolvimento de um processo para análise da Produtividade Sistêmica.** Curitiba: PUC – PR, 2007.

MORGAN, G. **Imagens da organização.** São Paulo: Atlas, 1996.

OLIVEIRA, S. B. de; **Análise e modelagem de processos de negócio (Org.). Análise e modelagem de processos de negócio: foco na notação BPMN (Business Process Modeling Notation).** São Paulo: Atlas, 2012.

RUAS, R. L. Desenvolvimento de competências **gerenciais e a contribuição da aprendizagem organizacional.** In: FLEURY, M. T. et al. **Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem, conhecimento e competências.** São Paulo: Atlas, 2001.

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

VERGARA, S.C. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2005.

WILLER, **O casal Frank e Lillian Gilbreth e o Estudo dos Movimentos e o Estudo da Fadiga Humana.** Disponível em: <<http://wil-ler.blogspot.com/2011/07/o-casal-frank-e-lillian-gilbreth-e-o.html>>. Enviado em 10/07/2011. Acesso em 11/08/2019.



CAPÍTULO 3

O MERCADO PET NO BRASIL ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE DO PERÍODO ENTRE 2018 A 2021 EM SEUS PANORAMAS E REALIDADES

Leilia Andrea Santos da Silva

Rafaelly Silva Lima

Larissa Cavalcante Mendes

INTRODUÇÃO

Entre as diversidades surgidas em decorrência da pandemia da Covid-19, no período compreendido entre 2018 a 2021, o mercado pet apresentou crescimento pujante e faturamento significativo, fomentado principalmente pelo empreendedorismo, capacidade de inovação, e descobrimento das aplicabilidades do comércio eletrônico aliados ao atual perfil das famílias brasileiras que têm seus animais de estimação como companheiros leais e membros da família. Este artigo tem como objetivo mostrar o crescimento desse mercado apesar das dificuldades econômicas e aquelas surgidas com a pandemia da Covid-19, ressaltando a importância do empreendedorismo como mecanismo para enfrentamento de dificuldades que o mercado como um todo enfrenta.



DISCUSSÃO TEÓRICA

O “mercado pet” vem se tornando uma nova opção em termos de oportunidade de negócios, mesmo com o surgimento da pandemia SARS-Covid-19. É um setor em pleno desenvolvimento e que surpreende ao se adequar e a inovar diante das dificuldades.

Juridicamente o termo “mercado” significa “ambiente artificial, físico ou virtual, em que vendedores e compradores se encontram com o objetivo de realizar transações econômicas” (MAGALHÃES, 2020). Isto posto, tem-se que atualmente o mercado pet engloba tanto lojas físicas quanto virtuais, atualmente conhecido como comércio eletrônico (e-commerce).

A lista dos animais considerados como de estimação é bastante abrangente, se tem desde cães e gatos, além de aves de várias espécies, suínos, peixes, répteis, roedores, a exemplo os porquinhos da índia, dentre outros tipos de animais.

Já o conceito de “pet” que se tornou referência quanto a um “animal de estimação” deriva de uma expressão em inglês. Esse termo era usado na Escócia e Norte da Inglaterra desde o final do século XXIV, para reportar-se a um “animal domado”, ou como “animal favorito” segundo registros de 1530 (FALCÃO, 2020).

São integrantes do mercado pet a indústria de alimento e os seus diversos componentes, a indústria de medicamentos veterinários e o segmento que visa à atenção e cuidados com a saúde e higiene dos animais, pode-se inserir também neste contexto o setor de serviços direcionados aos Pets (ABINPET, 2021).



Setores que compõem o mercado Pet

Basicamente quatro setores compõem o mercado Pet: o setor de alimentação, conhecido como “*pet food*” que engloba rações dos mais diversos tipos, biscoitos, petiscos, *snacks* entre outros; o “*pet service*” (serviços de adestramento, hotéis, creches, planos de saúde e aplicativos); o “*pet care*” (cuidados animais, equipamentos, acessórios, produtos de higiene, limpeza, embelezamento e bem-estar animal), e “*pet vet*” (consultas e medicamentos veterinários) (ZOETIS BRASIL, 2019).

Todos esses setores têm sua parcela de contribuição na expansão do mercado *pet* como um todo, porém, o *pet food* tem alavancado o faturamento do setor, tendo relevância nos anos de 2018, 2019 e 2021. O *pet food* alcança também as rações diferenciadas, chamadas medicamentosas, que ajudam na alimentação de *pets* que são acometidos por problemas renais, cardíacos, de pele e obesidade (VOCÊ S.A, 2019).



O comércio eletrônico e o setor pet

A pandemia trouxe consigo a necessidade de adaptação e de descobertas de novas possibilidades diante das dificuldades que surgiram, tais como a necessidade do isolamento social. O comércio eletrônico (e-commerce) já era uma realidade, e foi por meio dessa alternativa que se valeram os produtores, consumidores, empresários e todos aqueles que necessitavam manter seus negócios ativos durante esse período de isolamento (MYPET, 2020).

O e-commerce é um segmento do mercado *pet* altamente promissor, sendo um nicho que oferece infinitas possibilidades. De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico – ACBomm, em seu último levantamento, o e-commerce do mercado *pet* movimentou R\$ 2 bilhões, alcançando o décimo primeiro maior “*ticket médio*” nas vendas online, ou seja, compras feitas online com valores em média de R\$ 177,46 (MYPET, 2020; VITALPET BRASIL, 2021).

Ao se fazer uma análise comparativa, no Brasil, no ano de 2019 os pedidos de compras online oriundos do setor *pet* corresponderam a 1,6% do total, tendo participação no faturamento de cerca de 0,9%. Já no primeiro semestre de 2020 foram 2,1% dos pedidos e no faturamento obtiveram 1,1% do total (MYPET, 2020).

Já em 2020 as vendas oriundas do mercado *pet* por meio do comércio eletrônico obtiveram um acréscimo de 65%, com forte tendência de crescimento (VITALPET BRASIL, 2021).

Em 2021, o comércio eletrônico continuou seu processo de expansão; analisando-o separadamente tem-se um crescimento da ordem de 48%, e se comparado a 2020, em termos gerais representou 5,4% das compras do setor, refletindo a nova realidade de consumo das famílias que têm *pet* (CÃES&GATOS VET FOOD, 2022).



Número de pets domiciliados no Brasil

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, realizou no Brasil, entre agosto de 2019 e março de 2020, uma pesquisa amostral domiciliar intitulada Pesquisa Nacional de Saúde – PNS, buscando dados sobre a presença de animais de estimação nas residências brasileiras. Esta pesquisa foi realizada inicialmente em 2013 e mais recentemente no ano de 2019, a fim de acompanhar o número de animais nos domicílios, mais especificamente cães e gatos.

Em 2019 foram obtidas estimativas em que 46,1% dos domicílios, ou seja, 33,8 milhões, possuíam ao menos um cão, em 2013 este índice era de 44,3%. Com relação aos gatos, 19,3% estavam presentes, ou seja, ao menos um gato nos 14,1 milhões de domicílios pesquisados, em 2013 este percentual era de 17,7% (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE, 2020).

Segundo este levantamento do IBGE por regiões do Brasil, com relação aos cães (ao menos um cão por domicílio), a região que possui maior percentual é a região Sul (57,4%), seguida pelas regiões Centro-Oeste (56,3%), Norte (52,4%), Sudeste (44,3%) e Nordeste (37,6%). No tocante aos gatos (ao menos um por domicílio), o maior percentual está na região Norte (25,3%), seguido pelas regiões Nordeste (24,1%), Sul (21,2%), Centro-Oeste (16,6%) e Sudeste (15,2%).

Em face do exposto, observa-se o aumento significativo do número de gatos como animal de estimação nos domicílios,



sobretudo nos grandes centros. Dentre os principais motivos apontados pelo Instituto Pet Brasil (2019) para este aumento estão: a maior quantidade de pessoas que moram sós, a diminuição dos espaços dos domicílios, principalmente apartamentos, além de que os gatos demandam menos espaço e os cuidados para com eles são mais simples (INSTITUTO PET BRASIL, 2019).

Ainda, segundo informações divulgadas pela Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação - ABINPET, em dados obtidos através da Euromonitor International, em 2019 o Brasil contava com 59,9 milhões de cães, 25,6 milhões de gatos, além de 40,4 milhões de aves, 19,9 milhões de peixes e 2,5 milhões de outros animais, ocupando assim o segundo lugar no mundo com relação à população de cães, gatos e aves canoras e ornamentais (ABINPET, 2021).



Faturamento do mercado Pet no Brasil

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação - ABINPET (2019) em 2018 o mercado pet foi responsável por 0,36% do Produto Interno Bruto – PIB do Brasil. A definição de PIB é “o valor de mercado de todos os bens e serviços finais produzidos em um país em um dado período de tempo”. O PIB é calculado pela soma do consumo das famílias em bens e serviços (C), do investimento das empresas (I), dos gastos do governo em bens e serviços (G) e das exportações líquidas (X), que é composto pelo resultado entre a soma das exportações menos as importações (MANKIWI, 2009).

Em termos de faturamento, em 2018 o setor *pet* se manteve em ascensão comparado a anos anteriores, e alcançou a marca de R\$ 20,3 bilhões, o setor de *pet food* atingiu 73,9%, acompanhado do *pet serv* 17,7% e *pet care* 8,4%. (ABINPET, 2019).

No ano de 2019 a soma do faturamento chegou a R\$ 35,4 bilhões colocando assim o mercado *pet* do Brasil entre os quatro maiores mercados do mundo, conquistando a quarta colocação, se igualando ao Reino Unido (4,73%) e tendo os Estados Unidos (40,1%) e a China (7,2%) à frente nesse tipo de mercado (MONITOR MERCANTIL, 2020). Isso representa um incremento da ordem de 3% comparado ao ano de 2019, sendo o principal responsável por esse desempenho a indústria, serviços e venda de animais (MONITOR MERCANTIL, 2020).

No ano de 2020 o faturamento total do mercado *pet* no Brasil alcançou a quantia de R\$ 40,8 bilhões, cerca de 48,4% desse resultado é decorrente de *pet shops* de pequeno e médio porte, ou seja, esse segmento movimentou aproximadamente R\$ 19,7 bilhões. Já as clínicas e hospitais veterinários ficaram com 17,9% do valor total desse faturamento, o equivalente a R\$ 7,3 bilhões (INSTITUTO PET BRASIL, 2021).

Ainda assim, o Brasil ficou na sétima colocação mundial com relação ao faturamento de vendas no mercado *pet*, uma queda de três posições, estando à sua frente agora a EUA, China, Reino Unido, Alemanha, Japão e França, segundo a CÃES&GATOS VET FOOD (2021).



O fator preponderante para esta queda foi a desvalorização da moeda brasileira, aproximadamente 30%, em relação ao dólar, e ainda assim houve um crescimento no mercado brasileiro da ordem de 17,8% (INSTITUTO PET BRASIL, 2021).

Seguindo sua tendência de crescimento, em 2021 o faturamento do setor *pet*, (incluindo produtos, serviços e comércio) aumentou 27% alcançando a cifra de R\$ 51,7 bilhões (CNN BRASIL, 2022), sendo que os *pet shops* de pequeno e médio porte foram responsáveis por cerca de 48% deste total (CÃES&GATOS VET FOOD, 2022).

O principal responsável por esse crescimento novamente foi o ramo de *pet food*, com R\$ 28 bilhões, representando 55% do valor total do faturamento. Também tiveram participação por esse incremento: a venda de animais de estimação feita de modo direto por criadores (11% do valor total - R\$ 5,6 bilhões), produtos veterinários (10,2% - R\$ 5,3 bilhões), serviços gerais (9,2% - R\$ 4,8 bilhões), serviços veterinários (9,3% - R\$ 4,7 bilhões), *pet care* (5,4% - R\$ 2,8 bilhões) (CNN BRASIL, 2022).

O grande mercado consumidor nacional é a classe média que busca prioritariamente os serviços de banho e tosa, vacinação e alimentação (ABINPET, 2021). O brasileiro particularmente tem despesa média mensal em torno de R\$ 300,00 com cães, quando o animal de estimação é um gato esta despesa gira em torno de R\$ 120,00 (VOCÊ S.A, 2019).

É notável o fato de que *pet shops* de pequeno e médio porte (aqueles que possuem até 19 funcionários) são o meio



primordial para obtenção de mercadoria pelos tutores de *pets*, acompanhados por hospitais e clínicas veterinárias, lojas de produtos agrícolas, varejo alimentar, *pet shops* de grande porte, *e-commerce*, clubes de serviço, lojas de conveniência, entre outros (CNN BRASIL, 2022; INSTITUTO PET BRASIL, 2021).

A perspectiva para os próximos anos, segundo o Euromonitor International, é de que o Brasil ascenda uma posição no ranking mundial e chegue à sexta colocação (UOL ECONOMIA, 2021), cuja previsão de crescimento é de 11 bilhões de dólares para o ano de 2026, e um incremento da ordem de 70% sobre as vendas (EXAME, 2022).

Clínicas veterinárias, pet shops e afins são considerados serviços essenciais

A Organização Mundial de Saúde anunciou em 11 de março de 2020 que o novo Coronavírus havia se tornado uma pandemia (AGÊNCIA BRASIL, 2020). No Brasil, em 20 de março do mesmo ano foi decretado pelo governo federal estado de calamidade pública em decorrência no novo coronavírus (GOV.BR, 2020).

Como consequência os governos estaduais tomaram medidas de enfrentamento à Pandemia; em Alagoas, de acordo com o Decreto nº 69.541, de 19 de março 2020 foi declarada situação de emergência em decorrência do COVID-19 (novo coronavírus). Dentre as medidas adotadas pelo governo do Estado estiveram restrições, isolamento e distanciamento social,



implantação de teletrabalho, bem como a suspensão temporária do funcionamento de estabelecimentos comerciais (ALAGOAS, 2020, p. 1), entre os serviços essenciais que permaneceram em funcionamento estavam as clínicas veterinárias.

Desta forma, durante o período de restrições devido à pandemia da Covid-19, os setores que compõem o mercado *pet*: clínicas veterinárias, casas de ração, inclusive *pet shops*, foram classificados como serviços essenciais, e puderam funcionar mesmo no período de isolamento (MYPET, 2020). O reflexo foi positivo para o mercado e esses estabelecimentos puderam permanecer abertos no Brasil desde o início do período pandêmico (UOL ECONOMIA, 2021).

Números de estabelecimentos clínicas/pet shop durante a pandemia

Dados do Conselho Federal de Medicina Veterinária – CFMV, no sistema CFMV/CRMVs, informam que houve um crescimento no número de estabelecimentos, clínicas, hospitais, consultórios, ambulatorios e *pet shop*, entre os anos de 2017 a 2020 (CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA, 2020).

Analisando os anos de 2018 a 2020 tem-se que em 2018 eram 43.002 estabelecimentos e em novembro de 2020 esse número chegou a 53.131, representando um acréscimo de aproximadamente 23,55%.



Já de acordo com o Conselho Regional de Medicina Veterinária de Alagoas - CRMV/AL foram realizados cerca de 205 (duzentos e cinco) registros de pessoas jurídicas, dentre clínicas veterinárias e pet shops, no período compreendido entre os anos de 2018 e 2021, a saber: em 2018 foram 40; 2019 foram 52; 2020 foram 45 e em 2021 foram 68. Até o início do primeiro trimestre de 2022 foram realizados 21 registros.

Considerando que em 2018 eram apenas 40 estabelecimentos registrados, e em 2021 estes somavam 165, tem-se um acréscimo de aproximadamente 117%.



Fonte: CRMV/AL

Empreendedorismo e inovação

“O Brasil é considerado hoje o país com maior número de empreendedores do mundo, e a maioria em micro e pequenas



empresas” (SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO – SEBRAE-SP, 2016).

“Empreender é criar algo inovador” (PERES, 2014).

Tanto a quantidade de microempreendedores individuais quanto a de micro e pequenas empresas vem crescendo paulatinamente no Brasil, especialmente aqueles voltados para o setor *pet*:

Número de micro, pequenas e médias empresas brasileiras voltadas para o setor pet

Ano	2018	2019	2020
Micro, pequenas e médias empresas (em milhares)	76.529	77.252	80.497
Microempreendedores individuais (em n.º absolutos)	-	60.359	65.432

Fonte: Exame (2022)

O número de estabelecimentos ligados ao setor *pet* no ano de 2020 excedeu 272 mil, destes 62,1% são *pet shops*, agrolojas, varejo de alimentos, consultórios e clínicas veterinárias, 38,6% são constituídos por criadores e 0,2% de indústrias (CÃES&GATOS VET FOOD, 2021).

Os dados referentes ao brilhante faturamento do mercado *pet* no Brasil mostram que os *pet shops* de pequeno e médio porte foram extremamente importantes para o relevante desempenho



do setor, buscando também a recuperação econômica do país, ao tempo em que o desenvolvimento traz consigo a oferta de empregos ligados direta e indiretamente ao comércio, à prestação de serviços e à indústria.

Seguramente, a mola impulsora do sucesso do mercado *pet* é o empreendedorismo, que descobre formas para superar as adversidades, criar alternativas, buscar oportunidades; o aprimoramento do comércio eletrônico é um forte exemplo disso, sendo uma solução para o mercado em tempos de quarentena.

Pode-se perceber neste ramo a preocupação, e conseqüentemente, a criação de ferramentas destinadas visando principalmente à qualidade de vida e o bem-estar animal. Notadamente, o “animal de estimação” de antes, agora, torna-se um membro da família. Atualmente existe uma série de produtos e serviços inovadores destinados aos pets, buscando atender suas necessidades e aos anseios de seus tutores; o conjunto de opções é bastante vasto, para citar alguns exemplos: roupinhas, pijaminhas, estética animal, “*day care*” (creche), escolinha para cachorros, hospedagem, banho de ofurô, banho e tosa domiciliar, “*taxi dog*” (taxi para cachorro), “*pet play*” (parquinhos), *pet sitting* (babá de pet), *pet walker* (passeador de animais), padaria *pet*, planos de saúde, crematórios, festas de aniversário, espaço para eventos, terapia, acupuntura, fisioterapia, hotéis e estabelecimentos comerciais com espaço “*pet friendly*”. Uma das novidades mais recentes são os carros que dispõem de um modo “sentinela” para monitoração do *pet* enquanto ele estiver sozinho no carro,



contando com definição de temperatura e aviso para terceiros de que o motorista ou o tutor do *pet* logo voltará (ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE, 2019).

Ainda no ramo de inovação, com o surgimento das pequenas empresas tecnológicas direcionadas ao público *pet*, surgem as “*pet techs*” que nada mais são do que *startups* de produtos e serviços para os animais de estimação (EXAME, 2022).

Clínicas e hospitais veterinários inovando na saúde pet

Não é à toa que os setores do mercado *pet* foram considerados serviços essenciais. Ao enveredarmos para a área de cuidados da saúde dos pets, os avanços são bastante significativos tanto visando prevenção, prognóstico, diagnóstico e tratamento. Atualmente conta-se com equipamentos da mais alta tecnologia para cuidar da saúde dos pets, equipamentos de diagnóstico e tratamento que há tempos estariam somente associados ao trato humano.

Nos tempos contemporâneos os *pets* são vistos de uma forma bem mais próxima dos humanos, como dito anteriormente, são os novos membros da família, e requerem todo o cuidado que a medicina veterinária possa proporcionar. Para tanto, hoje, conta-se com um arsenal de equipamentos de moderna tecnologia: eletrocardiograma e ecodopplercardiograma, aparelhos de raios-x digital, ultrassom, ultrassom odontológico, endoscopia, tomografia e ressonância magnética são alguns dos exemplos que



podem ser citados, dentre uma gama de muitos outros. Além dos avanços da indústria farmacêutica veterinária, que também vem se desenvolvendo a passos largos (MELHORES AMIGOS, 2015).

Certamente que boa parte desses aparelhos estão disponíveis nos grandes centros, contudo, representam um avanço significativo na medicina veterinária, tanto para médicos, *pets* e principalmente para seus tutores que não medem esforços para que seus *pets* estejam tão bem quanto eles próprios.

MATERIAIS E MÉTODOS

Utilizou-se como metodologia uma abordagem qualitativa e quantitativa, tendo como suporte teórico de pesquisa informações obtidas através materiais publicados em meios digitais como sites, revistas, jornais, e-books, livros, artigos, entre outros; e por intermédio desta pesquisa mostra-se a importância dos números obtidos pelo mercado *pet* em termos de faturamento e a importância do empreendedorismo como ferramenta de superação de crises.



CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA

Apesar de notório o desenvolvimento do mercado *pet*, a pesquisa encontrou certa dificuldade com relação ao acesso a dados mais específicos e substanciais, ainda que atualmente existam empresas especializadas no fornecimento de dados estatísticos desse mercado, que visam embasar decisões de investimento

da indústria desse setor. Contudo, o acesso a essas informações é bastante restrito, denotando uma carência de publicações que abordem esse tema cujo alcance esteja mais acessível.

O mercado pet tem mostrado faturamento atrativo e com perspectivas de crescimento, atrelado a um futuro promissor, superando dificuldades econômicas e até mesmo no período da pandemia da Covid-19, para tanto, vem se expandindo e mostrando resultados positivos em seu faturamento, com evidência para o empreendedorismo do setor, a inovação e a utilização do comércio eletrônico como alternativa para ampliação do mercado. Como reflexo desta conjuntura, houve o aumento considerável do número de estabelecimentos que atendem ao público de donos de *pets* e suas necessidades como mostrados anteriormente.

Não obstante, outro motivo preponderante é o espaço que *pets* atualmente ocupam na vida dos seres humanos, o reconhecimento de que são seres sencientes e a importância do bem-estar animal, fatores que já haviam sido percebidos pela sociedade, e que o período de isolamento provocado pela pandemia mostrou que os animais representam muito mais que apenas *pets*, e sim, companheiros para a vida.

Portanto, essas famílias não medem esforços para cuidar de seus *pets*, oferecendo o melhor dentro de suas possibilidades, o que denota claramente as novas realidades brasileiras no tocante ao cuidado com os *pets*, abrindo novos paradigmas para o mercado, para os profissionais direta e indiretamente vinculados à



área e inaugurando um panorama potencialmente importante na vida humana e nos contextos socioculturais, comportamentais e empreendedores no Brasil.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Organização Mundial da Saúde declara pandemia de coronavírus:** Atualmente, ao menos 115 países têm casos da doença. [S. l.], 11 mar. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em: 9 dez. 2021.

ALAGOAS. Decreto n.º 69.541, de 19 de março de 2020 n.º 69.541, de 23 de março de 2020. Declara a situação de emergência no estado de alagoas e intensifica as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do covid – 19 (coronavírus) no âmbito do estado de alagoas, e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado de Alagoas:** Suplemento, Maceió/AL: Companhia de Edição, Impressão e Publicação de Alagoas – Cepal, ano 108, n. 1289, p. 1-4, 23 mar. 2020. Disponível em: <https://imprensaoficial.al.gov.br/diario-oficial>. Acesso em: 6 dez. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO - ABINPET. **Informações gerais do setor Pet:** A Indústria Pet e seus números. [S. l.], 2019. Disponível em: http://abinpet.org.br/infos_gerais/. Acesso em: 7 dez. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO - ABINPET. **2021 Mercado Pet Brasil.** [S. l.], 2021. Disponível em: <http://abinpet.org.br/mercado/>. Acesso em: 7 dez. 2021.

CÃES&GATOS VET FOOD. **Instituto Pet Brasil aponta que setor pet deve crescer 22,1% em 2021, segundo projeção:** Pet shops pequenos



e médio representam, praticamente, metade de toda movimentação. [S. l.], 19 out. 2021. Disponível em: <https://caesegatos.com.br/instituto-pet-brasil-aponta-que-setor-pet-deve-crescer-221-em-2021-segundo-projecao/>. Acesso em: 9 dez. 2021.

CÃES&GATOS VET FOOD. Setor pet fecha 2021 com alta de 27% no faturamento, aponta Instituto Pet Brasil: Segmento ultrapassou a marca dos R\$51,7 bilhões pela primeira vez. [S. l.], 16 mar. 2022. Disponível em: <https://caesegatos.com.br/setor-pet-fecha-2021-com-alta-de-27-no-faturamento-aponta-instituto-pet-brasil/>. Acesso em: 22 mar. 2022.

CNN BRASIL (org.). Faturamento do setor pet cresce 27% em 2021 e atinge R\$ 51,7 bilhões: Crescimento foi puxado pelo segmento de pet food, que representou R\$ 28 bilhões. [S. l.], 14 mar. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/faturamento-do-setor-pet-cresce-27-em-2021-e-atinge-r-517-bilhoes/>. Acesso em: 18 mar. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. Censo. [S. l.], 14 dez. 2020. Disponível em: <https://www.cfmv.gov.br/censo/transparencia/2017-2020/2020/12/11/>. Acesso em: 22 dez. 2021.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA VETERINÁRIA DE ALAGOAS – CRMV-AL. Solicitação [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <crm-v-al@crm-v-al.org.br>; em 24 mar. 2022.

ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE. Tesla cria “modo cachorro” para cuidar do pet enquanto o dono estiver longe: Carros também terão um modo “sentinela” para ajudar a vigiá-los. [S. l.], 14 fev. 2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/02/tesla-cria-modo-cachorro-para-cuidar-do-pet-enquanto-o-dono-estiver-longe.html>. Acesso em: 20 dez. 2021.



EXAME. **Mercado pet: setor bilionário inspira pequenos negócios no Brasil:** Em alta, mercado pet brasileiro impulsiona criação de 8 mil pequenos negócios e consolida gigantes do varejo. [S. l.], 24 jan. 2022. Disponível em: <https://exame.com/pme/mercado-pet-inspira-pequenos-negocios-no-brasil/>. Acesso em: 9 dez. 2021.

FALCÃO, Irce. Por que os chamamos de Pets?. **Folha de Pernambuco**, [S. l.], 24 set. 2020. Folha Pet, p. 1. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/colunistas/folha-pet/por-que-os-chamamos-de-pets/20538/>. Acesso em: 21 out. 2021.

GOV.BR. **Entra em vigor estado de calamidade pública no Brasil.** [S. l.], 20 mar. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2020/03/entra-em-vigor-estado-de-calamidade-publica-no-brasil>. Acesso em: 9 dez. 2021.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Pesquisa Nacional de Saúde 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101748.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde 2019:** Informações sobre domicílios, acesso e utilização dos serviços de saúde. Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Rio de Janeiro, 2020. ISBN 978-65-872-0118-4. Disponível em: <https://www.epsjv.fiocruz.br/sites/default/files/files/PNS%202019.pdf>. Acesso em: 9 dez. 2021.

INSTITUTO PET BRASIL. *In: Mercado Pet:* Resultados 2018. [S. l.], 2019. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/animais-e-estimacao/2019/26deg-ro-1/14-10-ipb_mercado_pet_resultados_2018_draft2.pdf. Acesso em: 18 nov. 2021.



INSTITUTO PET BRASIL (org.). **Dados IPB: em 2020, mercado pet faturou R\$ 40,8 bilhões.** [S. l.]: Carménère Comunicação, 3 maio 2021. Disponível em: [http://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/mercado-pet-faturou/#:~:text=O%20mercado%20pet%20brasileiro%20concluiu,%24%2019%2C7%20bilh%C3%B5es\).](http://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/mercado-pet-faturou/#:~:text=O%20mercado%20pet%20brasileiro%20concluiu,%24%2019%2C7%20bilh%C3%B5es).) Acesso em: 27 jun. 2021.

INSTITUTO PET BRASIL. **Censo Pet: 139,3 milhões de animais de estimação no Brasil: Sudeste concentra quase 50%.** [S. l.], 12 jun. 2019. Disponível em: <http://institutopetbrasil.com/imprensa/censo-pet-1393-milhoes-de-animais-de-estimacao-no-brasil/>. Acesso em: 9 dez. 2021.

MAGALHÃES, Giovani. **Direito empresarial facilitado.** 1ª. ed. Rio de Janeiro: Forense Ltda, 2020. 630 p. ISBN 978-85-309-8982-8.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução à Economia:** Tradução da 3ª Edição Norte-Americana. São Paulo: Cengage Learning, 2009. ISBN 85-221-0408-5.

MELHORES AMIGOS. **Ciência pet: os avanços da medicina veterinária.** [S. l.], 1 set. 2015. Disponível em: <http://portalmelhoresamigos.com.br/ciencia-pet-os-avancos-da-medicinaveterinaria/>. Acesso em: 9 dez. 2021.

MYPET. **Pet Shop: Crescimento do E-Commerce.** [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.mypetbrasil.com/blog/numeros/pet-shop-crescimento-do-e-commerce/>. Acesso em: 17 dez. 2021.

MONITOR MERCANTIL (org.). **'Mercado pet' faturou R\$ 35,4 bilhões no Brasil em 2019.** [S. l.], 8 set. 2020. Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/mercado-pet-faturou-r-35-4-bilhoes-nobrasil-em-2019/>. Acesso em: 18 dez. 2021.



PERES, Paula. **O que é empreendedorismo?**. [S. l.], 1 out. 2014. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/1299/o-que-e-empreendedorismo?>. Acesso em: 20 dez. 2021.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO – SEBRAE-SP. **Empreendedorismo como opção de carreira**. [S. l.], 2016. E-book - Educação a distância SEBRAE-SP. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_empreendedorismo-como-opcao-de-carreira.pdf. Acesso em: 7 dez. 2021.

UOL ECONOMIA. **Mercado pet dispara no Brasil apesar da crise e da pandemia**. [S. l.], 21 abr. 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2021/04/21/mercado-pet-dispara-no-brasil-apesar-da-crise.htm>. Acesso em: 15 dez. 2021.

VITALPET BRASIL (ed.). **[ebook] Mercado pet: Estatísticas do mercado e futuras tendências**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://vitalpetbrasil.com.br/empreendedorismo/>. Acesso em: 15 out. 2021.

VOCESA. **Mercado pet cresce graças a mudanças no comportamento dos donos de animais de estimação**: As oportunidades de trabalho aumentam no segmento de saúde pet, que deve fechar o ano com 13% de crescimento. [S. l.], 17 dez. 2019. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/geral/mercado-pet-cresce-gracas-a-mudancas-no-comportamento-dos-donos-de-animais-de-estimacao/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

ZOETIS BRASIL. **Atualize-se**: Entenda quais são os principais segmentos do mercado pet. [S. l.], 30 dez. 2019. Disponível em: <https://www.zoetis.com.br/prevencao/caesegatos/posts/atualize-se-entenda-que-que-sao-os-principais-segmentos-do-mercado-pet.aspx#>. Acesso em: 29 nov. 2021.



CAPÍTULO 4

O GESTOR COMO INCENTIVADOR DA INOVAÇÃO EM EMPRESAS DO SETOR DE SERVIÇOS

Fátima Fernanda Rocha Lira
Augusto Ferreira Ramos Filho

INTRODUÇÃO

Inovação é a implementação de um produto, bem ou serviço, novo ou significativamente melhorado, um processo, um novo método de marketing, novo método organizacional em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OECD; EUROSTAT, 1997).

Observa-se que a inovação não é um simples evento e sim um processo que requer que as atividades aconteçam de forma coordenada e sincronizada. Analisando sobre essa perspectiva, Tidd, Bessant e Pavitt (2008) defendem que o processo de gestão da inovação envolve a busca de uma abordagem estratégica para a inovação e para o desafio da gestão; a criação de mecanismos e estruturas efetivas de implementação; a criação de um contexto organizacional que suporte a inovação e o desenvolvimento de interfaces efetivas.



É fundamental entender que a peça-chave da inovação é o capital humano, é sua capacidade criativa que garantirá o diferencial da organização. Segundo De Bes e Kotler (2011), a inovação é vista pelas empresas como uma necessidade e que dependem da criatividade de seus executivos para que seja executada. Os gestores como peça-chave no processo de inovação, devem estar cientes do seu papel estratégico na empresa e da importância de estimular e valorizar a inovação, estando dispostos a acompanhar, encabeçar e tomar iniciativas de impacto para atingir os objetivos da organização.

O gestor exercendo a liderança é o impulsionador da inovação na empresa. De acordo com Koulopoulos (2011) enquanto a inovação está enraizada com comportamentos ligados à cultura da organização, a autoridade que determina o valor da inovação sempre começa a partir da liderança e, especificamente, nos altos níveis da hierarquia. Desse modo, a liderança é o elemento das organizações que realmente sustenta a inovação.

Diante do que foi apresentado, o presente artigo busca investigar como o gestor pode incentivar a inovação nas empresas do setor de serviços estudadas; utilizando como objetivos específicos a caracterização do processo de inovação de acordo com Tidd e Bessant (2015); identificação das contribuições do gestor para o processo de inovação e avaliação das influências dos aspectos organizacionais para o processo de inovação.

Trazer para o centro das discussões assuntos sobre inovação e mostrar como ela pode vir a impactar a maneira como os



gestores enxergam, gerenciam e impulsionam o processo, podem ser passos decisivos para a sustentabilidade e o aumento da competitividade da organização. As empresas, compreendendo o processo de inovação, se tornam mais inovadoras, competitivas e capazes de atender as necessidades da sociedade. Desse modo, a sociedade beneficia-se da pesquisa de forma indireta, recebendo das organizações, inovações que facilitam seu cotidiano e com o aumento da economia propiciado pelas inovações, há a geração de emprego e renda para a sociedade.

Diante dessa perspectiva, o presente estudo pode propiciar e estimular praticantes e acadêmicos a desenvolverem o espírito empreendedor e buscarem novas formas de inovar, seja na organização, ou na própria vida profissional, tendo em vista que na pesquisa são apresentadas formas de estímulo a inovação e como é possível impulsioná-la.



DISCURSSÃO TEÓRICA

Inovação

A inovação é um tema amplo que vêm sendo cada vez mais discutido no contexto empresarial. No atual cenário competitivo em que as empresas estão inseridas, elas são forçadas a investir em recursos que criem diferenciais competitivos, buscando a manutenção de um ritmo dinâmico, de acordo com o mercado (HADDAD, 2015).

Drucker (1986) e Danilevicz (2006) expressam que a inovação era associada à invenção, sendo considerada uma incógnita para as pessoas e, com um tempo, à invenção denominada “pesquisa” transformou-se em uma atividade sistematizada orientada para busca de resultados reais. Drucker (1986) considera que inovação não é invenção, nem descobrimento. O foco da inovação não é a compreensão, mas sim o desempenho.

A definição do conceito de inovação de Schumpeter (1961), Simantob (2003) e OECD e Eurostat (1997) se complementam pelo fato de considerarem a inovação como a implementação de algo novo ou melhorado, levando em consideração a destruição de novas ideias e que estas inovações irão gerar vantagem competitiva e resultados econômicos para a organização.

Por outro lado, Drucker (1986), Freitas Filho (2013) e Rogers e Shoemaker (1971) consideram que inovação é o esforço ou capacidade de gerar mudanças, ou exploração de um mercado ainda não explorado, ou algo novo para o indivíduo, organização ou para o mundo.

O presente trabalho aborda como foco, o conceito de inovação de Tidd, Bessant e Pavitt (2008) segundo o qual inovação é algo novo ou melhorado, com aplicabilidade para pequeno ou grande número de pessoas que as adotam, trazendo algum tipo de retorno econômico, financeiro ou social. E segundo os mesmos autores, o sucesso da inovação parece depender dos ingredientes, recursos e capacidades da organização para geri-los. A escolha



dos autores, se dá pelo fato de ser um dos mais relevantes e significativos conceitos da atualidade.

As definições acerca de inovação podem variar na teoria, mas todas ressaltam a necessidade de completar os aspectos de desenvolvimento e de aprofundamento de novos conhecimentos, não somente de sua invenção (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Os modelos de inovação podem ser classificados em dois grandes grupos: a inovação aberta e a inovação fechada. Inovação fechada limita o processo inovador aos conhecimentos, ligações e tecnologias desenvolvidas nas organizações, sem interferências externas de instituições ou outras empresas. Já a inovação aberta considera importantes essas interferências e sugere o envolvimento de universidades, organizações parceiras, consumidores, fornecedores e canais de distribuição (SANTOS; FAZION; MEROE, 2000).

Tidd e Bessant (2015) apresentam “4Ps” da inovação:

- Produto: mudanças nos produtos/serviços que uma empresa oferece;
- Processo: mudanças nas formas como os produtos/serviços são criados e entregues;
- Posição: mudanças no contexto em que produtos/serviços são introduzidos;
- Paradigma: Mudanças nos modelos mentais que orientam o que a empresa faz.



Segundo os autores supramencionados, as inovações de produto e processo são diferenciadas de acordo com o grau de novidade. Em grande parte dos casos são inovações para as empresas, mas já são existentes no mercado ou setor, por outro lado, algumas inovações são novas para a empresa e para o mercado ou setor, e por fim, outras são novas para todos.

Processo de inovação

A inovação não pode ser apontada isoladamente como um *insight*, mas sim como um processo, uma sucessão de atividades integradas onde a empresa gera, seleciona e implementa ações, sendo importante que elas desenvolvam competências aos poucos, por meio de tentativas, pois elas ainda não são criadas com capacidade de gerenciar o processo de inovação (TIDD; BESSANT, 2009).

Tidd e Bessant (2015) abordam o modelo simples de inovação como um processo de transformar ideias em realidade e lhes capturar o valor, sendo também associada à sobrevivência e ao crescimento das organizações. Para que a inovação seja bem-sucedida, é preciso encarar desafios específicos e ser capaz de lidar com todo o processo. Este processo, comum a todas as organizações, é dividido em quatro fases: busca, seleção, implementação e captura de valor. A figura 2 apresenta definição das fases.



Figura 1. Fases do processo de inovação.

Fonte: Autoria própria baseado em Tidd e Bessant (2015).

A busca é apontada como a fase inicial do processo, porque é nela onde as empresas fazem o estudo dos cenários, entre eles oportunidades e ameaças, e com isso fazem a proposição de ideias. O segundo passo é a seleção, caracterizado como o processo de analisar todas as ideias geradas na busca, definir quais serão as ideias escolhidas para serem utilizadas e assim definir como será feito.

A fase de implementação é a terceira fase do processo, e é nela em que as ideias são realmente colocadas em prática e para isso são levantados todos os recursos que serão utilizados para a implementação propriamente dita. Por fim, a captura de valor aparece como a última fase do processo. Nesta etapa é feita a observação do restante do processo e visualizar o valor, seja sucesso comercial, participação no mercado, redução de custos ou mudança no mundo (TIDD; BESSANT, 2015).



Para fins desse trabalho, devido, portanto, à diversidade de definições encontradas, se faz necessária a escolha de uma conceituação específica, no caso a do Tidd e Bessant (2009), descrita neste item. Esta, será utilizada como base para as análises e discussões desenvolvidas no presente trabalho.

Gestão e inovação

A gestão precisa acompanhar e estimular a inovação na organização. Conforme defendido por Rodrigues e Veloso (2013) é importante promover a criatividade dos colaboradores e apoiar o processo que a transforma em inovação. Sendo de extrema importância entender e investir em processos que envolvam sua promoção. Davila, Epstein e Shelton (2007) em seus estudos, evidenciaram que é necessário criar um ambiente adequado na empresa para que sua inovação possa florescer.

Gestão da inovação é uma capacidade aprendida, sendo que cada empresa deve encontrar a partir de ferramentas básicas, seus meios específicos para gerenciar a inovação (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008). Neste sentido, o sucesso da inovação parece depender das ferramentas utilizadas na organização e em como o gestor gerencia o processo e as ferramentas.

Boas (2018) aponta alguns aspectos importante da gestão de projetos de inovação, entre os principais, podemos citar: é importante que seja dada autonomia para a equipe na tomada de decisão, desenvolvimento de tolerância a falhas, implantação



de indicadores de desempenho claros e bem definidos e por fim é necessário que o gestor monitore a comunicação para que ocorra da forma como foi planejada.

No contexto da inovação, o líder possui a tarefa de criar e manter um ambiente propício, de forma a conduzir os colaboradores a apresentarem comportamentos desejados (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008; MONTEIRO, 2008).

Organização e inovação

Existem fatores internos e externos que podem ser determinantes para a realização de inovações organizacionais. Fatores extrínsecos como tamanho da empresa, estrutura de mercado, barreiras à entrada e saída de concorrentes, grau de concentração, normas sociais e culturais de uma sociedade e o ambiente nacional, podem servir para incentivar, inibir ou impedir a inovação (BARBIERI, 2004).

Tidd e Bessant (2009) afirmam que a inovação não ocorre de forma isolada e nem por acaso, evidenciando a importância de integrá-la ao contexto da organização, incorporando-a a processos que vão desde estímulos à criatividade, aprendizado e conhecimentos, à formação de parcerias de acordo com as estratégias da organização.

A estrutura organizacional de uma empresa pode impactar a eficiência das atividades de inovação, desse modo, algumas estruturas são mais apropriadas a determinados ambientes.



A organização mais flexível, que permite aos trabalhadores maior independência para a tomada de decisões e definição de responsabilidades, pode ser mais efetiva na geração de inovações mais radicais (OECD; EUROSTAT, 1997).

A resistência a mudança é uma das principais dificuldades enfrentadas no processo de inovação, mas existem algumas formas de amenizar os efeitos. Kotter (1997) afirma que a resistência diminui muito quando a organização consegue de forma compreensível, com que seus colaboradores entendam os objetivos da organização e fazendo com que eles compreendam a importância desta nova visão.

MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa é de cunho qualitativo com caráter descritivo, uma vez que se propõe a identificar e caracterizar aspectos do processo de inovação, contribuições do gestor e influências dos aspectos organizacionais no processo de inovação das organizações estudadas.

Quanto à escolha do método de estudo, a pesquisa se configura como uma análise de múltiplos casos. Hartley (2004) e Gerring (2004) apontam que estudos de casos podem ser caracterizados como uma estratégia a ser exercida como forma de investigação intensiva e detalhada, a respeito de situação intrínseca ao processo de inovação nos casos pesquisados.



Como sujeitos da pesquisa, foram selecionadas para o estudo 3 empresas com atuação no setor de serviços, com o objetivo de obter informações semelhantes para um melhor entendimento sobre inovação e as relações entre gestão, aspectos organizacionais e colaboradores. A escolha se deu baseada em empresas que são conhecidas na região de Arapiraca como inovadoras ou que de certa forma demonstram a busca pela inovação, e de acordo com acessibilidade e disponibilidade.

A pesquisa qualitativa do estudo abrangeu a coleta de dados por meio de realização de entrevistas com roteiro semiestruturado, contendo 27 perguntas baseadas nos objetivos específicos.

Para análise de dados, as entrevistas foram transcritas e analisadas com base no conteúdo, que conforme afirma Bardin (2010) é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam obter através de procedimentos sistemáticos e objetivos, indicadores que permitem a interferência de conhecimentos em relação ao conteúdo das mensagens.

Para fins de pesquisa, os entrevistados serão chamados da seguinte maneira: entrevistado 1, corresponde a empresa 1, o entrevistado 2, corresponde a empresa 2 e o entrevistado 3 corresponde a empresa 3.

ANÁLISE DE DADOS

O processo de inovação citado por Tidd e Bessant (2015) está dividido em quatro fases: busca, seleção, implementação



e captura de valor. Ao decorrer das entrevistas com os gestores de empresas do setor de serviços, foram pontuadas algumas características desse processo. Abaixo serão apresentadas as informações identificadas.

A primeira fase do processo é a busca, onde são analisados os cenários e identificadas as ameaças e oportunidades para inovar. O entrevistado 1 explica que a busca por ideias para inovar se dar geralmente por pesquisas externas ao citar “ver alguma novidade que está surgindo fora”, levando a crer que eles não têm suas próprias ideias e sim vêm de outros locais e apenas adaptam, como é evidenciado no trecho “tentar implementar aqui, dentro do contexto da região”. O entrevistado 3 também pratica o processo de forma semelhante através de “busca de tendências externas” e “realizando adequações e melhorias”.

Davila, Epstein e Shelton (2007) afirmam que a inovação incremental é a forma predominante de inovação na maioria das empresas. Diante das falas dos entrevistados, mencionada acima, fica evidente que as empresas praticam a inovação incremental, apresentada pelos autores supramencionados como uma maneira de extrair o máximo possível de produtos e serviços já existentes, sem a necessidade de grandes mudanças.

A segunda fase do processo de inovação, citado por Tidd e Bessant (2015) é a seleção, é neste momento que as empresas decidem sobre qual ideia identificada na busca, implementar. O entrevistado 1 também demonstra preocupação em analisar as possibilidades de implementação quando expõe “pensar nos



cenários ruins e se ela resistir mais, ela vai ser implementada”, apresentando uma atenção pela fase ao refletir e escolher a ideia que seja mais resistente a problemas, indo de encontro com o pensamento de Tidd e Bessant (2009), onde afirmam que a inovação por não possuir recursos abundantes como: tempo, energia e dinheiro, precisam medir estrategicamente as atividades de inovação.

A terceira fase diz respeito à implementação das ideias, mencionado por Tidd e Bessant (2015) como as atividades para transformar as ideias selecionadas em realidade. O entrevistado 2, reflete uma amostra das atividades para a implementação, inferindo-se que não há um planejamento específico para a implementação de ideias, eles simplesmente selecionam uma ferramenta que pode ser aplicada, fazem adaptações e apresentam a ferramenta para o ramo. Além disso, pode-se perceber que não há uma preocupação com o planejamento desta fase do processo, a ideia é apenas aplicada sem levantamento dos recursos que serão utilizados. Conforme argumentado por Tidd e Bessant (2015) a implementação é a fase de comprometimento de vários recursos como: tempo, energia e o fomentador de vários tipos de conhecimentos, em um cenário de incertezas.

A quarta e última fase do processo é a captura de valor, exposta por Tidd e Bessant (2015) como a captura de valor através da inovação, seja esse valor o sucesso comercial, participação no mercado, redução de custos ou uma mudança no mundo. O entrevistado 3, evidencia que a organização considera valor



a indicação feita por clientes que já foram atendidos por eles e tiveram resultado positivo e assim acabam gerando cada vez mais valor para empresa, sendo ele reconhecimento ou valor financeiro. O entrevistado 2 também apresenta pensamento semelhante ao proferir “quando a gente vê o depoimento do cliente dizer que aquela ideia trouxe algo novo para ele, é algo muito positivo”.

Durante a realização da entrevista, o entrevistado 3 cita de forma geral e simplificada como funciona o processo de inovação na sua empresa. Conforme pode ser observado no trecho “A gente promove fóruns, chamados “fóruns de soluções” e aí cada site elege a melhor e analisamos como implementar sem gerar tantos impactos financeiros. Desse modo a empresa evidencia que estimula a participação dos colaboradores para a proposição de ideias.

Pode-se concluir que, o processo de inovação seguido pelas empresas estudadas, segue um modelo semelhante proposto por Tidd e Bessant (2015), citado no início desta seção.

A gestão precisa estimular a inovação na organização. Segundo Rodrigues e Veloso (2013), é importante promover e apoiar o processo que transforma as ideias em inovações, sendo também necessário entender e investir em ações que promovam sua promoção. Ao decorrer desta seção serão apresentadas algumas ações realizadas pelos gestores com o intuito de incentivar a inovação.

Uma das ações citadas pelo entrevistado 3, foi relacionado ao relacionamento entre a equipe ser uma forma de incentivar a



inovação em sua empresa. O entrevistado afirma que envolve toda sua equipe no processo, para que eles se sintam inseridos nele. É ao citar “conseguem ver um pouco mais” subtende-se que ele acredita que o operacional consegue enxergar mais que a gestão, porque eles quem realizam grande parte do processo e por isso sabem as melhorias que podem ser implantadas e “identificar oportunidade”. Segundo Van de Ven, Angle e Poole (2000) essa união entre pessoas resulta na junção de diferentes habilidades, favorecendo a inovação.

Um dos pontos identificados nos discursos dos entrevistados, foi a ação de capacitação e desenvolvimento dos funcionários, mencionado por Gavira *et al.* (2007) como uma das práticas de estímulo a inovação. O entrevistado 2 elucida essa questão de forma representativa deixando claro seu investimento em capacitações e afirmando que capacitar os colaboradores acaba os motivando e fazendo com que fluam novas ideias, por esse momento ser algo que os renova.

Gavira *et al.* (2007) também aponta a implantação de políticas de reconhecimento e recompensas pela criação de ideias que podem se tornar inovação, como ações de incentivo. Esse também foi um assunto referido pelo entrevistado da empresa 2. O entrevistado 2 expressa que utiliza o fator dinheiro como forma de premiar sua equipe pelas ideias geradas por ela, em seu discurso ele menciona apenas a premiação financeira como recompensa.



Ao decorrer da entrevista o entrevistado 1, apresenta algumas ações ofertadas para o desenvolvimento da criatividade em sua equipe: cedendo entretenimentos como Netflix, patrocínio de ingressos e eventos e afirma que proporcionar entretenimento para a equipe contribui para a criatividade. Rodrigo e Veloso (2013) afirmam que é importante promover a criatividade dos colaboradores e apoiar o processo que a transforma em inovação.

O entrevistado 2, fala em seu discurso sobre tolerância a erros e autonomia dada a equipe citando que deixa a equipe livre para definir como as ações serão executadas, permitindo que ela busque a melhor forma de executar, dentro de suas restrições. Além disso, aponta que a equipe é livre para realizar ações e que a gestão admite que a equipe erre durante esse processo.

Boas (2018) aponta alguns aspectos importantes da gestão de projetos de inovação e entre eles estão que seja dada autonomia para a equipe na tomada de decisão e o desenvolvimento de tolerância a falhas.

Por outro lado, é necessário que o processo seja também coordenado e acompanhado pelo gestor. O entrevistado 2 apresenta sua forma de controlar o processo e acompanhar o que está sendo feito pela equipe em cada projeto. Ele cita a ferramenta “trello” como a utilizada para o controle do processo e explica que com a utilização dessa ferramenta consegue coordenar o processo e a equipe também sabe exatamente o que está sendo feito e quais os próximos passos. Dentro desse contexto, Boas (2018)



afirma que é necessário que o gestor monitore a comunicação para que ocorra da forma como foi planejada.

Existe a hipótese de que o ambiente interno é quem propicia a chegada de inovações (MACHADO; CARVALHO; HEINZMANN, 2012). O entrevistado 2, apresenta que a razão inicial pela qual sua empresa é inovadora é porque as pessoas são realmente analisadas com base em resultados apresentados e subentende-se que este processo de seleção não acontece apenas através de entrevistas e sim através de apresentação de ideias e sugestões. E ainda argumenta que essas pessoas “mostraram de alguma forma que ele tá capacitado a trabalhar”, evidenciando ainda a demonstração de resultados. Machado, Carvalho e Heinzmann (2012), apontam que a própria cultura deve servir para o surgimento de inovações.

Existem alguns fatores na organização que dificultam o processo de inovação e o principal deles é a resistência a mudança. Os entrevistados não mencionaram em nenhum momento essa dificuldade. Um dos motivos para não existir essa resistência é citado por Kotter (1997), que argumenta que ela diminui quando a organização faz com que seus colaboradores compreendam a importância dessas mudanças e a façam em conjunto. O entrevistado 1 confirma que as pessoas têm esse pensamento unificado justamente por haver muito diálogo e todos estarem cientes dos planos da organização, o porquê de cada coisa acontecer e de cada mudança.



A cultura organizacional sem hierarquização foi um aspecto apontado pelo entrevistado 2. Este menciona que há livre acesso, onde todos os colaboradores têm acesso a gestão, facilitando assim a comunicação entre eles e evidência que independente de qual nível hierárquico estejam podem estar juntos da gestão e contribuir para a implantação ou melhoria de um processo. Knox (2002) aponta alguns aspectos que sustentam a inovação, e um deles é a cultura e o clima organizacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos resultados da pesquisa identificou-se que as empresas seguem um processo de inovação com as seguintes etapas: busca, seleção, implementação e captura de valor. No processo de busca as empresas realizam pesquisas de ideias em fontes externas para futuramente realizar adaptações e implementar no contexto da região. Já na fase de seleção, evidenciou-se que as empresas selecionam as ideias que serão implementadas com base na possibilidade de implementação, custo e no quanto elas resistem a problemas. Na fase de implementação observou-se que elas não planejam essa fase do processo, apenas implantam sem nenhum levantamento prévio dos recursos que serão utilizados e de como a ideia será implementada. E por fim, a fase de captura de valor é tida pelas empresas como a forma de reconhecimento dos seus clientes e indicações, que de certa forma acabam gerando retorno financeiro.



Percebe-se que as empresas ainda são amadoras diante processo de inovação. Primeiro porque elas não têm suas próprias ideias, sempre buscam inspirações externas, segundo pelo fato de não planejar uma das fases mais importantes, que é a fase de implementação, tendo em vista que mesmo que a ideia seja muito boa o fato de não planejar sua implementação, pode comprometer o resultado da inovação e terceiro por não conseguir mensurar quando o processo de inovação finaliza e começam as melhorias.

Com relação as contribuições do gestor para o processo de inovação. Diante dos resultados obtidos pôde-se perceber que o gestor contribui para o processo de inovação incentivando o bom relacionamento entre a equipe, aplicando recursos para a capacitação de seus colaboradores, motivando sua equipe, reconhecendo e ofertando recompensas pelas boas ideias, investindo em formas de entretenimento que contribuam para o aumento da criatividade dos colaboradores, dando autonomia a equipe e sendo tolerante a erros e por fim, controlando e acompanhando de fato todo o processo de inovação. Conclui-se que o gestor contribui efetivamente para o processo de inovação e suas contribuições permitem um maior engajamento e participação da equipe.

Foram identificados alguns aspectos organizacionais que contribuem de forma benéfica para o processo de inovação: a preocupação da organização desde o início buscar colaboradores que tragam resultados, o enfrentamento das barreiras do



processo, uma cultura organizacional sem hierarquização, onde tudo é trabalhado em conjunto e com muito diálogo e um clima agradável na organização, propiciado por criações de ações lúdicas, desafios e união entre toda a equipe. Conclui-se que os aspectos organizacionais contribuem para a inovação, pelo fato de ser responsável pela criação de um clima favorável ao surgimento de inovações.

Retomando a pergunta de pesquisa, citada no início deste capítulo, identificou-se que os gestores podem incentivar a inovação através da criação de um clima organizacional agradável, sem hierarquização, união entre a equipe, criação de políticas de incentivos e premiação por boas ideias, investimento na capacitação dos colaboradores, buscando formas de motivar seus colaboradores, dando autonomia a equipe e sendo tolerante a erros, estimulando a criatividade para que haja o surgimento de novas ideias e por fim controlando o processo e deixando a organização ciente dos objetivos que desejam alcançar.



REFERÊNCIAS

BARBIERI, J. (Org.). **Organizações Inovadoras**: estudos e casos brasileiros. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BOAS, E. **Gestão da inovação**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

DANILEVICZ, A. M. F. **Modelo para condução decisões estratégicas associadas ao gerenciamento da inovação em produtos.** 2006. Tese (Doutorado em Engenharia) -Escola de Engenharia, Universidade Nacional do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

DAVILA, T.; EPSTEIN, M.; SHELTON, R. **As Regras da Inovação.** São Paulo: Ed. Artmed, 2007.

DE BES, F.; KOTLER, P. **A bíblia da inovação.** São Paulo: Lua de Papel, 2011.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor:** prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 1986.

FREITAS FILHO, F. **Gestão da inovação: teoria e prática para implantação.** São Paulo: Atlas, 2013.

GAVIRA, M. et al. Gestão da inovação tecnológica: uma análise da aplicação do funil de inovação em uma organização de bens de consumo. **Revista de Administração Mackenzie**, v.8, n.1, p. 77-107, 2007.

GERRING, J. What is a case study and what is it good for? **American Political Science Review**, v. 98, n. 2, p. 342-354, 2004.

HADDAD, I. **Inovação organizacional: sua relevância no fomento e suporte para as inovações tecnológicas e sua relação com a cultura organizacional nas empresas.** 2015. Monografia (Graduação em Gestão de Comércio Internacional) – Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas, Limeira.

HARTLEY, J. Case study research. In: SYMON, G.; CASSELL, C (Org.). **Essential guide to qualitative methods in organizational research.** London: Sage, p.323-333, 2004.



KNOX, S. The boardroom agenda: developing the innovative organization. **Corporate Governance**, v. 2, n. 1, p. 27-36, 2002.

KOULOPOULOS, T. **Inovação com resultado**: o olhar além do óbvio. São Paulo: Gente: Senac, 2011.

KOTTER, J. Leading Change: why transformation efforts fail. **Harvard Business Review: Boston**, v. 73, n. 2, p. 59-67, 1997.

MACHADO, D.; CARVALHO, L.; HEINZMANN, L. Ambiente Favorável ao Desenvolvimento de inovações e cultura organizacional: integração de duas perspectivas de análise. **Revista de Administração**, v.47, n.4, p.715 – 729, 2012.

MONTEIRO, I. **Comportamentos do líder inovador no setor do turismo**. 2008. Tese (doutorado em Psicologia das Organizações) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Algarve, Faro/Portugal.

OECD; EUROSTAT. **Manual de Oslo**. Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3 ed. Rio de Janeiro: FINEP, 1997.

RODRIGUES, A. F.; VELOSO, A. Contribuições da Gestão de Recursos Humanos para a Criatividade e Inovação Organizacional. **Revista Psicologia, Organizações e Trabalho**, v. 13, n. 3, p. 293-308, 2013.

ROGERS, E.; SHOEMAKER, F. **Communication of Innovations**: a Cross Cultural Approach. New York: Free Press, 1971.

SANTOS, A. B. A; FAZION, C. B.; MEROE, G. P. S. Inovação: um estudo sobre a evolução do conceito de Schumpeter. **Caderno de Administração**, v. 5, n. 1 2000.



SCHUMPETER, J. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SIMANTOB, M. **Guia Valor Econômico de Inovação nas Empresas**. São Paulo: Globo, 2003.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3. ed. São Paulo: Artmed, 2008.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da inovação**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VAN DE VEN, A.; ANGLE, H.; POOLE, M. **Research on the management of innovation: the Minnesota studies**. New York: Oxford University, 2000



CAPÍTULO 5

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA GESTÃO PÚBLICA: ANÁLISE DOS PRINCIPAIS IMPACTOS E DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DA NISE, ATENDENTE VIRTUAL DA SEFAZ - AL

Érica Regina da S. Farias Alves
Natália Monnique da Silva Oliveira
Adriano Marinheiro Pompeu



INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea percorre um processo de transformação digital, em que é cada vez mais comum o uso de tecnologias e soluções digitais para resolução de problemas corriqueiros. Imersas nesta constante evolução tecnológica, encontram-se organizações públicas e privadas que necessitam cada dia mais de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), para modernizar os seus processos.

Esse fenômeno passou a ser mais notório nos últimos dois anos, em face da pandemia da Covid-19, quando em decorrência de decretos governamentais restritivos, as empresas tiveram que se atualizar de forma rápida para dispor seus atendimentos de maneiras mais eficazes, sem precisar que seus usuários

transitassem fisicamente até suas unidades. Este fenômeno estende-se, inclusive, ao setor público, que também tem passado por uma transformação digital, acompanhando o que acontece no setor privado.

Nesse contexto, surgiram algumas ferramentas para auxiliar tal cenário, dentre elas, os atendentes virtuais desenvolvidos através da Inteligência Artificial (IA), que são personagens animados que orientam, direcionam e realizam atividades interativas com os usuários, numa relação homem-máquina, utilizando uma linguagem natural, semelhante à humana. Grande parte dos atendentes virtuais integra o grupo dos *chatbots* que interagem com o usuário através do Processamento de Linguagem Natural (PLN).

Segundo Reategui; Lorezatti (2017), a palavra “chat” significa conversa e o termo “bot”, robô, assim, temos os *chatbots*, responsáveis pela interação entre pessoas e máquinas que inicialmente surgiram com a finalidade de auxiliar em atividades do dia a dia, e atualmente podem ser o principal meio para a realização de serviços em uma entidade.

Frente a estes desafios a Secretaria de Estado da Fazenda de Alagoas (SEFAZ/AL), órgão responsável pela arrecadação de tributos estaduais, e por auxiliar na gestão financeira, contábil e tributária do governo do estado de Alagoas, desenvolveu a Nise, atendente virtual, que realiza serviços e orientações aos seus usuários. Implantada em junho de 2020, hoje conta com 170 serviços de atendimento especializado.



Outrossim, a atendente virtual beneficia o serviço público, uma vez que gera mais eficiência e entrega uma resposta rápida ao usuário, permitindo um atendimento sem necessidade de enfrentar filas, tampouco o deslocamento de suas residências. Também beneficia a SEFAZ/AL, já que exige menos atendimentos presenciais, retirando a sobrecarga de trabalho.

Ao abordar a implantação da Nise no ambiente da SEFAZ/AL, este estudo objetivou identificar quais os principais impactos e desafios do uso da atendente virtual para a SEFAZ/AL, acompanhando o nível de satisfação dos usuários externos, mensurando a adaptação destes com a ferramenta, uma vez que o público da SEFAZ/AL é diversificado, atende aos imigrantes digitais (aqueles que migraram para a era tecnológica) e os nativos digitais (que já nasceram na era tecnológica), bem como, explicar como ocorreu a mudança de trabalho para os servidores e como eles habituaram-se ao uso na nova tecnologia.

Ademais, este trabalho consiste em analisar os principais anseios e objetivos ao instituir a Nise como mecanismo de atendimento, correlacionando-os com os resultados alcançados, evidenciando os pontos de melhoria e benefícios alcançados, uma vez que o órgão (SEFAZ/AL) inovou ao aplicar a tecnologia de “chatbot” para atendimento ao público. Por conseguinte faz-se necessário, ainda, abordar todos os requisitos supracitados, e a partir deste trabalho mencionar a Nise como inspiração para outros órgãos públicos desenvolverem e implantarem



seu próprio sistema de inteligência virtual, iniciando assim o processo de inovação e modernização do serviço público.

IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA INOVAÇÃO

De acordo com Schweriner (2006), é incrível pensar que a história da humanidade pode ser redigida tendo como referência a evolução das invenções tecnológicas. Neste contexto, percebe-se que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e a Inteligência Artificial (IA) constituem parte importante no cotidiano dos indivíduos, trazendo automação e facilidade para gerir atividades das mais complexas até as mais fáceis.

A inteligência artificial é um conjunto de algoritmos computacionais e matemáticos, essa compilação precisa de uma combinação lógica semelhante à inteligência humana configurada de modo prévio (TURING, 1951). Pioneiro nesta área Turing (1951), descreve que a Inteligência Artificial (IA) é o estudo da explicação computacional e a replicação de comportamentos associados à inteligência em humanos.

Para Kurzweil (2018), as mudanças tecnológicas evoluem de forma significativa, ou seja, o período de atualizações tecnológicas ocorrem cada vez mais rápidas com os avanços da sociedade. No caminhar evolutivo do homem, inovar é inato, todos os dias realizamos pequenas inovações que com o passar do tempo tornam-se grandes engenharias, ao necessitar aperfeiçoar uma atividade, um processo ou serviço estamos



desenvolvendo formas para suprir nossas urgências e as máquinas computacionais se tornam as agentes principais para promover o aperfeiçoamento das inovações tecnológicas.

Na atual conjuntura social, evidências científicas apontam que a presença de um personagem em uma interface pode aumentar a confiança do usuário (RICKENBERG e REEVES 2000) e melhorar a comunicação entre homem e máquina através da introdução de estímulos sociais (DE ANGELI et al. 2001). Diante disso surgem os chatbots ou chatterbots, que Mauldin (1994), descreve como uma junção das palavras chatter (pessoa que conversa) e bot (abreviatura de robot – robô), tal como a tradução, assistentes virtuais e robôs de conversa, que são softwares desenvolvidos para imitar ações humanas repetidas vezes, simulando uma interação homem-máquina.

Dessa forma, para De Carvalho Júnior (2018 p. 72) chabots “são programas desenvolvidos para uma interação com seres humanos de forma transparente e que podem ser adaptados ao contexto, respondendo a perguntas, dando informações ou fazendo sugestões”. Além disso, a Dialogflow (API.AI) é uma ferramenta desenvolvida pela Google para a criação de assistentes virtuais para dispositivos móveis e Internet das Coisas (IOT), entre outras.

A terminologia Internet das Coisas (IoT) foi criada pelo pesquisador do MIT, Kevin Ashton, durante uma apresentação na empresa Procter & Gamble (P&G), onde sugeriu a ideia de utilizar etiquetas RFID na cadeia de suprimentos da organização



(ASHTON, 2011). De acordo com o autor, seres humanos são inerentes ao ambiente que os rodeia, são físicos, e a economia e a sociedade são baseadas em coisas. Contudo, a T.I. atualmente depende muito dos dados utilizados pelos usuários, ao ponto de afirmarmos que as máquinas apresentam mais conhecimento ideológico do que das coisas em si (ASHTON, 2011).

Tidd, Bessant e Pavitt (2008) afirmam que a inovação como um processo, traz à tona a necessidade de que ela seja gerida na forma de entradas, saídas, atividades e subprocessos, meios de controle, objetivos, parâmetros e recursos. Conforme esses autores, a inovação é resumidamente conceber, melhorar, reconhecer e compreender as rotinas efetivas para geração de inovações, bem como facilitar seu surgimento dentro da organização.

Para Baregheh, Rowley e Sambrook (2009) a gestão da inovação pode ser entendida como um processo em vários estágios, pelo qual as organizações transformam ideias em bens, serviços ou processos novos ou melhorados com o objetivo de progredir, competir ou diferenciar-se com sucesso no mercado.

“No contexto atual, há desafios e oportunidades, e a inovação surge como o elemento que pode contribuir decisivamente para transformar o tão propagado “Brasil, país do futuro” em “Brasil, país do presente” (CARVALHO et al, 2011 p. 12). Dessa forma investir em inovação é uma estratégia valiosíssima, pois proporciona às empresas modernização e acompanhamento das tendências de gestão atuais. Conforme Reis (2004, p. 47) “No cenário atual de competitividade e



globalização de mercados, a inovação tecnológica é fator de sobrevivência das organizações”.

Outros aspectos que podem ser citados, são as vantagens encontradas pelas empresas que investem em modernização. Para (Beraldi e Filho, 2009) uma organização que possui sistema informatizado, funcionando eficazmente obterá inúmeras vantagens, desde a economia de tempo até a facilidade de acesso à informação. Este fator também é reforçado por Rossi (2009, p.1), que afirma que “inovação é primordial para ganhos competitivos, promover mudanças evolutivas e se adaptarem permanentemente às mudanças do ambiente”.

Assim, é imprescindível que as organizações atualmente invistam em inovação, buscando aperfeiçoamento dos processos e acompanhando as tendências do mercado, pois através disso “as empresas conseguem reduzir incertezas, prazos e custos no desenvolvimento de novos produtos, serviços, processos e negócios” (ROSSI, 2009, p.1).

INOVAÇÃO NO SETOR PÚBLICO

Segundo Coutinho (2014), os serviços públicos, em geral, não são bem vistos pela sociedade, e as principais reclamações apontam a burocratização dos processos, a ineficiência e ineficácia no atendimento, tornando o incapaz de atender aos anseios cada vez mais urgentes da sociedade. Os serviços que possuem uma relação direta com a população são os mais afetados, uma



vez que o cidadão requer uma resposta rápida, nesse sentido o aprimoramento da tomada de decisão e o processo interno de trâmite devem sofrer processos de inovação tecnológica para melhoramento das suas atividades.

As inovações tecnológicas estão modificando a relação entre os cidadãos e os governos. Nesta medida, é perceptível que o avanço nas organizações moderniza seus sistemas. Sendo assim, cumpre acrescentar, inicialmente, que este fenômeno acontece na esfera privada e, depois, migra para a pública. Ademais, a depender da área na qual esteja inserida há um nível de complexidade, o que demanda um estudo detalhado sobre os serviços supracitados (BALBE, 2010).

No entanto, destacam-se alguns conceitos de acordo com o Manual de Oslo (2005), que detalha sobre a interpretação de dados relacionados à ciência, tecnologia e inovação. Segundo este manual pode-se entender a inovação como a criação de um produto novo, serviço ou o melhoramento destes.

A inovação tecnológica do processo é a adoção de métodos de produção tecnologicamente novos ou significativamente aprimorados, incluindo métodos de entrega do produto. Esses métodos podem envolver mudanças no equipamento ou na organização da produção, ou uma combinação dessas mudanças, e podem ser derivados do uso de novos conhecimentos. Os métodos podem ser



destinados a produzir ou entregar produtos tecnologicamente novos ou aprimorados, que não podem ser produzidos ou entregues usando métodos de produção convencionais, ou essencialmente, para aumentar a eficiência de produção ou entrega de produtos existentes (MANUAL OSLO, 2005, p.32).

Para Bessant et al. (2008), não é preciso criar um produto fabuloso para gerar inovação, a simples criatividade para resolução de problemas com base nas práticas mercadológicas podem ser consideradas práticas inovadoras. Para produzir inovação é preciso estar envolto a conhecimentos, informação e o principal, a criatividade. Observa-se que a engenhosidade na resolução de problemas e a administração dos fluxos de atividades é uma prática alcançável para os órgãos públicos.

Dessa forma, pode-se pensar que a inovação está diretamente relacionada à intervenção do estado, contudo, para Danda et al. (2016), a inovação pode surgir sem a presença do governo, entretanto a sua falta pode comprometer processos internos e a produtividade entre órgãos. Assim, o Estado, ao lado da indústria e das instituições de ensino superior, torna-se um agente indispensável nesse processo.

No Brasil, o surgimento da Inovação das políticas de Ciência e Tecnologia (C&T) teve seu ápice no fim dos anos 1980 (LEMONS E CÁRIO, 2013). Ainda segundo o autor, historicamente, a pesquisa científica era fundamental para o desenvolvimento da



ciência, assim foram criados a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

A partir da década de 80 os estudos sobre inovação foram aperfeiçoados o que mobilizou instituições a voltarem seus olhares para a relevância do tema. A criação da Lei nº 8.661/93 sobre a Política de incentivos fiscais às atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), e Inovação foi um marco para a evolução tecnológica da gestão pública brasileira.

De acordo com Bugarin e Meneguín (2016), o setor público apresenta dificuldades no que tange a gestão da inovação. Nessa perspectiva, o excesso de regulamentação é um desses entraves. Este é um problema que pode gerar ineficiência à gestão pública, de maneira que o gestor é desestimulado na busca de soluções criativas das mais simples, até as mais complexas. Por conseguinte, entre esses autores, há um entendimento de que o gestor assume uma posição comedida sob regras acentuadamente rígidas, o que pode interferir na decisão de inovar.

O setor público, por sua vez, entrega um produto intangível, que é a prestação de serviço à sociedade, cuja principal forma de promover a inovação no setor público seja através da tecnologia (FERREIRA et al., 2015). Logo, nota-se uma cobrança por parte do cidadão por uma transparência e celeridade dos serviços prestados e o uso das ferramentas tecnológicas, torna-se indispensável.



Resgatando o entendimento anterior, Potts e Kastle (2010), ressaltam que o setor público deve inovar na promoção de serviços à sociedade, a fim de elevar o nível de satisfação dos cidadãos perante o governo. Não obstante, Brandão e Faria (2013), postula que a inovação já é inerente à gestão estratégica no âmbito do setor público.

Nesse prisma, o governo, quando propõe saídas aos conflitos coletivos, leva-se em consideração os diversos atores imbricados no contexto, como os funcionários públicos e os cidadãos, ao que se designou de “impulso de baixo para cima”, como prática inovadora no reconhecimento das necessidades sociais existentes de uma população (MORA e RUEDA, 2016).

A inclusão digital e o entendimento de que o cidadão é o maior consumidor dos serviços públicos é o principal agente motivador para as mudanças que devem ser elaboradas fazendo a conexão entre órgão e contribuinte/usuário. Deve-se pensar também na pluralidade da população em que está inserida a esfera organizacional (MORA E RUEDA, 2016).

Hoje, com a inovação tecnológica que perpassa longos anos desde a Globalização até os dias atuais surge a figura dos Nativos Digitais que segundo Palfrey e Gasser (2011) são aqueles nascidos após os anos de 1980, e que tem habilidades para usar as tecnologias digitais, pois nasceram imersos a esse meio, buscam se relacionar com pessoas através das novas mídias, redes sociais, aplicativos e nelas descobrem as novas possibilidades que são possibilitadas diante das novas tecnologias.



Contudo, há aqueles que não se encaixam nesse grupo e que precisam conviver e interagir com esses nativos e, além disso, precisam aprender a dominar as inovações tecnológicas, são os chamados imigrantes digitais (PALFREY; GASSER, 2011). Esses agentes são impulsionados a utilizar as tecnologias diante da evolução da humanidade, tal como novas formas de trabalho e relações sociais.

MÉTODO E COLETA DE DADOS

Em termos metodológicos, a realização desta pesquisa se dividiu em duas etapas: em primeiro lugar, propôs-se a realização de uma abordagem qualitativa, que consiste num estudo para “compreender um fenômeno em seu ambiente natural, onde este ocorre e do qual faz parte” (KRIPKA et al, 2015, p 243). Por meio de entrevistas semi estruturadas, que de acordo com Duarte (2017), proporciona ao pesquisador mais liberdade para fazer perguntas específicas, de acordo com cada entrevistado.

Na primeira etapa foram realizadas entrevistas no mês de setembro de 2021, aplicadas à alguns responsáveis pelo desenvolvimento e implantação da Nise, sendo eles: o desenvolvedor e líder do projeto estratégico do atendimento virtual integrado, a analista e linha de frente dos atendimentos presenciais e virtuais e o responsável pelas Gerências de Crédito Tributário, Cadastro e Articulação Regional, sendo todas realizadas através do sistema Google Meet.



Após as entrevistas, na segunda etapa, aplicou-se um questionário, realizado por meio do sistema Google Forms, durante o mês de outubro de 2021, a fim de compreender algumas características essenciais ao uso da atendente virtual, Nise. Neste caso, optou-se por coletar respostas de usuários externos de serviços da Nise (contribuintes) e usuários internos (servidores da SEFAZ/AL), com idade a partir de 18 anos, tanto homens quanto mulheres, que já possuem nível de experiência com a assistente e/ou a usa em seu dia a dia.

No total, 41 usuários externos e 26 usuários internos responderam aos respectivos questionários, que contém 23 questões de múltipla escolha para usuários externos e 20 questões de múltipla escolha para usuários internos. A seguir, apresenta-se a síntese dos resultados, tanto da etapa qualitativa quanto quantitativa.



ETAPA QUALITATIVA

Com base nos questionamentos feitos em entrevista com três servidores da SEFAZ/AL, conforme detalhado anteriormente, selecionados devido a sua participação no processo de implantação da assistente virtual, Nise, bem como seu papel estratégico dentro do órgão, para acompanhamento, desenvolvimento e atualização da ferramenta. Aponta-se as seguintes constatações, acerca do processo de inserção da Nise no atendimento ao público da SEFAZ/AL.

Segundo Vieira (2021), já existia um projeto que visava uma uniformização e padronização do atendimento ao público na SEFAZ, onde buscava-se identificar os “gargalos” do atendimento ao público, o que foi acelerado devido a Pandemia da Covid-19. Contudo, devido ao curto espaço de tempo para planejamento e execução do projeto, foram elencados alguns serviços críticos para dar início ao projeto.

No entanto, foi preciso criar alguns critérios e definir como estes passos de mudança do atendimento presencial para o virtual seria implantado e comunicado tanto aos servidores quanto aos usuários dos serviços ofertados pela Secretaria de Estado da Fazenda. Portanto, Vieira (2021) detalha que o processo de transição passou por uma etapa de divulgação interna, feita equipe por equipe, onde cada setor foi apresentado a nova ferramenta e tinha liberdade de indicar as suas dificuldades e pontos críticos para a migração do serviço.

Desta forma, a articulação de diferentes envolvidos como: setores da SEFAZ/AL, comunidade externa e entidades representativas, principalmente as associações e o Conselho Regional de Contabilidade (CRC), com profissionais que comumente usam os serviços da SEFAZ/AL, foi fundamental para a transformação digital que ocorreria adiante (VIEIRA, 2021).

Tratando-se dos resultados alcançados até então e dos benefícios que a assistente virtual trouxe para a SEFAZ /AL, Mello (2021) destaca que a ferramenta contribuiu para gerar



padronização a cada resposta dada ao cliente, trouxe também mais qualidade e celeridade ao atendimento.

Para Barbosa (2021), o uso da nova ferramenta acarretou uma mudança sem precedentes, trouxe muito mais economia de recursos, reduziu a pluralidade de postos de atendimento presenciais, além de adequar o atendimento da SEFAZ/AL ao que exige o Código de Defesa do Consumidor.

Contudo, durante o atendimento virtual ainda verifica-se algumas dificuldades de adaptação por parte dos usuários dos serviços, principalmente no que diz respeito à leitura das informações solicitadas pela Nise durante o atendimento virtual. Barbosa (2021) salienta que as informações exigidas pela ferramenta são perfeitamente inteligíveis, contudo, os contribuintes são negligentes na leitura do que é solicitado.

Barbosa (2021), destaca ainda, que houve uma preocupação da Secretaria de Estado da Fazenda em adaptar a linguagem técnica utilizada pelo órgão a algo que fosse facilmente compreensível, inclusive por pessoas que não estão habituadas ao linguajar usado na área fiscal. E que esta adaptação é feita de forma contínua.

Ainda é salientado que está disponível tanto virtualmente, na própria Nise, como presencialmente, de forma agendada, um canal de orientação, intitulado “Descomplica Nise” que oferece informações de suporte ao usuário acerca do uso da ferramenta. (BARBOSA, 2021)



Outro ponto identificado é a adaptação do usuário ao atendimento virtual, algumas pessoas ainda insistem em comparecer presencialmente ao órgão, embora em número bastante reduzido em relação ao público anterior à implantação da Nise. Contudo, estes contribuintes, já estão sendo reeducados a procurar a ferramenta primordialmente (BARBOSA, 2021).

Em relação a adaptação dos usuários internos (servidores da SEFAZ/AL), ao uso da Nise como canal de atendimento ao público, Mello (2021) ressalta que as pessoas tendem a ser resistentes e que esse é um processo de adaptação, afinal muitos servidores são pessoas em tempo de aposentadoria ou estão acima dos cinquenta anos, e não conviveram com a tecnologia, então essa é uma etapa de aprendizado. Barbosa (2021), acrescenta que à medida que a Nise vem evoluindo, todos os envolvidos estão também em processo de evolução.

Outra consideração importante, é em relação a qualidade do atendimento ao público. Os servidores da SEFAZ/AL estão sendo orientados a pensarem no atendimento de qualidade, independente da quantidade de pessoas atendidas, estão sendo educados a buscar a excelência no atendimento (BARBOSA, 2021).

ETAPA QUANTITATIVA

Para que se pudesse compreender o quanto de informação acerca da Nise os colaboradores da SEFAZ/AL detinham, foram realizados alguns questionamentos, onde mais de 50% dos



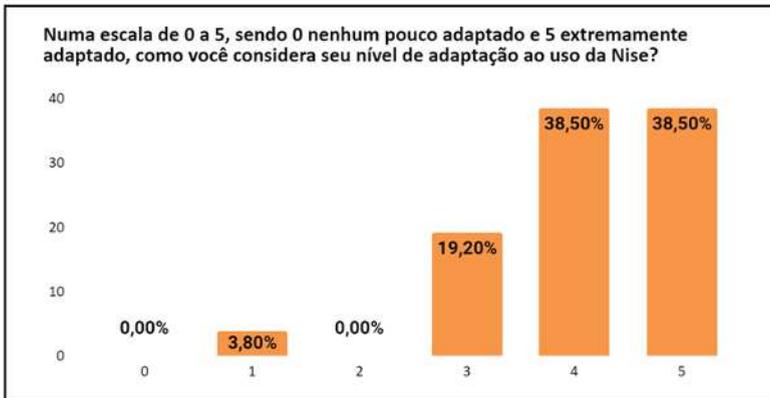
usuários, informaram que conheceram a Nise por meio de treinamentos com servidores, e, destes, mais de 80% responderam que sabem como utilizar a ferramenta. Neste contexto, foram efetuados também questionamentos acerca da adaptação dos servidores ao uso da ferramenta, conforme evidenciado nas Figuras 1 e 2.

Figura 1 - Sobre os serviços intermediados através da Nise e as dificuldades enfrentadas na adaptação dos usuários internos.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Figura 2 - Quanto a adaptação da ferramenta para usuários internos.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Buscou-se, ainda, compreender como a implantação da Nise impactou o volume de trabalho para os servidores da SEFAZ-AL, o que é ilustrado conforme demonstração gráfica na Figura 3.



Figura 3 - Com relação ao trabalho dos servidores após a chegada da Nise.



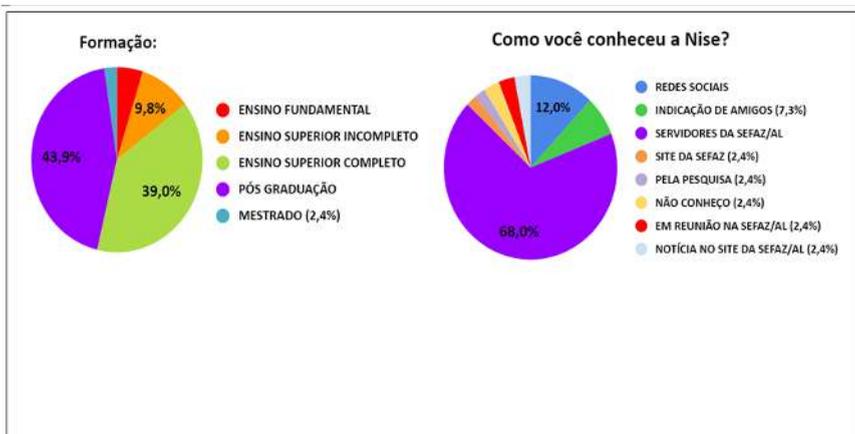
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Verificou-se que com a migração dos serviços para a Nise, a procura por atendimentos presenciais diminuiu substancialmente em 53,8%, e por conseguinte constatou-se que mais de 96,2% dos servidores acreditam que a SEFAZ/AL está automatizando suas atividades através da inovação tecnológica. Observa-se, também, que 100% dos entrevistados acredita que a redução de custos após a implantação da Nise foi benéfica para a SEFAZ/AL.

Em seguida, buscou-se estabelecer um diagnóstico acerca dos contribuintes, traçando o perfil baseado no nível de escolaridade e elucidando a forma como estes foram apresentados à ferramenta (Figura 4). A pesquisa constatou ainda que mais de 60% dos contribuintes informaram que utilizam a Nise desde a implantação.



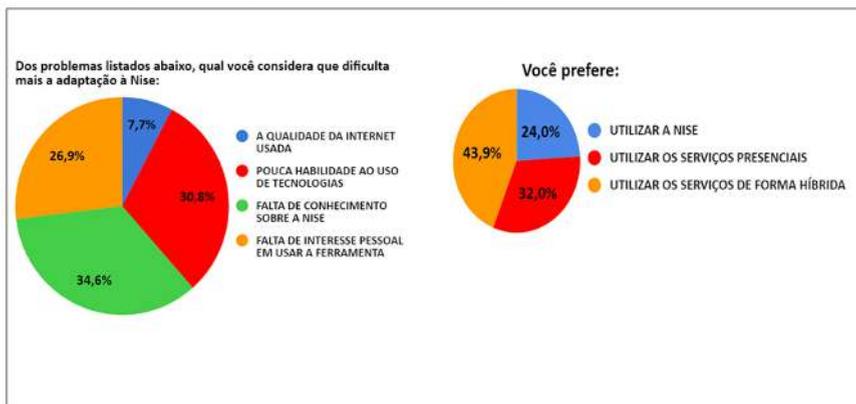
Figura 4 - Quanto à formação dos usuários externos e como eles conheceram a Nise



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021

Na sequência, foram feitas perguntas referentes a divulgação, uso, adaptação, satisfação e atenção do contribuinte durante o atendimento, o que constatou-se que 82% informaram que a ferramenta é de fácil entendimento, contudo, informaram alguns problemas que dificultam a adaptação da Nise, e suas preferências de atendimento, conforme Figura 5.

Figura 5 - Dos problemas encontrados na adaptação da ferramenta e os possíveis pontos de melhoria para usuários externos



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Não obstante, 46% dos entrevistados informaram que a falta de informações precisas é um dos fatores determinantes de insatisfação e 20% elencaram a insatisfação sobre o tempo de resposta. Em suma, verificou-se que a Nise atende parcialmente as necessidades segundo 53,7% e outros 24,4% afirmam que a ferramenta atende plenamente. Outro ponto ressaltado pelos

usuários é acerca da política de proteção de dados adotada pela Nise: 52,5% dos entrevistados afirma que é informado sobre a política ao utilizar a Nise e mais de 95% alega ser de extrema importância que seja informado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Consolidando os dados coletados observa-se que o uso de uma atendente virtual estava no planejamento do órgão analisado, o que denota o desejo de investir em inovação antecedente ao período em que a SEFAZ/AL precisou suspender temporariamente o atendimento presencial em virtude da Pandemia de Covid-19, outrossim, o evento de saúde pública apenas acelerou a implantação do chatbot.

Em relação aos contribuintes, após o período de um mês de aplicação dos questionários para os Usuários Externos no âmbito do Estado de Alagoas, observa-se que de acordo com o perfil dos respondentes, grande parte possui nível de escolaridade de pós-graduação. Neste aspecto, os usuários não encontram dificuldades com relação a linguagem utilizada pela chatterbot, assim como, afirmam também ler todas as orientações atentamente.

Em contrapartida, um dos entrevistados afirmam que há entre o público um problema de leitura e atenção durante o atendimento ao solicitar determinado serviço, e que alguns poucos contribuintes ainda procuram o atendimento presencial



ou ligam para o órgão buscando informações, o que pode significar inclusive, uma resistência ao uso da inteligência virtual, afinal uma grande parcela dos respondentes afirma ainda preferir o atendimento presencial.

Pôde-se ainda identificar que a maioria dos contribuintes foram informados da implantação da ferramenta através dos servidores da própria SEFAZ/AL e grande parte utilizam-na desde a implantação. A pesquisa constatou a pouca divulgação da Nise pela perspectiva dos usuários externos, o que implica na adaptação e aceitação da ferramenta. Nesse prisma, considera-se que estratégia utilizada pela secretaria para divulgar o novo sistema através dos Conselhos de classe, redes sociais e tutoriais de ensino por texto através do site não foram eficazes, uma vez que a aprendizagem não é um padrão para todos, partindo do entendimento de que há indivíduos que compreendem melhor por textos, outros por áudio, imagem, audiovisual entre outros.

Inclusive, algumas ações diferentes da estratégia de divulgação da SEFAZ-AL, tais como suporte humano, vídeos tutoriais e fórum de dúvidas podem ser sugeridas para que a Nise alcance um público maior. Vale ressaltar que segundo um dos entrevistados, a SEFAZ/AL dispõe de canais de atendimento para resolução de dúvidas, como atendimento presencial por agendamento e a própria chatterbot que no decorrer do atendimento sugere ao contribuinte a opção de falar com o suporte humano.



De fato, é notável que existe resistência em adaptar-se às novas tecnologias, mesmo diante das constantes evoluções vivenciadas atualmente, principalmente as derivadas do período pandêmico, no qual demandaram uma urgência na integração do uso de novas ferramentas tecnológicas, aproximando o público do novo panorama mundial. Tal fato corrobora com a fala de um dos entrevistados que descreve sobre a reeducação que a secretaria realiza ao prestar atendimentos que instruem a procurar a ferramenta primordialmente

Com relação aos usuários internos da SEFAZ/AL, a maioria dos servidores da secretaria responderam que um dos grandes empecilhos ao utilizar a ferramenta seria quanto ao pouco conhecimento sobre a ferramenta. Nesse contexto, nota-se a falta de uma educação corporativa que treine e desenvolva colaboradores, com a proposta de mantê-los atualizados de acordo com o processo evolutivo da assistente virtual, diferentemente dos treinamentos que ocorreram na implantação da ferramenta como descreveu (VIEIRA, 2021), haja vista que esse tipo de prática é pontual, e não abrange as possíveis evoluções da chatterbot, o que não permite a atualização dos servidores em tempo hábil.

Quando uma organização utiliza-se de educação corporativa garante que todos estejam alinhados sobre a mesma perspectiva, fazendo com que os funcionários sintam-se parte do órgão. Essa prática também é importante para garantir a igualdade das informações repassadas ao público,



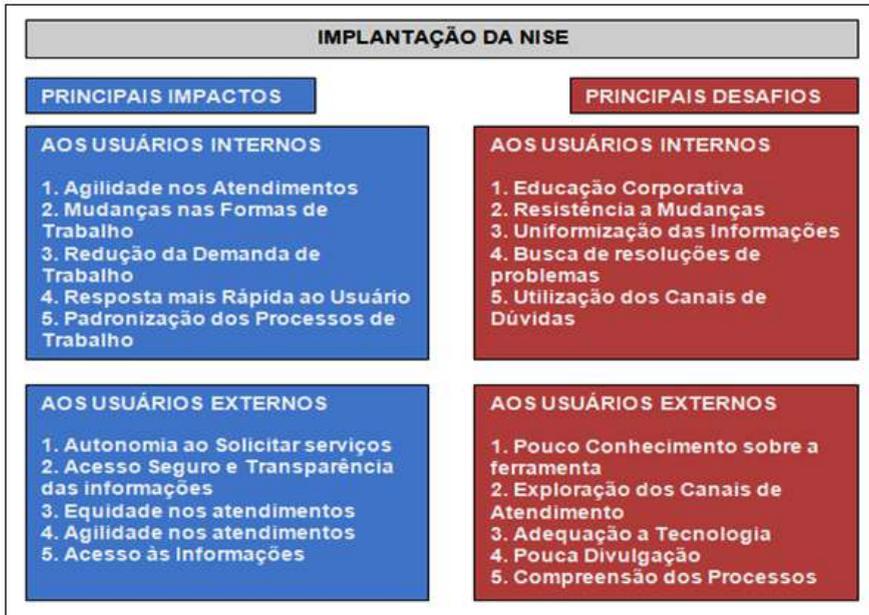
uma vez que todos os servidores passam pelo mesmo processo de educação corporativa, ou seja, não há espaços para ruídos nas informações.

Em relação a diminuição de custos após a implantação da ferramenta, todos os servidores concordam com a redução, o que também é constatado na fala dos entrevistados, e outra grande parte afirma que a SEFAZ/AL está automatizando e gerando inovação tecnológica. Estas constatações provam que a secretaria está realizando uma inovação tecnológica no setor público no Estado de Alagoas através da Nise para gerir suas demandas e facilitando o processo para o contribuinte.

Outro ponto avaliado refere-se a diminuição da demanda de trabalho após a implantação da chatterbot, grande parte concorda que sua carga diminuiu. Em face desta porcentagem percebe-se que houve uma diminuição significativa de processos físicos e custos para o órgão, o que também é confirmado através das respostas obtidas nas entrevistas qualitativas, onde um dos entrevistados salienta que a Nise trouxe maior, economicidade, agilidade e padronização do atendimento.

Para entender o panorama dos maiores impactos e desafios da implantação da assistente virtual, observa-se o gráfico a seguir.



Figura 6: Principais impactos e desafios após a implantação da Nise

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, o estudo acerca da implantação da Nise no ambiente da SEFAZ/AL, contribui para desconstruir a ideia de um serviço público moroso, ineficiente e arcaico. A modernização e inovação estão presentes no órgão com a implantação da Nise, atendente virtual, que tem atuado no atendimento ao público de forma padronizada, célere e eficaz. Embora alguns entraves sejam evidenciados, tais como: resistência a mudanças e adaptação dos



servidores e contribuintes, a ferramenta segue ganhando cada vez mais espaço dentro do serviço público.

Afinal, é cada vez mais comum que as pessoas busquem o auxílio de novas tecnologias para solução de problemas, na busca de mais comodidade, segurança e rapidez de resposta, o que também é uma tendência, inclusive para o atendimento ao público. Cabe evidenciar que há ainda um caminho longo de mudanças e aperfeiçoamento a ser percorrido, afinal, a inovação vai sendo adaptada à medida que surgem pontos de melhoria identificados que possam contribuir para maior eficiência.

No entanto, já se alcança resultados perceptíveis, em relação ao tempo de resposta ao cliente, ao não enfrentamento de filas ou deslocamentos, à economia de recursos e inclusive a preparação para que a SEFAZ/AL esteja incluída nas tendências globais de inovação, desenvolvimento e sustentabilidade, que permeia tanto a esfera privada quanto pública.

A criação, desenvolvimento e implantação da Nise, pela Secretaria de Fazenda do Estado de Alagoas, certamente situa o órgão como um excelente modelo para os demais da administração pública, acerca de como investir recursos em tecnologias que possam agregar valor à instituição. Assim, este trabalho também contribui para que esse trajeto percorrido pela SEFAZ/AL, seja de conhecimento público, e que mais instituições sintam-se motivadas a inovar a partir do exemplo de sucesso que é a Nise.



REFERÊNCIAS

ASHTON, K. **That 'Internet of Things' Thing**. RFID Journal, v. 22, n. 7, 2011.

BALBE, Ronald da Silva. Uso de tecnologias de informação e comunicação na gestão pública: exemplos no governo federal. **Revista do serviço público**, v. 61, n. 2, p. 189-209, 2010.

BARBOSA, J. **Entrevista**. Concedida à Érica Regina da S. Farias Alves e Natália Monnique da Silva Oliveira. Maceió/AL, 15 de set de. 2021.

BAREGHEH, Anahita; ROWLEY, Jennifer; SAMBROOK, Sally. Towards a multidisciplinary definition of innovation. **Management decision**, 2009.

BERALDI, Lairce Castanhera; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas. **Ciência da informação**, v. 29, p. 46-50, 2000.

BESSANT, John; TIDD, Joe; PAVITT, Keith. Gestão da inovação. **Porto Alegre**, v. 3, 2008.

BRANDÃO, Soraya Monteiro; BRUNO-FARIA, Maria de Fátima. Inovação no setor público: análise da produção científica em periódicos nacionais e internacionais da área de administração. **Revista de Administração Pública**, v. 47, p. 227-248, 2013.

BUGARIN, Maurício; MENEGUIN, Fernando B. Incentivos à corrupção e à inação no serviço público: Uma análise de desenho de mecanismos♦. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 46, p. 43-89, 2016.

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dácio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação**. 2011.



COUTINHO, Marcelo James Vasconcelos. Administração pública voltada para o cidadão: quadro teórico-conceitual. **Revista do Serviço Público**, v. 51, n. 3, p. 40-73, 2000.

DANDA, Gustavo Nóbrega; DE QUEIROZ, Lucia de FN; HOFFMANN, Valmir Emil. A hélice do poder público: padrões de distribuição de recursos federais para as Fundações de Amparo à Pesquisa Estaduais. **Revista de Administração Pública**, v. 50, p. 843-865, 2016.

DE ANGELI, Antonella; JOHNSON, Graham I.; COVENTRY, Lynne. The unfriendly user: exploring social reactions to chatterbots. In: **Proceedings of the international conference on affective human factors design, london**. 2001. p. 467-474.

DE CARVALHO JÚNIOR, Ciro Ferreira et al. Chatbot: uma visão geral sobre aplicações inteligentes. **Revista Sítio Novo**, v. 2, n. 2, p. 68-84, 2018.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

FERREIRA, Vicente da Rocha Soares; TETÊ, Manoel Ferreira; Da SILVA FILHO, Antônio Isidro; e SOUSA, Marcos de Moraes. Inovação no setor público federal no Brasil na perspectiva da inovação em serviços. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 12, n. 4, 2015.

KRIPKA, Rosana; SCHELLER, Morgana; BONOTTO, Danusa Lara. Pesquisa Documental: **considerações sobre conceitos e características na Pesquisa Qualitativa**. **CIAIQ2015**, v. 2, 2015.

KURZWEIL, Ray. **A singularidade está próxima**: quando os humanos transcendem a biologia. São Paulo: Itaú Cultural/ Iluminuras, 2018.



LEMOS, Danyela C.; CÁRIO, Sílvio A. F. **A evolução das políticas de ciência e tecnologia no Brasil e a incorporação da inovação.** In: CONFERÊNCIA NACIONAL LALICS, 2013.

MANUAL, Oslo. **The measurement of scientific and technological activities.** Proposed guidelines for collecting and interpreting innovation data, 2005.

MAULDIN, Michael L. Chatterbots, tinymuds, and the turing test: Entering the loebner prize competition. In: **AAAI**. 1994. p. 16-21.

MELLO, L. **Entrevista** concedida à Érica Regina da S. Farias Alves e Natália Monnique da Silva Oliveira. Maceió, AL, 08 de set de 2021 .

OLIVER-MORA, Martí; IÑIGUEZ-RUEDA, Lupicínio. El impulso de experiencias desde abajo hacia arriba como mecanismo de participación en el diseño de servicios públicos. **Revista de Administração Pública**, v. 50, p. 377-394, 2016.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais.** Penso Editora, 2011.

POTTS, Jason; KASTELLE, Tim. Public sector innovation research: What's next?. **Innovation**, v. 12, n. 2, p. 122-137, 2010.

REATEGUI, Eliseo; LORENZATTI, Alexandre. Um assistente virtual para resolução de dúvidas e recomendação de conteúdo. **Encontro Nacional de Inteligência Artificial**, 2005.

REIS, Dálcio Roberto dos. **Gestão da Inovação Tecnológica.** Barueri: Manole, 2004

RICKENBERG, Raoul; REEVES, Byron. The effects of animated characters on anxiety, task performance, and evaluations of user interfaces.



In: **Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems**. 2000. p. 49-56.

ROSSI, Anderson. Inovar para competir. **Fundação Dom Cabral–Núcleo de Inovação**. Nova Lima, 2009.

SCHWERINER, Mario E. R. **Comportamento do consumidor: identificando necejos e supérfluos essenciais**. São Paulo: Saraiva, 2006.

TURING, A. M. **Computing Machinery and Intelligence**. Mind, v. 59, n. 236, p. 433, Oxford University Press, 1950.

TURING, Alan M. Can digital computers think?. **The Turing Test: Verbal Behavior as the Hallmark of Intelligence**, 1951.

VIEIRA, J. **Entrevista** concedida à Érica Regina da S. Farias Alves e Natália Monnique da Silva Oliveira. Maceió/AL, 08 de set de 2021.



CAPÍTULO 6

A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO E DO PLANEJAMENTO PARA MANUTENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA DE BAIROS PERIFÉRICOS, EM MEIO A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS EM ESPECIAL NO BAIRRO BENEDITO BENTES

Vanessa Juliana de Mendonça Araújo
Karollyne Yasmin da Silva P. Magalhães
Jarpa Aramis Ventura de Andrade



INTRODUÇÃO

Alagoas é marcado pela desigualdade de renda, sendo um reflexo do comportamento do país, onde a população sofre diariamente com essa realidade. Qualquer interferência brusca no âmbito econômico, a população mais carente sofre um maior impacto, uma vez que toda sua renda já é comprometida, não possuem reservas financeiras, nem meios de subsidiar aumentos inesperados nos preços. A economia em 2020 sofreu devido a pandemia causada pela Covid-19, que impulsionou o aumento da taxa de desemprego, e consequentemente impactou na vida do alagoano, e diretamente em seu poder de compra o que fez com que muitos, aos quais foram fortemente afetados, viessem a pensar em empreender.

No Nordeste e tratando especificamente de Maceió-Alagoas, suas atividades econômicas são sustentadas principalmente pelas micro e pequenas empresas, instaladas nos mais diversos bairros do município. Segundo JUCEAL (2021) no estado de Alagoas, existem cerca de 221.581 micro e pequenas empresas com registro ativo. Porém, a dificuldade de bairros periféricos é marcada pela falta de recursos e incentivo a esses empreendedores que na sua grande maioria tem dificuldade de acesso à informação, conhecimento e recurso financeiro.

Os bairros periféricos de Maceió, necessitam se desenvolver de modo permanente, precisam de políticas de incentivo ao crescimento e desenvolvimento, investimento nessas regiões que possuem grande potencial, visando a inclusão social, a preservação ambiental, não somente por meios de transferências diretas e indiretas de renda. Em bairros periféricos nota-se grande rotatividade de empresas, como também alto índice de empregabilidade para sua população, as micro e pequenas empresas que fazem a economia da região circular.

Sabe-se que uma empresa para se manter no mercado precisa estar sempre inovando para que consiga competir com as demais empresas do mesmo ramo, visto que o mercado tem se tornado cada vez mais competitivo. A grande mudança vivenciada no mercado, com a inserção da tecnologia como inovação, e trazendo para hoje o que se era esperado para os próximos anos, visto que a tecnologia seria inserida no mercado com total força aos poucos, o que nesse cenário pandêmico, houve a necessidade



de antecipar essas inserções ao qual só se manteve aqueles que conseguiram se adaptar ou que já tinham se programado para acompanhar essa mudança no mercado competitivo.

Desta forma, vale lembrar da importância do planejamento antes e durante a abertura do empreendimento bem como realizar o acompanhamento do processo de evolução da empresa, visto que o mercado se modifica diariamente e com esse acompanhamento pode ser analisado onde necessita mudar, o que fazer, quando fazer, onde está o erro e se manter firme diante de qualquer cenário que venha a acontecer.

Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo discorrer sobre a importância da inovação e do planejamento para manutenção e desenvolvimento da micro e pequenas em empresas de bairros periféricos, em meio a pandemia do novo Coronavírus em especial no bairro Benedito Bentes.

Assim, foi desenvolvida uma pesquisa de mercado, por meio da qual foi possível observar como esse cenário de incerteza impactou no rendimento das empresas, quais políticas de inovação os empreendedores adotaram, a importância do planejamento para manutenção de vida da empresa. A pesquisa busca contribuir com o entendimento da movimentação da economia da região, através das micro e pequenas empresas.



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E INOVAÇÃO

Planejamento Estratégico

A competitividade no mercado atual tem dificultado a sobrevivência das empresas, principalmente as pequenas e microempresas de bairros periféricos. Das poucas que sobreviveram neste impacto pandêmico ao qual o mundo tem passado tem se reinventado para permanecer firme, acompanhando o processo de mudança e inovação acelerada do mercado.

Conforme Morais (2021, p.5),

“O planejamento estratégico é ferramenta que auxilia na ação sobre o futuro das empresas, fornecendo subsídios para identificar oportunidades, que são fundamentais para aprimorar os planos com o propósito de se adequarem à realidade, caso haja alguma desconformidade em relação aos atos previamente traçados”.



Conforme apontado por Renó, Quadros e Krom (2019) o Planejamento Estratégico é fundamental para esse processo de mudança, não apenas para os empreendedores que já tem uma bagagem empreendendo, como para os novos empreendedores que nasceram mediante a necessidade devido ao alto índice de desemprego, modalidade essa que vem aumentando anualmente, bem como a explosão de desemprego na atual pandemia que estamos vivendo.

Sendo assim, Planejamento Estratégico é um instrumento de grande necessidade e importância na criação e continuidade de uma empresa para sua gestão. O planejamento, se utilizado de forma coerente com a necessidade da empresa, pode ser considerado uma grande arma competitiva. (ANDION; FAVA, 2002).

De acordo com Coser *et. al.*, (2021, p.02)

A estratégia, se elaborada de maneira correta e fundamentada sob informações coerentes, aumenta a probabilidade de acertos das empresas, e conseqüentemente aumenta o retorno de investimento e diminui a ocorrência de erros que possam causar desde problemas leves até gravíssimos.

Neste caso, pode-se dizer que o planejamento é um fator sobrevivência para o meio competitivo no mercado, e que se bem alinhado às necessidades da empresa, o passo para o sucesso da empresa. Sabe-se que o planejamento é essencial para qualquer área da vida, seja para o dia a dia, no trabalho, na empresa, e se aplicadas ferramentas da forma correta o êxito estará mais próximo que o fracasso.

Dentro do Planejamento podemos encontrar diversas ferramentas aos quais podemos recorrer para se planejar e entender como funciona o mercado e poder se tornar ainda mais competitivo no meio ao qual empreende. Essas ferramentas apresentam meios que permitem prever o comportamento da



empresa em meio ao mercado e como ela virá a se comportar em meio a um cenário ao qual não se pode prever.

Conforme apontado por Nakagawa a matriz de SWOT, conhecida também como FOFA, é uma das ferramentas que mais se utilizam para analisar o mercado ao qual a empresa se encontra inserida. Se aplicada corretamente a ferramenta permite uma gestão eficaz, e que facilita na hora da tomada de decisão, visto que através dela pontos cruciais para permanência da empresa no meio competitivo, como por exemplo os pontos que lidam com ameaças e fraquezas, sejam identificados e se tornem positivos dentro do ambiente ao qual se encontra.

Considerada clássica da Administração, a ferramenta não é conhecida e utilizada por pequenas empresas, que enfrentam o desafio de corrigir erros que poderão levar a morte dessas. Desta forma entende-se a dificuldade dos negócios de pequeno porte se manterem no mercado, e principalmente em tempos de crises, visto que o investimento em conhecimento é muito baixo, ou até mesmo nulo. Em alguns casos, a baixa escolaridade dificulta esse interesse em investir em conhecimento necessário para entender como se manter no mercado.

Planejar é estabelecer antecipadamente as ações a serem empreendidas e as alocações de recursos necessários, no planejamento orçamentário, devem-se definir objetivos, metas, responsabilidades, prazos e demais elementos que façam parte da projeção dos resultados, deve considerar todas as funções da organização assim como os fatores de influência internos ou



externos. Assim, planejar é desenvolver novas potencialidades e melhorar as atividades já existentes que geram lucros, estabelecer sistematicamente os objetivos relevantes da empresa e formular estratégias e planos realistas para os horizontes temporais de curto, médio e longo prazo.

Inovação

A inovação é resultado de todo um processo, a mesma depende e fundamenta-se na capacidade endógena baseada em conhecimentos tácitos. As relações entre os agentes econômicos, políticos e sociais definem uma base da capacidade de inovação de um país ou região. Conforme apresentado por Costa (2013), a competição de mercado e as inovações permitem o surgimento de novas empresas no ambiente, como também o crescimento de grandes negócios no mercado, com o crescimento do número de empreendimentos é fundamental conhecer a escala de investimento onde a mesmas influenciam a globalização, a concentração e também a inserção internacional.

A inovação está atrelada ao surgimento de novos serviços ou produtos, sistemas organizacionais, processos produtivos, entre outras opções que tenham a possibilidade de interferir na produtividade do ambiente, através de imitações, desenvolvimentos e de descobertas. Está associado à inovação a competitividade, o desenvolvimento e o aprendizado presente, e o que no futuro vai possibilitar vantagens competitivas (COSTA, 2013).



Tem-se que um novo produto (bem ou serviço industrial) é um produto que é recente para a sua empresa ou para o mercado e cujas características tecnológicas ou uso previsto diferem significativamente de todos os produtos que sua empresa já produziu. Já ao tratar de uma melhoria tecnológica de produto (bem ou serviço industrial) refere-se a um produto previamente existente cuja performance foi substancialmente aumentada. Um produto complexo que consiste de um número de componentes ou subsistemas integrados pode ser aperfeiçoado via mudanças parciais de um dos componentes ou subsistemas.

Inovação em processos, tem-se que são novos para a sua empresa ou para o setor, os mesmos envolvem a introdução de novos métodos, procedimentos, sistemas, máquinas ou equipamentos que diferem substancialmente daqueles previamente utilizados pela empresa, envolvem importantes mudanças tecnológicas parciais em processos previamente adotados.

O conhecimento é tido como a base para a geração do processo inovativo, o mesmo é constituído através do processo de aprendizado, e é configurado pelas instituições que estão em vigor. Por sua vez, as instituições se co-evoluem com organizações e tecnologias, possibilitando a geração do ambiente de inovação (MALERBA, 2003).

As atividades inovativas são todas as etapas necessárias para o desenvolvimento de produtos ou processos novos ou melhorados, podendo incluir: P&D de novos produtos e processos, desenho e engenharia, aquisição de tecnologia incorporada



ao capital e não incorporadas ao capital, modernização organizacional; comercialização; capacitação.

A inovação é considerada como a introdução de algo que seja novo no mercado e que o mesmo venha a gerar quebras do padrão econômico que o mercado está acostumado, através de novos arranjos de maneira descontínua, acarretando desta forma um desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1982). Conforme apontado por Apolinário e Silva (2013) a inovação é derivada de diferentes interações, que se retroalimentam, de modo que a inovação não possui sequência já estipulada, sendo o aprendizado e a inovação recursos fundamentais na economia contemporânea, os mesmos são caracterizados por processo interativo e dinâmico.

Ao trabalhar com conceitos de inovação é necessário levar em consideração as características locais e nacionais, nos mais variados contextos como o político e o econômico, dentre outros, é importante frisar também que as inovações também são provenientes de P&D, mesmo que não seja de modo exclusivo. O processo de inovação está ligado com fontes internas como também com fontes externas à empresa, as fontes internas são mais fáceis de ter um determinado domínio, são correlacionados ao processo de aprendizagem, incentivado e influenciado pela empresa, e possui como principais fontes Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), experiências, melhorias incrementais, entre outras (TIGRE, 2006).



Nelson (2006) destaca o importante papel que o Estado tem para o desenvolvimento, destaca também as metodologias de reforço às inovações de determinado local, em que as mesmas possuem ligação direta com as tomadas de decisões que sustentam áreas importantes para o desenvolvimento nacional. É primordial destacar que a inovação está presente nos mais diversos portes de empresas e atividades, ocorrendo de diferentes maneiras, sendo o papel do aprendizado uma importante ferramenta para o desenvolvimento de inovações.

Destaca-se que o Sistema Nacional de Inovação (SNI) está voltado para a função da aprendizagem participativa como das instituições nacionais, que possibilitam a explicação dos diferentes desempenhos ligados ao surgimento de inovações e do crescimento econômico dos países. O SNI é considerado como um conjunto de instituições tanto do setor privado quanto do setor público onde suas atividades e suas articulações provocam alterações (FREEMAN, 1995).

O Sistema Regional de Inovação (SRI) é um conceito trabalhado mais recentemente do que o conceito de Sistema Nacional de Inovação. Asheim e Gertler (2005), abordam o conceito de o Sistema Regional de Inovação como sendo a infraestrutura institucional que subsidia à inovação para a estrutura produtiva regional, buscando uma aproximação da realidade em questão, foco aos conhecimentos locais, em que os mesmos são adquiridos somente com uma vivência na determinada localidade, destacando o conhecimento



tácito, como o determinante crucial da geografia da atividade econômica. A própria estrutura do Sistema Regional de Inovação pode ser influenciada pelos conhecimentos existentes nas organizações e sociedade e pela cultura local, os esforços são focados na geração de políticas de incentivos à inovação (LABIAK, 2012).

Conforme trabalhado por Malerba (2003) o Sistema Setorial de Inovação (SSI) trata de modo mais abrangente da dinâmica e da integração de determinada rede de interações entre diversos setores, faz também uma análise dos atores da mudança tecnológica. O autor destaca que as firmas são caracterizadas pela capacidade de modificar as informações de entradas e as informações de saída como respostas as alterações ocorridas nos preços de mercados e ambiente.



IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO E PLANEJAMENTO: REGIÃO DO BENEDITO BENTES

O mercado sofre constantes alterações, e como já mencionado no presente artigo os dois últimos anos essas transformações se intensificaram com os impactos gerados pela pandemia do Novo Coronavírus.

Localizado em região periférica da capital alagoana, o Benedito Bentes é um bairro em que já foi proposto até mesmo a independência para que o mesmo passasse a ser considerado como Município, sua população e área de extensão são os grandes responsáveis por essa dinâmica proposta. Basta andar nas ruas,

que é perceptível identificar comércio, estruturado, ofertando os mais diversos tipos de serviços, a nível de empregabilidade gerada para a mão de obra local, sendo um mercado dinâmico, competitivo e em constante transformação.

Não diferente, de outros bairros da capital, como também de diversas economias do país e do mundo, o comércio local do bairro, trava uma batalha para sobreviver e se desenvolver em meio a esse cenário adverso. Comerciantes relataram estratégias e táticas adotadas para a existência em meio a essa nova realidade.

No bairro foi possível analisar que as empresas tiveram comportamentos diferentes durante o período de pandemia, umas não conseguiram sobreviver, outras empresas que se mantiveram viram seus rendimentos caírem, outras conseguiram crescer em meio a incertezas do mercado, sendo necessário, investimento, planejamento, inovação e muita perseverança por parte dos empreendedores.

Os mesmos se adequaram às novas demandas, a atual realidade, o que já era previsto para um período futuro, foi visto de forma imediata, exigindo flexibilidade do mercado atual e adaptação. Foram observadas empresas de diversos portes, tempos de vida no mercado, características de atuação distintas, empresas presentes nos mais variados segmentos, óticas, escolas, padarias, lanchonetes, academias de educação físicas, entre outras.

O comércio local via o mercado como um cenário otimista até início de 2020, com grandes perspectivas de crescimentos,



novas oportunidades de expansão dos seus negócios, uma realidade que mudou bruscamente. E então, o mercado viu suas portas fecharem, suas atividades sofreram mudanças nas formas de atuarem, desde o básico que era o atendimento ao cliente até a tecnologia empregada em seus sistemas.

O cenário de insegurança foi uma realidade para todos, as novas formas de atuação, as expectativas mediante ao que era propagado, as incertezas, afetaram significativamente todo o mercado em cenário mundial, sendo visto de modo mais brusco em cenário local. Ao estudar o comportamento, as expectativas, os conhecimentos, desses comerciantes, foi observado que os micros e pequenos empreendedores em grande parte sobrevivem no mercado com os conhecimentos adquiridos na prática diária das atividades, porém muitos reconhecem a importância do conhecimento teórico, as didáticas que podem ser aplicadas em situações adversas.

A falta de incentivos do governo para com os pequenos empresários que movimentam a economia, até mesmo para os que conhecem a existência dos programas de incentivo ou de financiamento destacam as dificuldades de acesso devido as burocracias impostas. Esse cenário acaba por dificultar o crescimento e o desenvolvimento desses empreendedores, barreiras essas que uma vez ultrapassadas poderiam gerar mais empregos, movimentar o comércio do município, melhorar a qualidade de vida da população, entre outros indicadores.



O investimento é uma das ferramentas que as empresas devem inserir em seus planos de trabalho, uma vez que possibilita um retorno financeiro a curto, médio e longo prazo, dependendo de como o mesmo foi pensado no planejamento e aplicado no dia a dia. O planejamento e a inovação foram pontos de destaque tratados pelos mesmos na importância da sobrevivência dos empreendimentos.

O planejamento é uma ferramenta presente e crucial para a existência e conseqüentemente sobrevivência de qualquer empresa, devendo estar em todas as atividades desde as pequenas compras diárias até mesmo grandes investimentos que as empresas venham a realizar. Apontado por grande maioria como destaque para permanência nesse cenário adverso, vivenciado nos últimos dois anos.

Mesmo que não seja colocado no papel de forma adequada, sua existência é notória, e um grande diferencial para as empresas que não só conseguiram sobreviver nesse ambiente, como também por aquelas que conseguiram expandir no mercado em tempos de crise. Os comerciantes entendem e destacam que o planejamento vai além daquele momento inicial, ao estudar qualquer tomada de decisão, devendo existir o acompanhamento do que se foi planejado, pensado anteriormente, as correções de potenciais problemas que surjam, esse conhecimento e esse acompanhamento no menor módulo de tempo faz com que as empresas se destaquem perante outros concorrentes.



Ao se tratar de inovação muitos ainda não possuem o devido conhecimento teórico do que seria a inovação, mas praticam a mesma nas atividades diárias, com novos processos de gestão adotados, novas metodologias de trabalho, a inserção de meios tecnológicos que facilitaram a atividades das empresas, a busca por novos conhecimentos, deve sempre ser tratada como atividade rotineira da empresa, como uma ferramenta que está para somar e auxiliar no desenvolvimento da mesma. A falta desse conhecimento teórico retrai o potencial que essas empresas possuem, assim como dificulta o seu pleno desenvolvimento.

Foi identificado que no Benedito Bentes o planejamento nas empresas é uma ferramenta primordial para permanência no mercado, sendo excepcional sobre as ações futuras da empresa, uma vez que possibilita maior assertividade nas tomadas de decisão, mesmo com todo esse conhecimento seu uso ainda é incerto devido ao nível de conhecimento sobre a ferramenta.

A grande maioria dos empreendedores busca melhorar seus estabelecimentos com a melhoria do atendimento, readaptação ao novo, a inovação deve ser considerada como introdução de algo que seja novo no Mercado, melhorias de padrões, de medidas já existentes. Foi verificado que no Benedito Bentes a inovação na empresa tem origem de fontes internas e externas, internas enquanto mudanças de processos, capacitações dos seus profissionais, análises dos seus desempenhos e externas devido a constatação de olharem principalmente para as necessidades dos consumidores.



Ao analisar o contexto político e econômico da região, existe uma população mais carente, com déficits educacionais, nutricionais, carência na atenção básica prestada aos mesmos, assim como é visto lacunas de políticas de incentivo aos empreendedores locais, dentre outras falhas.

CONCLUSÃO

O presente trabalho analisou o comércio local da região periférica para o desenvolvimento local do mercado, quanto ao nível de planejamento e de inovações existentes, como no caso do bairro do Benedito Bentes, Maceió - Alagoas, Brasil.

A inovação e o planejamento são primordiais para o desenvolvimento de qualquer empreendimento, possibilitando que as empresas se destaquem em meio ao ambiente competitivo meio este em constante transformação, sendo esse perfil um diferencial para aqueles micro e pequenos empreendedores perante os demais.

É notável a importância do conhecimento teórico, assim como da vivência prática do mercado, possibilitando que os empreendedores consigam extrair o máximo de resultados em seus negócios, sendo evidente o papel dos micro e pequenos empresários, que movimentam a economia de determinada região.

Ao analisar o contexto local, os benefícios econômicos gerados para as empresas, e a importância das mesmas para a região, o planejamento e a inovação são primordiais, assim como



a propagação de políticas de incentivos aos empreendedores, que estão marginalizados no mercado. As mesmas são consideradas como propulsoras do desenvolvimento local, mesmas empregam funcionários locais, proporcionando a população da região melhores condições de vida, promovendo ações que estimulam a competitividade de outros comerciantes locais a se desenvolverem, melhorando a economia da região.

REFERÊNCIAS

ANDION, M. C.; FAVA, R. Planejamento estratégico. **Coleção gestão empresarial**, v. 2, n. 3, p. 27-38, 2002.

APOLINÁRIO, V.; SILVA, M. L. Sistema de inovação e desenvolvimento: reflexões a partir da experiência brasileira. In: CONFERENCIA INTERNATIONAL LALICS 2013, Rio de Janeiro, p.1-15,2013. Disponível em: http://www.redesist.ie.ufrj.br/lalics/papers/125_Sistema_de_inovacao_e_desenvolvimento_reflexoes_a_partir_da_experiencia_brasileira.pdf. Acesso em: 08 nov. 2021.

ASHEIM, B.; GERTLER, M. The geographyofinnovation – Regional Innovation System. In: FAGERBERG, J.; MOWERY, D.; NELSON, R. **The Oxford Handbook of Innovation**. Oxford UK, 2005.

COSER, D. G. et al. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE COMPETITIVIDADE. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira**, v. 6, p. e27564-e27564, 2021.

COSTA, L. S. **Análise da dinâmica de geração de inovação em saúde: a perspectiva dos serviços e do território**. 2013. 170 f. Tese (Doutorado em Saúde Pública). Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Rio de Janeiro, 2013.



FREEMAN, C. The “Nacional System of Innovation” in historical perspective. **Cambridge Journal Of Economics** n. 19 (1) p. 5-24, 1995. Disponível em: http://www.globelicsacademy.org/2011_pdf/Freeman%20NSI%20historial%20perspective.pdf. Acesso: 10 out. 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/al/maceio/panorama>. Acesso: 15 nov. 2021.

JUCEAL - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE ALAGOAS. Disponível em: <http://www.juceal.al.gov.br/noticia/item/2467-alagoas-possui-mais-de-221-mil-micro-e-pequenas-empresas-com-registro-ativo-informa-juceal>. Acesso: 03 de janeiro de 2022.

MALERBA, F. Sectoral systems and innovation and technology. **Revista Brasileira de Inovação**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 329-375, jul.-dec., 2003. ISSN 2178-2822.

MORAIS, Deuzivan Oliveira de. A importância do planejamento estratégico com ambidestria para pequenos negócios em tempos de crise. 2021.

NAKAGAWA, M. SEBRAE, Ferramenta: ANÁLISE SWOT (CLÁSSICO), Estratégia e Gestão. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF. Acesso: 16 out. 2021.

NELSON, R. R. (1996). As fontes do crescimento econômico. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2006.

RENÓ, B. O.; QUADROS, R. S.; KROM, V. Estratégia empresarial: construindo estratégia para vencer no mercado competitivo. 2019.



SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico (Os Economistas). São Paulo: abril Cultural, 1982.

TIGRE, P. **Gestão da Inovação:** A Economia da Tecnologia no Brasil. Ed. 1, Elsevier Brasil, 2006.



CAPÍTULO 7

UM OLHAR PARA O FUTURO: IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID 19 NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO

Lília Henrique Silva dos Santos
Paulo Ricardo Silva Lima

INTRODUÇÃO

Com as medidas de contenção de transmissão do novo vírus SARS-CoV-2 o mundo passa a vivenciar uma crise econômica e social, apresentando um cenário de difícil reparo. Os crescentes números de infecção e mortes, especialmente no Brasil, se tornaram alarmantes, logo, autoridades sanitárias e especialistas em infectologia precisaram intervir e, radicalmente, exigir o *lockdown* (fechamento total) no país. A iniciativa implantada por alguns governadores e prefeitos teve início em abril de 2020, momento em que as mortes por covid-19 chegaram ao pico, alcançando a margem de 250 mil mortes. Esse distanciamento restritivo, embora melhor e mais eficaz alternativa para conter ou ao menos diminuir a propagação da doença, também trouxe instabilidade financeira para empresas e, conseqüentemente, impactando o mercado de trabalho. O comércio, turismo/hotelaria



e serviços precisaram adotar a medida, fechando, ainda que de forma intermitente, as portas de suas empresas e, após autorização de reabertura encontraram dificuldade para se restabelecerem, como consequência, precisam se reestruturar e se adequar à nova situação econômica. Muitas empresas reduziram seu número de efetivo, algumas prometendo-os a recontração num momento melhorado e estabilizado. Outras empresas não conseguiram sequer reabrir, tornando-se números para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de fechamentos de CNPJs.

Diante do exposto, tivemos como objetivo analisar o impacto causado pela pandemia da COVID-19 no mundo socioeconômico, especialmente no âmbito trabalhista brasileiro, no que diz respeito às mudanças e desafios que estão e serão enfrentados, não somente por empregados, mas também por empregadores, visto a instabilidade e incertezas que estamos vivenciando na esfera corporativa.

A metodologia descritiva, através da pesquisa documental foi utilizada para realizar uma análise e comparativo entre o antes e depois da crise sanitária, bem como o que se pode esperar para um futuro próximo, tomando como principais elementos as pesquisas do IBGE e as Medidas Provisórias (MP) aprovadas e que impactaram no contexto trabalhista. Interpretamos diversos textos e aprofundamos na realidade causada pela pandemia da COVID-19 e o impacto dela, principalmente, no âmbito trabalhista.

A presente pesquisa está estruturada em cinco seções, além desta introdução. Os itens abordados seguem uma sequência de



estudos de acordo com a cronologia da pandemia da COVID-19 no antes, durante e no que se está previsto a vivenciar diante o impacto causado pela maior crise sanitária do último século no âmbito das relações trabalhistas.

DESAFIOS DE EMPREGADOS E EMPREGADORES DURANTE A PANDEMIA

Com as medidas restritivas instaladas por algumas autoridades municipais e estaduais do Brasil, visto que, no momento, esse era o melhor método para o controle da covid-19, já conhecida como doença altamente contagiosa, muitos empregadores não sustentaram as condições que a situação exigiu, entre elas o fechamento dos estabelecimentos por prazos instáveis, sem precedentes e extremamente incertos.

Com CNPJs fechando, os empregadores não ficaram isentos dos pagamentos de impostos, das rescisões contratuais e demais demandas financeiras com valores elevados por possível não cumprimento, além das rescisões contratuais de todos os empregados, embora fora implantados algumas MPs (Medidas Provisórias) nas leis trabalhistas, a fim de minimizar o impacto negativo causado para empregadores.

Diante do cenário causado pela pandemia, os empregados e empregadores tiveram que se adequar a novas formas de trabalho, os desafios surgiram e nem todos conseguiram vencê-los. Com a necessidade do isolamento social, um novo modelo



de trabalho foi colocado em prática por muitas empresas que conseguiram dar continuidade às suas atividades e sem dúvida esse foi um dos maiores desafios. O trabalho remoto, o home office e o trabalho híbrido, eram modelos de trabalho pouco apreciados por empregadores por deixar horários e funcionários flexíveis e receio de perda de foco e resultados

Figura 1: Novos modelos de trabalho.

MODELOS DE TRABALHO NO PERÍODO PANDÊMICO	
REMOTO	Pode ser realizado de qualquer lugar: de casa de outra cidade, estado ou até mesmo fora do país.
HÍBRIDO	É a mistura do trabalho presencial com o remoto.
HOME OFFICE	Significa escritório em office, ou seja, os funcionários exercem suas funções da própria casa.

Fonte: Elaboração própria.

Antes da pandemia, o IBGE anunciara, em 2018, um total de 3,8 milhões de pessoas trabalhando “no domicílio de residência”. Já no contexto da PNAD-Covid-19, o IBGE estimou em 8,6 milhões o número de brasileiros que “trabalhavam remotamente”, ou seja, 12,4% da população ocupada do país, menos os afastados por causa do distanciamento social (69,2 milhões).

Diante dessa nova realidade muitos empregadores e empregados tiveram que encarar esse novo desafio e tiveram que se adaptar, apesar de toda dificuldade. Entre os pontos



positivos para os empregados que precisaram se adequar à nova modalidade, é a possibilidade de não sair de casa e enfrentar trânsito e transporte público lotado, ter mais tempo com a família, principalmente aqueles funcionários que têm filhos, que para poder trabalhar, estes por sua vez precisam ir à escola, e nesse contexto pandêmico, as instituições educacionais precisam manter-se fechada como medida de contenção da doença.

Com esses novos modelos de trabalho, a produtividade tende a crescer, visto que muitos empregados conseguem ter maiores rendimento ao trabalhar em ambientes silenciosos e por terem maior qualidade de vida, uma vez que eles conseguem montar sua rotina e equilibrá-la com suas atividades laborais de acordo com sua disposição e não terem desgastes emocionais, no trânsito, por exemplo, o que também otimiza seu tempo.

Vejamos na tabela abaixo, algumas vantagens e desvantagens do trabalho remoto e home office.



Figura 2: Vantagens e desvantagens do trabalho remoto e home office.

VANTAGENS	DESvantagens
<p>ADAPTAÇÃO: usualmente realizado de casa, bastam um equipamento tecnológico – geralmente um computador – e acesso à internet;</p>	<p>ERGONOMIA: ambientes profissionais devem propiciar postos de trabalho com móveis e equipamentos que preservem a saúde. A mesa e a cadeira devem estar em alturas adequadas, e o computador a uma distância confortável da vista, por exemplo. Em casa, o uso improvisado de móveis e dispositivos tecnológicos pode causar danos ao trabalhador;</p>
<p>TEMPO: como na maioria das vezes não é necessário se deslocar para o local de trabalho, é possível economizar tempo com deslocamento e diminuir gastos de locomoção;</p>	<p>GASTOS: ficar mais tempo em casa também significa gastar mais energia elétrica, mais água, e utilizar (e desgastar) equipamentos pessoais quando for o caso;</p>
<p>FLEXIBILIDADE: o empregado é monitorado por metas ou por produção, há uma maior flexibilidade nos horários, cabendo ao trabalhador definir sua rotina;</p>	<p>INTERRUPÇÕES: com o trabalho sendo prestado em ambiente familiar, pode haver interrupções feitas pelos outros moradores da casa, o que muitas vezes dificulta a concentração;</p>
<p>CONFORTO: poder escolher o ambiente em que vai trabalhar também significa optar por uma acomodação personalizada, mais confortável e até por usar roupas mais leves;</p>	<p>SOCIALIZAÇÃO: no home office, o convívio diário com colegas de trabalho deixa de existir. Se o contato presencial for muito esporádico, o trabalho a distância pode trazer a sensação de isolamento e de não pertencimento;</p>
<p>PRODUTIVIDADE: maior concentração propiciada pela eliminação de distrações e do estresse do trânsito, e pela simples flexibilização do horário de trabalho.</p>	<p>SOBRECARGA: se as regras do home office não forem bem definidas e o trabalhador for acionado a todo momento, os intervalos para descanso são afetados e pode haver sobrecarga de atividades.</p>

Fonte: Elaboração própria com base no manual Teletrabalho.



IMPLANTAÇÃO DAS MPs (MEDIDAS PROVISÓRIAS) NA LEGISLAÇÃO TRABALHISTA

Medidas provisórias são instrumentos de cunho federal com força de Lei que vigora de forma imediata em situações de caráter de urgência e relevância. Tal dispositivo tem validade de 60 dias, após publicação no DOU (Diário Oficial da União) e pode ser automaticamente prorrogado por igual período se, dentro deste primeiro prazo, a MP não tiver sua votação encerrada em ambas as esferas legislativas do Congresso Nacional.

Art. 62. Em caso de relevância e urgência, o Presidente da República poderá adotar medidas provisórias, com força de lei, devendo submetê-las de imediato ao Congresso Nacional, que, estando em recesso, será convocado extraordinariamente para se reunir no prazo de cinco dias. (Art. 62 da Constituição Federal de 1988).



Com a chegada da pandemia da Covid-19 e o impacto desta no ambiente social e econômico, consequentemente no trabalhista, houve a necessidade da implantação de Medidas Provisórias a fim de, minimizar ou na tentativa de estabilizar os efeitos negativos ocasionados pela doença, como por exemplo, o fechamento de diversas empresas que não suportaram o lockdown.

A primeira Medida Provisória aplicada durante a crise de saúde foi exatamente na área trabalhista, que teve o intuito de flexibilizar as regras trabalhistas durante a pandemia do

coronavírus e, segundo o Governo Federal, para preservar os empregos dos trabalhadores. A MP 927 surge em 22 de março de 2020, lemos em seu *caput*:

Dispõe sobre as medidas trabalhistas para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus (covid-19), e dá outras providências. (MP 927 de 2203/2020).

Dias após a primeira MP, surge em 01 de abril de 2020 a MP 936, instaurando o BEM (Benefício Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda);

Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e dispõe sobre medidas trabalhistas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus (**covid-19**), de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, e dá outras providências. (Lei nº 14.020, de 6 de julho de 2020).

Essas duas Medidas Provisórias trouxeram orientações sobre a suspensão do contrato de trabalho, redução de jornada e de salários. Essas foram as medidas iniciais que o Governo



Federal adotou para tentar auxiliar as empresas no período de pandemia. Tanto a MP 927, quanto a MP 936 tornaram as leis trabalhistas mais flexíveis, ajudando os empresários a manter os empregos e evitando demissões, porém, houve diversas críticas, principalmente pelo poder de suspensão do contrato de trabalho e, obviamente, os salários dos empregados. Neste período, o empregador não seria obrigado a pagar salário ao empregado, ficando a seu critério conceder uma “ajuda compensatória mensal” com valor definido livremente entre ambas as partes.

Em 28 de abril de 2021 ainda vivenciando as consequências da pandemia tivemos a publicação da Medida Provisória 1.045/2021 instituindo o Novo Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (reedição das medidas previstas na MP 936/2020, convertida na Lei nº 14.020/2020) e na mesma data também foi publicada a medida Provisória 1.046/2021 retorna com as medidas trabalhistas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da covid-19 (reedição de medidas previstas na MP 927/2020).

Entre as principais medidas trazidas pela MP 1.045, estão:

- a possibilidade de adoção, pelas empresas, de redução de jornada e salário proporcionais por acordo individual ou instrumento coletivo de trabalho, por até 120 dias;
- a suspensão do contrato de trabalho por acordo individual ou instrumento coletivo de trabalho, por até 120 dias;



- a possibilidade de prorrogação dos prazos de redução de jornada e salário e de suspensão do contrato pelo Poder Executivo;
- o pagamento ao empregado, com recursos da União, do Benefício Emergencial Compensatório, calculado sobre o valor do seguro-desemprego a que o trabalhador teria direito, em percentual proporcional ao da redução do salário ou da suspensão do contrato de trabalho.

E pela MP 1.046, estão:

- a facilitação na adoção do teletrabalho;
- a antecipação de férias individuais e a flexibilização da concessão de férias coletivas;
- o aproveitamento e a antecipação de feriados;
- o aumento do período de compensação do banco de horas;
- a suspensão de exigências administrativas em segurança e saúde no trabalho;
- a suspensão da exigibilidade de recolhimento do FGTS de abril, maio, junho e julho de 2021.

Com essas Medidas Provisórias o Governo Federal tentou diminuir o desemprego e os trabalhadores informais, porém, o índice dos mesmos ainda continua elevado.



INFORMALIDADE TRABALHISTA – O CRESCIMENTO DESSA CLASSE NO PERÍODO DE PANDEMIA

O trabalhador formal é aquele que possui vínculo de trabalho, por meio de contrato assinado com a carteira de trabalho e previdência social – CTPS, tendo todos os direitos trabalhistas conforme a Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT. Ao contrário do formal, o trabalhador informal, de acordo com o IBGE, é aquele empregado no setor privado sem carteira assinada, empregados domésticos sem carteira assinada, empregador sem registro no CNPJ, trabalhador por conta própria sem CNPJ ou trabalhador familiar auxiliar”.

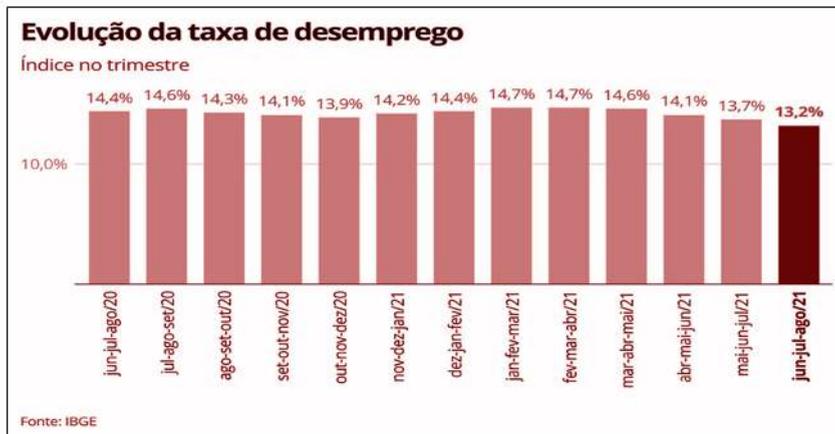
Ainda segundo o IBGE (2021), através da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) contínua, a taxa de informalidade no mercado de trabalho subiu para 40% da população ocupada, ou seja, estima-se a marca de quase 35 milhões de brasileiros com vínculos de trabalhos sem a carteira assinada.

Com o fechamento inesperado de muitas empresas e sem perspectivas no mercado de trabalho formal, muitos brasileiros recorreram a informalidade trabalhista, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE estimou, no primeiro trimestre de 2021, o número de 14,8 milhões de desempregados (desocupados) no Brasil além de 6,0 milhões de desalentados - ou seja, aqueles que desistiram de procurar emprego - no mesmo período, essa média diminuiu durante os mesmos posteriores, porém, continua alta.



No gráfico abaixo, observa-se o encerramento do trimestre de 2021 e podemos comparar com o mesmo período no ano anterior.

Figura 3: Taxa de desemprego.



Fonte: IBGE, 2021.

Uma das consequências da pandemia foi o aumento dos desempregados e dos trabalhadores informais. Tendo em vista todo esse cenário e sem nenhuma perspectiva de melhora, a opção de milhares de pessoas foi optar pelo trabalho informal.



Figura 4: Gráfico trabalho informal

Informalidade crescente

Volume dos informais na população ocupada - em %



Fonte: PNAD Contínua Trimestral. Elaboração: IDados. *Inclui todos os por conta própria

Segundo o IBGE, entre os 86,7 milhões de pessoas ocupadas no Brasil, 34,7 milhões eram trabalhadores sem carteira assinada, pessoas que trabalham por conta própria sem CNPJ e aqueles que trabalham auxiliando a família.

Por outra face, destacamos ainda o crescente índice de abertura de empresas na modalidade de microempreendedor. O desemprego alarmante e a instabilidade financeira, para muitos, serviram como iniciativa para abrir seus negócios, não exatamente por vocação, mas principalmente por necessidade. Aqui no Brasil, a pandemia fez com que atingissem o recorde de novos empreendedores, chegando à marca de 10,9 milhões de novas formalizações.



Impulsionados pela crise econômica causada pela pandemia, os brasileiros veem nessa modalidade uma alternativa de renda. De acordo com o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, estima-se que aproximadamente 25% da população adulta estarão envolvidas com o empreendedorismo até o final do ano.

O QUE ESPERAR PÓS PANDEMIA NO BRASIL QUANTO AO MERCADO DE TRABALHO?

Para o mercado de trabalho será uma retomada extremamente difícil, visto, principalmente, a elevada taxa de impostos que as empresas são obrigadas a pagar, alguns desses impostos são: Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), Programa de Integração Social (PIS/PASEP), Previdência Social (INSS), Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), entre outros.

Esse será o principal empecilho para a retomada. Os empresários terão dificuldade de voltar, visto que a demanda depende também de como vai o ciclo da economia e, com ele, o mantimento da folha de pagamento.

Segundo o relatório de inflação disponibilizado pelo banco central do Brasil em setembro de 2021, apesar da melhora recente, o mercado formal de trabalho medido pela PNAD Contínua segue divergindo do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged), ou seja, mesmo os



dados mostrando uma melhora no mercado formal, os números de desligamentos vêm se mantendo em alta.

A diferença entre os números da PNAD Contínua e do Novo Caged mostra que permanece a dificuldade de avaliação do mercado de trabalho e sugere cautela com os resultados dessas duas fontes de informações. Nesse contexto, indicadores alternativos complementam essa análise. A arrecadação da previdência social vem apontando situação intermediária para o emprego formal a partir do segundo semestre de 2020 quando comparada com aquelas sugeridas pelas trajetórias da massa de rendimentos da população ocupada com carteira assinada medida pela PNAD Contínua e do estoque de emprego do Caged. (RELATÓRIO DE INFLAÇÃO - BANCO CENTRAL DO BRASIL, SETEMBRO 2021)



Diante desse cenário, percebemos que mesmo com o controle da pandemia, o Brasil ainda está longe de regularizar o mercado de trabalho e até isso começar acontecer a tendência é o aumento dos empregados informais.

CONCLUSÃO

Estamos vivenciando a pior crise sanitária do último século. O cenário atual está caótico no que diz respeito à economia, e, conseqüentemente, refletindo nas esferas bases para o ciclo

financeiro e social girarem de forma positiva e se estabilizarem. No entanto, o futuro pós pandemia, já incerto, vem apresentando índices negativos no contexto de melhorias socioeconômicas e com tendência à piora, especialmente no desemprego e precarização do trabalho.

De acordo com o estudo, vimos que muitas empresas precisaram fechar e as que suportaram após fechamentos e reaberturas, tiveram que se adequar aos novos modelos e métodos de trabalho. Embora muitas tenham aderido ao teletrabalho ou home office, formas estas que tendem a minimizar custos com infraestruturas, materiais e diminuição de benefícios compulsórios, como vale-transporte, a receita provisionada não supriu a demanda e despesas.

A situação de desemprego durante o período pandêmico, fez com que o índice de abertura de empresas disparasse na modalidade de microempreendedor. No entanto, o que se tem aumentado, também de forma abrupta é o *desvinculo* empregatício seguido de contratação de pessoa jurídica à outra pessoa jurídica, na tentativa de prestação de serviços com baixas taxas de impostos, configurando a *pejotização*, prática esta, ilegal.

Por outro lado, temos altas taxas de desempregados devido ao fechamento e reestruturação e reajuste empresarial, no que tange a contingência do efetivo e, nesse caso, diminuição da folha de pagamento. A escassez de oportunidades tende a aceitação de condições precárias de trabalho, ficando estes expostos à mão-de-obra barata e, muitas vezes, por situações subumanas.



A exaustão dos funcionários também tem sido crescente mediante as condições de trabalho exaustivo que estão sendo expostas, com escala de trabalho dobrada, na tentativa de suprir o quadro efetivo que precisou ser reduzido. A Síndrome de Burnout tende a aumentar no período pós pandemia, visto o esgotamento funcional a que muitos estão submetidos por receio de perder seus postos.

Contudo, de acordo com o que foi estudado e abordado nesse artigo, podemos vislumbrar um futuro difícil para muitos segmentos econômicos, refletindo no desemprego crescente na modalidade celetista. Por outro ângulo, hoje estamos marcados por uma grande tendência à reinvenção e renovação constante dos profissionais, estes sendo multidisciplinares e atuando, inclusive, em áreas distintas das que já estavam atuando.



REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Taxa de informalidade no mercado de trabalho sobe para 40%, diz IBGE.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-07/taxa-de-informalidade-no-mercado-de-trabalho-sobe-para-40-diz-ibge>. Acessado em: 20 de novembro de 2021.

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS. **Desemprego recua para 13,2% no tri até agosto e atinge 13,7 milhões de pessoas.** Disponível em: censoagro2017.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31994-desemprego-recua-para-13-2-no-tri-ate-agosto-e-atinge-13-7-milhoes-de-pessoas. Acessado em: 22 de novembro de 2021.

AGÊNCIA SENADO. **Teletrabalho.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2020/07/teletrabalho-ganha-impulso-na-pandemia-mas-regulacao-e-objeto-de-controversia#:~:text=O%20isolamento%20social%20decorrente%20da,%E2%80%9Cno%20domic%C3%ADlio%20de%20resid%C3%AAncia%E2%80%9D>. Acessado em 03 de abril de 2022.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Inflação, setembro de 2021.** Disponível em: <Relatório de Inflação – setembro de 2021> Acessado em: 20 de novembro de 2021.

BBC NEWS. **Coronavírus: 'Não há dúvida sobre eficácia de lockdown,' diz ex-chefe do combate à pandemia em Israel.** Disponível em: <http://www.emaismt.com.br/artigo/403286/Coronavirus-----Nao-ha-duvida-sobre-eficacia-de-lockdown-----diz-ex-chefe-do-combate-a-pandemia-em-Israel>. Acessado: em 02 de novembro de 2021.

BRASIL. **MEDIDA PROVISÓRIA Nº 927, DE 22 DE MARÇO DE 2020.** Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-927-de-22-de-marco-de-2020-249098775>. Acessado em: 20 de novembro de 2021.

BRASIL. TST. **TELETRABALHO: o trabalho de onde você estiver. O trabalho de onde você estiver.** 2020. Disponível em: <https://www.tst.jus.br/documents/10157/2374827/Manual+Teletrabalho.pdf/e5486dfc-d39e-a7ea-5995-213e79e15947?t=1608041183815>. Acesso em: 02 de abril de 2022.

CONEXÃO TRABALHO. **MPs 1.045 e 1.046: medidas trabalhistas para auxiliar no enfrentamento da pandemia.** Disponível em: <https://conexaotrabalho.portaldaindustria.com.br/sobre/>. Acessado em: 20 de novembro de 2021.



CONGRESSO NACIONAL. **Entenda a Tramitação da Medida Provisória.** Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/en/materias/medidas-provisorias/entenda-a-tramitacao-da-medida-provisoria>. Acessado em 03 de novembro de 2021.

EL PAÍS. **Empresas fecharam as portas desde o início da pandemia no Brasil, segundo IBGE.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-19/716000-empresas-fecharam-as-portas-desde-o-inicio-da-pandemia-no-brasil-segundo-o-ibge.html>. Acessado em: 02 de novembro de 2021.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD COVID-19.** Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2021/11/19/ibge-reduz-divulgacao-de-pnad-mas-microdados-seguem-disponiveis-e-preservados.htm>. Acessado em 02 de novembro de 2021.

OPAS – ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **Histórico da pandemia de COVID-19.** Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acessado em 01 de novembro de 2021.

PORTAL RONDÔNIA. **Efeitos do lockdown da economia paulistana.** Disponível em: <https://www.hojerondonia.com.br/efeitos-do-lockdown-na-economia-paulistana/>. Acessado em 02 de novembro de 2021.

PRACARREIRAS. **Pesquisa LinkedIn: Como fica o trabalho remoto com as retomadas das contratações?** Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/pracarreiras/?originalSubdomain=br>. Acessado em 03 de novembro de 2021.

S.O.S.VIDA. **Coronavírus: Os impactos do distanciamento e do isolamento social na saúde mental das pessoas.** Disponível em:



<https://sosvida.com.br/blog/coronavirus-impactos-saude-mental/>. Acesso em 01 de novembro de 2021.

ZILLI, André; MINGRONE, Marcus Vinicius; CAHEN, Arthur. **COVID-19 e os contratos de Trabalho. Normas aplicadas durante o estado de calamidade.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Covid-19-Contratos-Trabalho-Aplic%C3%A1veis-Calamidade/dp/6555260424>. Acessado em 03 de novembro de 2021.



CAPÍTULO 8

A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E O SETOR PÚBLICO: APLICABILIDADE E IMPORTÂNCIA

Leidiane Santos da Silva
Paulo Ricardo Silva Lima
Larissa Cavalcante Mendes

INTRODUÇÃO

O cidadão é o titular de dados pessoais, os quais por sua vez denotam informações relacionadas à pessoa natural identificada ou identificável, assim sendo, a Lei Geral de Proteção de Dados dispõe sobre o tratamento desses dados, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o intuito de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade do indivíduo, conforme aduz o seu artigo 1º (LGPD, 2018).

É interessante ressaltar a consonância da supracitada lei, e seu objetivo de proteção, com os ditames já estatuídos na Constituição Federal de 1988, tendo guarida, por exemplo, no artigo 5º, inciso X, CF/88, do qual se vislumbra a nascente de direitos e garantias como a inviolabilidade à intimidade, à privacidade, à



honra e à imagem das pessoas, assegurada a indenização pelo dano material ou moral resultantes de violação.

Nessa esteira, existem outros diplomas legais que refletem a importância ao estabelecer e cumprir normas sobre o tema condizente à proteção de dados, tanto para as tratativas no setor público ou privado quanto para terceiros e o titular desses dados pessoais, que, ao dispô-los, haverá de fazê-lo em garantida segurança.

Assim, notoriamente vão se percebendo as necessárias adequações que a nova lei impôs com a sua promulgação visando proteger os dados pessoais fornecidos voluntariamente pelo cidadão ou quando captados na prestação do serviço, definindo o tratamento adequado dessas informações e sopesando responsabilidades no caso de descumprimento e/ou afronta às garantias de direitos inerentes ao titular dos dados.

Em razão dessas considerações, nasce também o oportuno questionamento: A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) pode ser aplicada de forma adequada, contínua e eficiente na Administração Pública?

À luz do ordenamento jurídico, e com o advento da LGPD, o cidadão figura perante os órgãos públicos de maneira autônoma e com garantias legais sobre a escolha de como os seus dados pessoais serão tratados, entre outros direitos e princípios.

Dessa compreensão, tivemos como objetivo geral analisar a legislação vigente e as concepções advindas da LGPD aplicáveis



à administração pública como forma de garantir direitos do cidadão titular de dados, destacando a importância e os desafios a serem enfrentados, e como objetivos específicos, correlacionar o controle emanado dos titulares das informações pessoais e os impactos positivos gerados nos órgãos públicos; discursar sobre as práticas condizentes aos atos internos e externos dos agentes públicos frente à otimização do acesso, transparência, segurança e tratamento de dados pessoais dos titulares; e, por fim, despertar o interesse dos cidadãos na compreensão e usufruto da norma legal referente à proteção de dados pessoais e suas implicações.

O mecanismo metodológico aplicado foi a pesquisa qualitativa, pois, conforme afirmam Silveira e Córdova (2009, p. 32) “os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova dos fatos”.

Utilizamos ainda a revisão bibliográfica e documental, a qual permitiu aprofundar nossos conhecimentos, tendo por escopo o levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas em livros, sites de internet, bem como códigos e periódicos.

Dessa premissa, destacam-se os estudos que apontam o quão é primordial a LGPD para o titular de dados pessoais e os reflexos ocasionados no cenário público, que potencializa o cidadão perante seu papel social como indivíduo ativo e fiscalizador da máquina pública, considerando que a proteção de tais dados tem a natureza de direito fundamental, portanto,



a administração deve assegurá-lo nas atividades relacionadas ao uso específico desses dados pessoais.

A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD) E OS ENLANCES NORMATIVOS

Para uma melhor compreensão sobre a LGPD, é de bom alvitre conhecer ou até mesmo rememorar alguns textos legais vigentes que a antecederam e de certa forma estão interligados, levando-se em consideração, para tanto, o contexto educacional, político e socioeconômico atual que nos impulsiona, segundo Teixeira e Armelin (2021, p. 05), para uma “expansão do comércio eletrônico, das redes sociais, dos blogs, sites e plataformas digitais, da internet das coisas, da inteligência artificial, entre outros”.

A Carta Magna, por alicérce, apresenta em seu artigo 5º, incisos X, XII, XXXIII e LXXII, elementos constitucionais essenciais para a vida em sociedade, que preservam direitos e garantias individuais e coletivos dentro de um Estado Democrático de Direito, os quais devem ser respeitados pelas pessoas de natureza física ou jurídica, no que por ora destacamos aqueles pertencentes à administração pública.

A título de descrição do supracitado artigo constitucional, façamos a necessária leitura dos seguintes incisos:

Art. 5º. X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas,



assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

(...)

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

(...)

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

(...)

LXXII - conceder-se-á *habeas data*:

a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público;

b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo.



Dessa máxima constitucional, a LGPD apresenta por notoriedade tais elementos ao trabalhar a sua norma específica no que pertine ao tratamento de dados pessoais, à proteção da liberdade, da privacidade, da personalidade, à busca pela informação – valorando a autodeterminação informativa, dentre outros, instituindo assim os seguintes fundamentos:

LGPD. Art. 2º. A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

II - a autodeterminação informativa;

III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;

IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;

VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Nessa perspectiva, temos também o Código Civil (Lei nº 10.406/2002), que aborda os direitos da personalidade, os quais são intransmissíveis e irrenunciáveis (art. 11), e a primazia de se poder exigir que cesse a ameaça ou a lesão caso maculem tais



direitos, e reclamar perdas e danos (art. 12). Desse diploma legal, podemos ainda reportar os artigos 20 e 21, que assim versam:

Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

(...)

Art. 21. A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma.

Com isso, pelo zelo e importância normativa voltados ao cidadão, a LGPD converge nessa busca de garantir mecanismos para que haja o livre desenvolvimento da personalidade sem interferências descabidas ou indesejadas cometidas por terceiro, quer seja pessoa natural ou jurídica, durante o tratamento de dados pessoais.

Sendo assim, a proteção dos dados pessoais se insere na sociedade de informação como uma possibilidade de se tutelar o indivíduo diante dos potenciais riscos que o tratamento de



tais dados poderia causar à sua personalidade, pois o que se visa proteger não são os dados em si, mas sim o seu titular, que poderá ser afetado em sua privacidade caso alguns limites não sejam estabelecidos (TEIXEIRA; ARMELIN, 2021, p. 30).

Outro destaque no âmbito da legislação brasileira é o conhecido Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), que aborda questões temáticas como banco de dados, acesso às informações e dados pessoais relacionados ao indivíduo (no caso, a figura do consumidor), sendo interessante frisar que a abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor quando não solicitada por ele, e, doravante, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados, poderá, a qualquer tempo, exigir imediatamente a correção, conforme previsto no art. 43, §2º e §3º do CDC.

Nesse diapasão, além da proteção concedida pela LGPD ao titular de dados pessoais, quando ele for consumidor, aplicar-se-ão as normas consumeristas de responsabilização do agente enquanto fornecedor. Sem prejuízo da atuação dos órgãos estatais de defesa para fiscalizar e aplicar sanções adequadas (TEIXEIRA; ARMELIN, 2021, p. 135).

Assim, nesse viés, estabelecendo-se a intersecção entre os comandos normativos consumeristas e a proteção de dados, tem-se que:

A responsabilidade do fornecedor quanto ao tratamento de dados do consumidor encontra amparo tanto na LGPD quanto na legislação



consumerista. Logo, a responsabilização do fornecedor será objetiva (independentemente de culpa), sendo que a violação de dados pessoais do consumidor poderá lhe implicar no pagamento indenizatório de danos patrimoniais e/ou morais, à luz do CDC.

E nessa esteira, conforme explicam Teixeira e Armelin (2021, p. 135), no que tange às acepções da Lei nº 13.709/2018, temos:

Art. 45. As hipóteses de violação do direito do titular no âmbito das relações de consumo permanecem sujeitas às regras de responsabilidade previstas na legislação pertinente.

Outro exemplo encontramos quando os prazos e procedimentos para o exercício de direitos do titular perante o Poder Público - estando este a realizar o tratamento de dados - exigirem a observância de legislação específica, em especial as disposições constantes da Lei nº 9.507/1997 (Lei do Habeas Data), da Lei nº 9.784/1999 (Lei Geral do Processo Administrativo), e da Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação), conforme aduz a própria LGPD em seu art. 23, §3º.

Todo esse discurso normativo vai culminar no que hoje se desenha a LGPD, a qual buscamos compreender, considerando, claramente, as peculiaridades de seu texto, a finalidade, os objetivos, os entes envolvidos, a dinâmica de atuação e o que se pretende resguardar e garantir com a sua aplicabilidade.



Disso, convém mencionar que o art. 44 da LGPD pontuou o raciocínio sobre o tratamento irregular de dados pessoais caso se constate que a legislação não foi obedecida ou não se forneceu a devida segurança almejada pelo titular, a exemplo da coleta de dados realizada mediante site sem certificação digital, ou até mesmo o uso de dados pessoais para uma finalidade diferente da concedida pelo titular, o que resulta numa latente violação da LGPD (TEIXEIRA; ARMELIN, 2021, p. 134).

Noutra banda, a Lei nº 12.965/2014 – denominada como Marco Civil da Internet, estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Pois bem, desse regramento temos como alguns fundamentos (art. 2º, inc. II, VI), os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade, o exercício da cidadania em meios digitais e a finalidade social da rede; e como alguns princípios (art. 3º, inc. II, IV, V), a proteção da privacidade, a preservação e garantia da neutralidade de rede, e também a preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo de boas práticas. Sendo que, para o Marco Civil da Internet em sua atuação legal acontecer sem “arranhaduras” à LGPD, nota-se:

Lei nº 12.965/2014

Art. 3º. Parágrafo único. Os princípios expressos nesta Lei não excluem outros previstos no ordenamento jurídico pátrio relacionados à matéria ou nos tratados



internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

Dessa premissa, para prosseguir com os interessantes apontamentos, reforçamos que a LGPD dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, logo, por reflexo, a lei conhecida como Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) sofreu alterações em seu conteúdo, precisamente nos arts. 7º, X; 16, II, conforme se vê:

Art. 7º. O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

~~X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei;~~

X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei e na que dispõe sobre a proteção de dados pessoais. (NR)

(...)

Art. 16. Na provisão de aplicações de internet, onerosa ou gratuita, é vedada a guarda:

~~II - de dados pessoais que sejam excessivos~~



~~em relação à finalidade para a qual foi dado consentimento pelo seu titular.~~

II - de dados pessoais que sejam excessivos em relação à finalidade para a qual foi dado consentimento pelo seu titular, exceto nas hipóteses previstas na Lei que dispõe sobre a proteção de dados pessoais. (NR)

Percebe-se que a nova redação dada pelo art. 60 da LGPD aos supramencionados artigos, ocorreu tendo em vista que o Marco Civil da Internet já previa a proteção de dados, entretanto, se fez necessário o acréscimo de exceções ao direito de exclusão do titular de dados, bem como a inclusão das hipóteses para a guarda de dados pessoais previstas na LGPD (TEIXEIRA; ARMELIN, 2021, p. 168).

Por conseguinte, temos a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), comumente conhecida por LAI, que, além de regular o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º da CF/88, e exigir o cumprimento pelos subordinados do seu regime legal, também coaduna com a LGPD no tocante ao tratamento das informações pessoais, reverberando que esse tratamento deve ser feito de forma transparente e com respeito à intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas, bem como às liberdades e garantias individuais (art. 31, *caput*, LAI). A proteção de informações pessoais também é matéria vista no inciso IV, do art. 6º da Lei nº 13.460/2017 (a qual dispõe sobre



a participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública).

Não obstante, é louvável salientar que no contexto internacional, a Europa, visando questões dentre as quais se destacam as de ordem econômica e tecnológica, elaborou em 2018 o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR – General Data Protection Regulation), e que tal acontecimento causou influência no cenário brasileiro, que por sua vez buscou equiparar-se em termos de legislação de proteção de dados pelos interesses comuns às relações de mercado.

Por oportuno, asseverou-se que as normas brasileiras da LGPD também estivessem em consonância com os regramentos do mercado europeu, levando-se em consideração como tipos de vínculos: i) Quem usa os dados está no Brasil; ii) A pessoa que é titular dos dados encontra-se no Brasil; iii) Quem está utilizando os dados, ainda que fora do Brasil, tem a pretensão de oferecer produtos ou serviços para pessoas no Brasil.

Sobre esse quesito, em apertada síntese, Teixeira e Armelin (2021, p. 37) relatam que:

A aplicação extraterritorial da lei nacional de proteção de dados não se restringe aos limites geográficos do Brasil. Uma lei que trata de dados pessoais não poderia deixar de considerar a extraterritorialidade, uma vez que o fluxo de dados não se limita a um território específico; assim para a efetiva tutela do titular



de dados, a lei deve abranger todo o 'trajeto' percorrido pelos dados pessoais.

Tanto é verdade que, nos termos do art. 3º da LGPD, constata-se:

Art. 3º. Esta Lei aplica-se a qualquer operação de tratamento realizada por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, independentemente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que:

I - a operação de tratamento seja realizada no território nacional;

II - a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional; ou

III - os dados pessoais objeto do tratamento tenham sido coletados no território nacional.

§ 1º Consideram-se coletados no território nacional os dados pessoais cujo titular nele se encontre no momento da coleta.

§ 2º Excetua-se do disposto no inciso I deste artigo o tratamento de dados previsto no inciso IV do caput do art. 4º desta Lei.

Desta feita, a LAI, assim como as demais normas aqui relacionadas, colaboram mutuamente e convivem em parcimônia com os elementos presentes na novel LGPD.



A IMPORTÂNCIA DA LEI Nº 13.709/2018 – LGPD

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, harmonicamente se coaduna a outros ditames normativos, o que doravante impulsiona ainda mais a relevância do seu tema, e, de acordo com os dizeres de Lima *apud* Teixeira e Armelin (2021, p. 12):

O Brasil inaugura o que se pode denominar de ‘sistema protetivo dos dados pessoais’. Essa lei deve ser entendida como tal, pois estabelece princípios que devem nortear a coleta, o compartilhamento e o tratamento de dados pessoais, direitos básicos dos titulares dos dados pessoais, obrigações impostas aos controladores e responsáveis pelo tratamento.

A seu turno, a LGPD discorre que as normas gerais contidas nela são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios (art. 1º, parágrafo único), demonstrando dessa forma ser de interesse público a proteção dos dados pessoais conforme previsão legal, portanto, é imprescindível a atuação do Estado ante a presunção de legalidade dos atos do Poder Público (TEIXEIRA; ARMELIN, 2021, p. 32).

Com a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) nº 17/2019, aprovada no Senado Federal em 20 de outubro de 2021 e, conseqüentemente, com a publicação da Emenda Constitucional (EC) nº 115 de 10 de fevereiro de 2022, a qual alterou a Constituição Brasileira para incluir a proteção de dados pessoais entre os direitos e garantias fundamentais, inclusive



no meio digital, ressaltamos as palavras da relatora do projeto - Simone Tebet, em matéria publicada pela Agência Senado, na qual ela afirmou que foi estabelecido a proteção dos dados pessoais como direito individual em comando específico, ao invés de tratar essa proteção no mesmo mandamento que garante ao indivíduo a inviolabilidade de suas comunicações (AGÊNCIA SENADO, 2021). A senadora acrescentou ainda que “essa PEC não deixa qualquer margem de dúvida para qualquer evolução normativa condicionada aos termos da LGPD. É uma PEC pioneira, que retrata a importância do tema”. E ainda complementou dizendo:

Constitucionalizar a questão significa o Estado dizer que reconhece a importância do tema, classificando esse direito à proteção de dados como fundamental. Ou seja, o Estado, a sociedade, o cidadão, podem ter direito, como regra geral, ao conhecimento do outro, desde que haja realmente necessidade. Do contrário, é preciso preservar ao máximo a intimidade e a privacidade dos dados.



Em linhas gerais, a LGPD, é composta de 10 (dez) capítulos, que resultaram em 65 (sessenta e cinco) artigos - com alguns vetos - sendo orquestrados em: *Disposições Preliminares* (arts. 1º ao 6º), demonstram o objetivo, os fundamentos e os princípios da lei, a aplicação da norma, esclarecendo as definições conceituais - a exemplo de titular, dado pessoal, dado pessoal sensível e dado anonimizado; *Tratamento de Dados Pessoais* (arts. 7º ao 16),

define o regime jurídico, inclusive sobre dados concernentes a crianças e adolescentes, e condiciona a realização do tratamento mediante consentimento do titular; *Direitos do Titular* (arts. 17 ao 22), confirmam a existência de tratamento de seus dados, poder acessá-los e corrigi-los, são exemplos de direitos; *Tratamento de Dados Pessoais pelo Poder Público* (arts. 23 ao 32), estabelece responsabilidades, competências e determina o uso de dados pessoais mediante finalidades específicas; *Transferência Internacional de Dados* (arts. 33 ao 36); *Dos Agentes de Tratamento de Dados Pessoais* (arts. 37 ao 45), faz aferência ao controlador, operador e encarregado responsáveis pelo tratamento; *Segurança e Sigilo de Dados* (arts. 46 ao 51), determina adoção de medidas e obrigações de segurança da informação, sigilo e padrões de boas práticas e governança; *Fiscalização* (arts. 52 ao 54) mormente relacionada ao estabelecimento e aplicação de sanções condizentes às infrações cometidas; *Autoridade Nacional de Proteção de Dados, Conselho Nacional e Privacidade* (arts. 55-A ao 55-L, e arts. 58-A ao 58-B) assegura a autonomia técnica e decisória da ANPD informando a sua composição; *Disposições Finais e Transitórias* (arts. 60 ao 65).

Ab initio, a própria LGPD faz saber das terminologias consideradas e utilizadas no seu texto legal, e como exemplo, trazemos as seguintes definições:

Art. 5º. (...) I - dado pessoal: informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável;



II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;

III - dado anonimizado: dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento;

(...)

V - titular: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento;

VI - controlador: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem às decisões referentes ao tratamento de dados pessoais;

(...)

X - tratamento: toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem à coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração;

(...)



XVI - uso compartilhado de dados: comunicação, difusão, transferência internacional, interconexão de dados pessoais ou tratamento compartilhado de bancos de dados pessoais por órgãos e entidades públicos no cumprimento de suas competências legais, ou entre esses e entes privados, reciprocamente, com autorização específica, para uma ou mais modalidades de tratamento permitidas por esses entes públicos, ou entre entes privados.

Segundo lecionam Teixeira e Armelin (2021, p. 29):

Os dados possuem alto valor de mercado, na medida em que através deles são direcionados produtos e serviços customizados, com a coleta de grande volume de dados e, por isso, são considerados o 'novo petróleo' da sociedade informacional, já que o dado 'bruto' não possui valor, mas ao ser 'refinado' passa a ser altamente rentável.



Desses parágrafos, temos uma ideia da real necessidade de se (re)conhecer o significado e também a dinâmica do universo pelo qual os dados pessoais estão inseridos e transitam, não apenas pelo seu “valor de mercado”, mas sim pelo seu “valor fundamental” presente na Constituição Brasileira (EC nº115/2022), sendo destemido mediante a segurança imposta pela lei específica (LGPD), uma vez que, havendo acessibilidade,

coleta, compartilhamento e uso adequados de tais dados pessoais, o resultado não pode ser diferente da preservação, proteção e garantias dos direitos fundamentais de liberdade, privacidade e de personalidade. Para tanto, princípios e direitos são resguardados e garantidos, responsabilidades e competências são definidas, atuações regulatórias, fiscalizatórias e sancionatórias são realizadas, iniciativas são fomentadas, tudo para que haja o cumprimento da lei de maneira correta e a contento, assim, os objetivos benéficos e os impactos positivos acontecem para todos os partícipes.

Para fins didáticos, e sem olvidar que todos os artigos presentes na LGPD são relevantes para aquilo a que se propõem, foram aqui transcritos apenas alguns desses comandos para melhor explanação e contextualização, sendo interessante relatar que os princípios, os direitos, a autodeterminação informativa, o consentimento e o tratamento de dados pessoais são vertentes que patenteiam a importância dessa lei.

Dada compreensão, os princípios juntamente com a boa-fé devem ser observados e respeitados na realização das atividades de tratamento de dados pessoais, e com base na LGPD apresentamos a seguinte visão topográfica:



Princípios (Art. 6º, inc. I - X, Lei nº 13.709/2018)	
Finalidade	Realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades.
Adequação	Compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento.
Necessidade	Limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados.
Livre acesso	Garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais.
Qualidade dos dados	Garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento.
Transparência	Garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento.
Segurança	Utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão.
Prevenção	Adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos no tratamento de dados.
Não discriminação	Impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos.
Responsabilização e prestação de contas	Demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.

Fonte: Lei Federal nº 13.709/2018



Com essa destacada leitura, entendemos que o tratamento dos dados pessoais deve cumprir o propósito específico ao qual se destina, conforme foi acordado com o titular, sem extrapolar os limites de sua finalidade, ou seja, as tratativas devem condizer com a necessidade real. E, ao titular deve ser garantido o acesso aos seus dados pessoais sem quaisquer dificuldades, mediante informações claras, e que, a todo o tempo, a coleta, o compartilhamento e o tratamento ocorram de forma segura e responsável, sem danos internos e externos, sem discriminação e sem abusividade.

Submergindo no artigo 17 da LGPD, no tocante a direitos dos titulares de dados, continuamos e fortalecemos a compreensão de que toda pessoa natural tem resguardada a titularidade de seus dados pessoais e garantidos os direitos fundamentais de liberdade, de intimidade e de privacidade, conforme reza a lei.

Também ganha destaque o conteúdo do artigo 9º, do mesmo diploma legal, por assegurar como direito ao titular o acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, considerando o princípio do livre acesso para saber, por exemplo, a finalidade específica do tratamento, a sua forma e duração; a identificação do controlador; as informações acerca do uso compartilhado desses dados; e, se porventura houve mudança da finalidade tornando-a não compatível com o consentimento original, podendo resultar na revogação do consentimento pelo titular, entre outros.



Nesta seara de direitos, podemos vislumbrar o seguinte panorama exemplificativo:

Direitos do Titular (Art. 18, Lei nº 13.709/2018)	
Confirmar	Obter a confirmação da existência de tratamento dos dados pessoais.
Acessar	Acesso aos dados de maneira facilitada.
Corrigir	Correção dos dados que alguma entidade (pública ou privada) tem a respeito do titular. Correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados.
Pedir Anonimização	Tornar o dado de maneira que não possa identificar seu titular.
Bloquear/Eliminar	Bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto na Lei.
Portabilidade	Transferir os dados pessoais para outro fornecedor de serviço ou produto, mediante requisição expressa.
Eliminar	Eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, exceto nas hipóteses previstas no art. 16 da LGPD.
Saber	Informação das entidades públicas e privadas com as quais o controlador realizou uso compartilhado de dados.
Negar	Receber informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa.
Revogar	Revogação do consentimento a qualquer momento mediante manifestação expressa do titular, por procedimento gratuito e facilitado, nos termos do § 5º do art. 8º da LGPD.
Opor-se	a tratamento realizado com fundamento em uma das hipóteses de dispensa de consentimento, em caso de descumprimento ao disposto na Lei.
Reclamar	À Autoridade Nacional de Proteção de Dados – ANPD.

Fonte: Lei Federal nº 13.709/2018



Tais ocorrências referentes ao acesso, coleta, compartilhamento e tratamento dos dados pessoais demonstram cristalinamente a real ligação das atividades das entidades (públicas ou privadas) ao consentimento do titular, o qual passa a ter sua vontade em evidência, sobressaindo-se da disparidade de armas outrora estabelecidas, ocasionando mudanças de paradigmas. Isso tudo, obviamente ganhará mais força à medida que o titular passa a conhecer a lei e se fazer valer de seus direitos, atuando e exigindo o cumprimento da norma.

Considerando sua essência, o consentimento denota-se pela manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada (art. 5, XII, LGPD). E a sua revogação poderá ocorrer a qualquer momento mediante manifestação expressa do titular, por procedimento gratuito e facilitado, sendo essa mais uma maneira de haver respeito à vontade, autonomia e poder de decisão do titular, uma vez que o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado mediante o fornecimento de consentimento pelo titular (art. 7º, I, LGPD).

De toda sorte, esse consentimento que imprime ao titular uma autonomia privativa, para se valer dessa natureza é interessante ser observado sob o prisma da autodeterminação informativa, pois o titular deve ter conhecimento e esclarecimento suficientes e saber em quais circunstâncias os seus dados pessoais estarão sendo consentidos ou captados.



Isso porque nas palavras de Teixeira e Armelin (2021, p. 33) ensina-se que:

A autodeterminação informativa consiste na capacidade do indivíduo em saber, com exatidão, quais de seus dados pessoais estão sendo coletados, com a consciência da finalidade para que se prestarão, para assim, diante de tais informações, tomar a decisão de fornecê-los ou não, levando-se em conta os benefícios/malefícios que o tratamento de seus dados poderão lhe acarretar. É o controle que o indivíduo possui sobre os seus dados pessoais.

Noutra banda, o tratamento e compartilhamento de dados pessoais a ser realizados pela administração pública, só poderão ocorrer quando necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldados em contratos, convênios ou instrumentos congêneres (art. 7º, III, LGPD).

Sobre esse dispositivo legal previsto no art. 7º, III, da Lei Geral de Proteção de Dados, Teixeira e Armelin (2021, p. 57), relatam que:

O inciso III possibilita que a Administração Pública trate dados, mas delimita esse tratamento a utilização do mesmo para a consecução de políticas públicas previstas em lei ou regulamentos. A realidade é que o Poder Público é um dos grandes agentes de tratamento de dados e isso se deve ao fato de que visa o bem coletivo, demandando a



coleta de dados pessoais para a consecução de políticas públicas, o que justifica a ausência de consentimento para esse fim.

O DESPERTAR PARA A NOVEL LEI E O SETOR PÚBLICO

Entender o tratamento de dados realizado pelas pessoas jurídicas de direito público exige uma atenção peculiar, considerando que as atividades desempenhadas por elas são de interesse público e o tratamento deverá ser realizado para o atendimento de sua finalidade pública, com o objetivo de executar as competências legais ou cumprir as atribuições legais do serviço público, conforme art. 23, da LGPD.

Nesse contexto, segundo Doneda *apud* Teixeira e Armelin (2021, p. 100), destaca-se o espírito da proteção de dados no sentido de que: “a transparência deve ser diretamente proporcional ao poder; privacidade deve ser inversamente proporcional”.

Ainda, no entendimento dos autores Teixeira e Armelin (2021, p. 108):

É inerente ao Poder Público o tratamento de dados pessoais, considerando que ele visa o bem da coletividade, falando em nome da sociedade, (...) a relevância de um relatório de impacto de dados também se faz presente, vez que poderá auxiliar nas medidas cabíveis em caso de incidentes e no fomento para criação de políticas públicas, adoção de padrões e de boas práticas, entre outros,



sempre preservando os princípios previstos na LGPD.

É de bom alvitre referendar que as pessoas jurídicas mencionadas no artigo 23 da LGPD (Lei nº 13.709/2018), são aquelas descritas no artigo 1º, parágrafo único, da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), sendo elas: os órgãos públicos integrantes da administração direta dos poderes executivo, legislativo e judiciário e do ministério público; as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

E, considerando o texto da LGPD, deverá o Poder Público fornecer as informações de maneira clara, atualizada, dispondo sobre qual foi o embasamento legal e a finalidade de tais ações, quais as práticas adotadas, permitindo que esses preceitos estejam facilmente acessíveis para visualização e compreensão, podendo se valer dos sítios eletrônicos para tal; outrossim, também deve indicar um operador para o tratamento de dados pessoais e um encarregado para que o titular saiba a quem se reportar. E isso não pode implicar em desafios, mas na observância da Lei.

Quando da operacionalização de políticas públicas, as mesmas tratativas servem para as empresas públicas e as sociedades de economia mista, equiparadas ao Poder Público, por força do artigo 24 da LGPD.



Nesse contexto, tais atos da Administração, revestidos de transparência, legalidade, responsabilização e prestação de contas, ensejam em impactos positivos, pois favorecem e fortalecem a sua imagem, resultando em credibilidade, confiança, segurança, enaltecida reputação e senso de responsabilidade, respeito intra e extramuros, maior controle e visibilidade de suas ações, maior proximidade com o titular, e, por conseguinte, a sociedade em si.

Para DONDA (2020, p. 10), a Lei Geral de Proteção de Dados:

É um marco jurídico regulatório inédito no Brasil e atinge todas as instituições públicas e privadas, que agora terão que se adaptar a essa nova regulamentação, que tem como princípio proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade dos cidadãos brasileiros. É certo que essa regulamentação traz desafios e oportunidades positivas, principalmente no âmbito da segurança da informação.



Dessas práticas condizentes aos atos internos e externos das pessoas jurídicas de direito público, no tocante à LGPD, vale lembrar que os agentes são responsáveis frente à otimização do acesso, da coleta, da transparência, da segurança, do compartilhamento e do tratamento de dados pessoais dos titulares. Com destaque para a autoridade criada e denominada Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), configurando como órgão da administração pública federal, competente para

zelar pela proteção dos dados pessoais, nos termos da legislação e promover na população o conhecimento das normas e das políticas públicas sobre proteção de dados pessoais e das medidas de segurança (art. 55-J, I e VI, da LGPD), podendo, “caso entenda necessário, estipular outros requisitos ou adequações para que esse tratamento esteja dentro dos parâmetros legais”, conforme acréscimo de Teixeira e Armelin (2021, p. 107).

A respeito da transparência, segundo Torres (2019, p. 45), a “Administração Pública deve propagar entre seus agentes, práticas de transparência, almejando o incremento da cultura da lisura, culminando na percepção popular de seu direito fundamental de acesso à informação”. E que, somado a essa prerrogativa, temos na Lei nº 13.460/2017, os seguintes dispositivos:

Art. 4º Os serviços públicos e o atendimento do usuário serão realizados de forma adequada, observados os princípios da regularidade, continuidade, efetividade, segurança, atualidade, generalidade, transparência e cortesia.

(...)

Art. 6º São direitos básicos do usuário:

I - participação no acompanhamento da prestação e na avaliação dos serviços;

II - obtenção e utilização dos serviços com liberdade de escolha entre os meios oferecidos e sem discriminação;

III - acesso e obtenção de informações relativas à sua pessoa constantes de registros ou bancos



de dados, observado o disposto no inciso X do caput do art. 5º da Constituição Federal e na Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Logo, a Administração Pública, por tudo que outrora foi exposto, tem por dever aplicar de forma adequada, contínua e eficiente os ditames da LGPD no tratamento de dados pessoais, em todos os meios, com o objetivo de proteção aos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural; o que desta forma responde positivamente nossa pergunta de pesquisa.

Noutro giro, os desafios são pontuais à medida que a Administração Pública se depara com vertentes que demonstram a necessidade de investimentos em mecanismos e ações como: infraestrutura voltada para a inovação tecnológica; fortalecimento na gestão de risco e respostas a incidentes; fortalecimento no processo atinentes à segurança e proteção de dados oriundos da tecnologia da informação etc; isso, se considerado que entraves como de acessibilidade ou coleta podem surgir na obtenção da resposta ou no atendimento da demanda, podendo suceder de resvalar numa aplicabilidade de proteção pífia não condizente às normas da LGPD. Outro ponto relevante surge de problemas provenientes do uso da tecnologia da informação e vazamentos de dados pessoais quando trabalhados ou armazenados, o que futuramente poderá culminar em sanções embasadas pela novel lei face à Administração Pública.



MATERIAIS E MÉTODOS

O presente artigo foi realizado utilizando-se da abordagem qualitativa, considerando a análise de idéias e conteúdos registrados, pois, segundo Santos (2020, p. 49) “a metodologia deve ser exequível; para a pesquisa, importa pensar em termos prováveis, não apenas possíveis”. Somado a isso, foi utilizado o caráter dedutivo, proveniente do contato com fontes que trouxeram reflexões teóricas acerca do tema.

Assim sendo, as informações contidas nesta pesquisa foram obtidas através de uma revisão bibliográfica e documental, a partir de material já publicado em livros, códigos, periódicos, internet entre outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acerca dos estudos realizados e das vertentes apresentadas no processo de construção deste artigo acadêmico, restou claro que a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018) tem na sua essência a real importância normativa perante o tema abordado, sua determinante aplicabilidade no ordenamento jurídico, bem como sua maneira integradora que possibilita a atuação e valoração do titular de dados pessoais junto à pessoa natural ou pessoa jurídica de direito público ou privado.

A própria LGPD em determinadas situações apoia-se ou faz menção a outros dispositivos legais para ampliar e melhor alcançar seus objetivos de proteção e garantias aos direitos fundamentais



de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. Ainda que demonstre *de per si* o caminho garantidor e a latente e necessária observância dos fundamentos de proteção de dados pessoais.

A bem da verdade, discursar sobre as práticas condizentes aos atos internos e externos dos agentes e entes públicos frente à otimização do acesso, coleta, transparência, segurança, compartilhamento e tratamento de dados pessoais dos titulares permitiu esclarecer nuances da novel Lei e perceber que o regime jurídico implementado para o tratamento de dados pessoais, a responsabilização, fiscalização e boas práticas convergem para a singularidade da Lei e também para sua otimização e adequação aos novos tempos de sociedade informacional.

Também veio à lume que o cumprimento da Lei demonstrou ser um fator gerador de impactos positivos para a Administração Pública, destacando a objetividade, finalidade e transparência das ações do setor público em consonância com as normas e o doravante consentimento favorável do titular de dados pessoais tratados.

Dessa máxima, ainda se requer uma maior e melhor divulgação da Lei, e em ato contínuo, maior clareza e perenidade na atualização das informações por aqueles que as detêm.

E, para que a Lei alcance uma maior plenitude prática, o cidadão (titular de dados pessoais) deve ser motivado, incentivado e desperto a conhecer e usufruir da norma legal, implicando assim



melhor disseminação e esclarecimento de informações acerca dos direitos do titular de dados pessoais entre outros assuntos correlatos, com o devido investimento do Estado em quesitos de cunho educacional, cultural, econômico e político-social para que haja a (re)construção de práticas que combatam a alienação da sociedade, emergindo no cidadão o ímpeto e as ações de conhecer, buscar, exigir e usufruir de seus direitos garantidos e estatuídos por lei, tornando-o ainda mais ativo frente às questões de ordem individual e coletiva.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988**. In: Presidência da República. Legislação Republicana Brasileira. Brasília, 1988. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/legislacao/constituicao1988>. Acesso em: 15 jul. 2021.

BRASIL. Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor e normas correlatas**. 2ed. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2017. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/555106>. Acesso em: 05 fev.2022.

BRASIL. Lei Federal nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 15 jul. 2021.

BRASIL. Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Lei de Acesso à Informação** – LAI. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm. Acesso em: 10 jul. 2021.



BRASIL. Lei Federal nº 12.965, de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.html. Acesso em: 15 ago. 2021.

BRASIL. Lei Federal nº 13.460, de 26 de junho de 2017. Dispõe sobre a participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública. *In*: Vade Mecum JusPodivm. Salvador: JusPodivm, 2018.

BRASIL. Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 15 jul. 2021.

BRASIL, Agência Senado. Notícia veiculada pela Agência Senado: **Senado inclui proteção de dados pessoais como direito fundamental na Constituição**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/10/20/senado-inclui-protacao-de-dados-pessoais-como-direito-fundamental-na-constituicao>. Acesso em: 20 out. 2021.

BRASIL. Senado Federal. Atividade legislativa/legislação. **Emenda Constitucional nº 115**, de 10 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/norma/35485358>. Acesso em: 12 fev. 2022.

DONDA, Daniel. **Guia prático de implementação da LGPD**. São Paulo: Labrador, 2020.

SANTOS, Sérgio Coutinho dos. **Metodologia para pesquisas jurídicas & sociais**. 3ed. Maceió: CESMAC, 2020.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. **A pesquisa científica**. *In*: Métodos de Pesquisa. Tatiana Engel Gerhardt; Denise Tolfo Silveira (org.). Porto Alegre: UFRGS, 2009.



TEIXEIRA, Tarcisio & ARMELIN, Ruth Maria Guerreiro da Fonseca. **Lei geral de proteção de dados pessoais: comentada artigo por artigo.** 3ed. Salvador: JusPodivm, 2021.

TORRES, Leandro. **Lei de acesso à informação.** Salvador: JusPodivm, 2019.



CAPÍTULO 9

A PRODUÇÃO CULTURAL DE ALAGOAS À DERIVA NA PANDEMIA: AVALIAÇÃO DA IMPLEMENTAÇÃO DO EDITAL DINHO OLIVEIRA E DA EFETIVIDADE DA LEI ALDIR BLANC

**Andrew Pereira
Matheus Nascimento**

INTRODUÇÃO

Em 30 de junho de 2020, o Presidente da República, Jair Bolsonaro, sancionou a lei Aldir Blanc. Esta dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural para serem adotadas durante o estado de calamidade pública ocasionado pela pandemia do Coronavírus. Embora ainda esteja com atrasos na regulamentação e execução em alguns estados, como Alagoas, a lei previu o uso de 3 bilhões de reais para o auxílio de trabalhadores da cultura atingidos pela pandemia.

O aporte federal foi distribuído para poderes executivos locais do país e direcionado para pagamento via as seguintes modalidades: renda emergencial; subsídio mensal para instituições; e editais, chamadas públicas ou prêmios, com atenção a artistas, contadores de histórias, produtores, técnicos, curadores,



trabalhadores de oficinas culturais e professores de escolas de arte e capoeira, caso se enquadrem nos requisitos da lei.

Nessa senda, a partir de uma análise crítica das etapas dos ciclos de políticas públicas de Kingdon e do novo momento da administração pública, este trabalho visa responder a seguinte questão-problema: por qual razão a lei emergencial Aldir Blanc não foi implementada em sua completude em Alagoas?

Desta feita, tem-se como finalidade avaliar como as propostas da lei emergencial Aldir Blanc voltada ao setor cultural, sancionada pelo governo federal e utilizado pela Secretaria Estadual de Cultura de Alagoas (Secult/AL) via edital intitulado Prêmio Dinho Oliveira de Produção Cultural foram implementadas, bem como o papel da nova governança nesse processo.



DEFININDO POLÍTICAS PÚBLICAS E SEUS PRINCIPAIS CONCEITOS

Na base dos estudos sobre políticas públicas está o pressuposto analítico, segundo o qual “em democracias estáveis, aquilo que o governo faz ou deixa de fazer é passível de ser (a) formulado cientificamente e (b) analisado por pesquisadores independentes” (SOUZA, 2007, p. 67). Ainda nos anos 1930, Laswell (1936) propôs conciliar o conhecimento científico e acadêmico a produções empíricas governamentais para estabelecer um contato social entre grupos de interesses e o governo, introduzindo a análise de políticas públicas. Mas para Simon (1957), esse diálogo

não poderia ser focalizado apenas na racionalidade, pois essa é limitada, e o ser humano, em destaque aos fazedores de políticas, não possui acesso à totalidade de informações, bem como possui interesses que não podem ser reduzidos à racionalidade. Mais à frente, Easton (1965) definiu política pública como um sistema dividido em formulação, resultados e ambiente, sendo os atores: os partidos políticos, a mídia e os grupos de interesse que influenciam os seus resultados e efeitos.

Mapeando como a definição de políticas públicas vem sendo tratada na literatura e nos aspectos teórico-metodológicos, Celina Souza (2007) resume esta área de conhecimento como um campo holístico que produz um processo de ações, análises, resultados e mudanças em tempo real. A autora destaca a importância da integração da própria política pública com a política, a sociedade e as instituições que regem as decisões. Nesse esteio, ela identifica a política pública não apenas como um processo que visa corrigir um problema, mas, também, como um monitoramento da chegada desse problema ao sistema político, à sociedade política e às instituições que irão elaborar, implementar e avaliar tal política pública.

Kingdon (1994), por sua vez, refletiu sobre a interação entre intenções e ações da relação entre o ambiente social, político e econômico, e do governo, buscando compreender as questões que envolvem o processo decisório, como onde surge a demanda e quem participa do processo de definição de agenda. Dessa forma, o processo de *agenda-setting* torna-se, então, o ponto



de partida para elaboração de uma política pública. Recorrendo novamente a Celina Souza (2007) e seu questionamento sobre o que faz uma política entrar ou ser ignorada na agenda, a autora explicita a visão de John Kingdon do seguinte modo:

cada participante e cada processo podem atuar como um incentivo ou como um ponto de veto e a agenda é definida (1) quando reconhecemos e definimos um problema e assumimos que devemos fazer algo por ele; (2) quando se constrói uma consciência coletiva sobre a necessidade de enfrentar um dado problema; e, por fim, (3) quando os participantes visíveis – políticos, mídia, partidos e grupos de pressão – definem a agenda e os invisíveis – acadêmicos e burocracia – definem as alternativas. (SOUZA, 2007, p. 74)



Desse modo, entende-se que diversos públicos atuam no jogo de formulação e implementação de políticas públicas, o que gera uma das tarefas primordiais: conseguir atenção. Após isso, segundo Kingdon (2003), é essencial buscar meios de identificação, como o uso de indicadores, de pesquisas científicas e avaliação dos programas existentes, e formas de atuação, como situações que comprometem valores sociais importantes, comparação com outros países e classificação da situação em um problema de diversas áreas, para conseguir levar ao debate público o problema e ganhar a atenção.

Assim, entramos no modelo de Múltiplo Fluxos¹ desenvolvido também por Kingdon, em 2003, como forma de explicar a formulação de políticas, seja na definição da agenda, quer na tomada de decisões. Para Zahariadis (2007), o modelo de Múltiplos Fluxos lida com a formulação de políticas sob condições de ambiguidade, na qual refere-se a “um estado de ter muitas maneiras de pensar sobre as mesmas circunstâncias ou fenômenos” (FELDMAN, 1989, p. 5).

Nesse modelo, Kingdon destaca a existência de três correntes de atores e questões no processo de produção das políticas públicas: (1) problemas; (2) alternativas; e (3) política. Em determinadas circunstâncias, estes três fluxos iniciais são reunidos, gerando uma oportunidade de mudança na agenda. Neste momento, um problema é reconhecido, uma solução está disponível e as condições políticas tornam o momento propício para a mudança, permitindo a convergência entre os três fluxos. Ainda segundo Kingdon (2003), as circunstâncias que possibilitam a convergência dos fluxos são conhecidas como janela de políticas. Elas são influenciadas, sobretudo, pelo fluxo de problemas e pelo fluxo político. De acordo com o autor, uma oportunidade para a mudança surge quando um novo problema consegue atrair a atenção do governo ou quando mudanças são introduzidas na dinâmica política.

1 Vale ressaltar que esse modelo é uma variação – ou evolução – de estudo do modelo Garbage Can de March e Olsen (1989), no qual as soluções procuram por problemas e não o contrário. São caracterizados por três propriedades gerais: participação fluída, preferências problemáticas e tecnologia pouco clara.



Dadas as etapas básicas que se perfazem em ciclo, após a formação de agenda e a formulação – que identifica e esboça a situação-problema a qual se busca modificar por objetivos e metas – temos a implementação e a avaliação. Segundo Lima e D’Ascenzi (2013), na implementação, há duas formas de abordar a situação: a *top-down*, na qual é uma consequência da formulação; e a *bottom-up*, na qual é interpretada como processo interativo e adaptativo. O processo de implementação também conta com instrumentos², conhecidos também como procedimentos técnicos que ajudam a avaliar e medir a execução da política.

Não há conceito único sobre instrumentos. Podem ser entendidos como instrumentos operacionais, enquanto programa de política pública, ou como meio escolhido para entregar bens e serviços públicos. Também pode ser encontrado como definições de instrumentos de gestão ou como métodos de planejamentos. Para este estudo, levanta-se a definição de Lascoumes e Le Galès (2007), a qual coloca o instrumento também como uma instituição:

um instrumento de política pública se constitui como dispositivo tanto técnico como social, que organiza relações sociais específicas entre o Estado e aqueles há quem ele se direciona, segundo as representações e significados que carrega. É um tipo particular de instituição, um

2 É importante que o instrumento seja escolhido e explicitado no processo de formulação, desde o motivo da escolha a como se dará a sua execução, pois eles serão responsáveis por controlar a efetividade da política pública.



dispositivo técnico com o propósito genérico de levar um conceito concreto da relação entre política e sociedade, fundamentado em um conceito sobre regulação (LASCOUNES E LE GALÈS, 2007, p. 4).

Os autores classificam os instrumentos em cinco tipos:

Quadro 1 - Tipos de instrumentos

Tipo de instrumento	Tipo de relação política	Tipo de legitimidade
Legislativo e de regulamentação	Estado tutor do social	Imposição de interesse geral por representantes eleitos ou altos funcionários
Econômico e fiscal	Estado produtor de riqueza, Estado redistribuidor	Busca de uma utilidade coletiva, eficiência social e econômica
Convencional e de incentivo	Estado mobilizador	Busca de engajamento direto
Informativo e comunicacional	Democracia pública	Explicitação das decisões e responsabilização dos atores
Normas e padrões de “boas práticas”	Ajustes na sociedade civil, mecanismos de concorrência	Misto: científico-técnico e democraticamente negociado e/ou competitivo, pressão dos mecanismos de mercado

Fonte: Lascoumes; Le Galès 2007, p. 12

Já no processo de avaliação, verifica-se se o objetivo traçado conseguiu ter êxito e qual a efetividade. Posto isto, Rubens



Bayardo defende que o incentivo ao setor cultural precisa se dar por meio de “intervenções sistemáticas em cultura” (BAYARDO, 2013, p. 9). Estas, exigem “informações rigorosas, conhecimentos concretos do terreno e implicam em um planejamento estratégico das intervenções, cuja implementação, acompanhamento e avaliação servem para repensar e redesenhar novas políticas culturais” (Ibid, p. 9).

O SETOR CULTURAL ALAGOANO CONTRA A PANDEMIA: A IMPLEMENTAÇÃO DO EDITAL DINHO OLIVEIRA

O setor cultural foi um dos primeiros a sentir o impacto das medidas para conter a pandemia do Covid-19. Segundo o relatório de 2020 do DATA SIM e SIM São Paulo, no Brasil, foram mais de 8.141 eventos atingidos e um público de mais de 8 milhões de pessoas diretamente afetado, somando quase 500 milhões de reais em prejuízo, conforme estimado em uma pesquisa feita entre 17 a 23 de março de 2020. Em um período mais recente, o presidente da Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape), Doreni Caramori Júnior, falou ao site de notícias G1, em fevereiro de 2021, que mais de 350 mil eventos deixaram de ser realizados em 2020 (o número inclui shows, festas, congressos, rodeios, eventos esportivos e sociais, teatro, entre outros); o que fez com que o setor deixasse de faturar ao menos R\$ 90 bilhões. Trazendo para a atualidade, ele afirma que 97 em cada 100 empresas estão ociosas e que cerca de um terço das empresas da seara cultural fecharam suas portas (NEVES, 2021).



Em Alagoas, a realidade não é diferente. De acordo com o Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural, o estado fechou 3.969 postos de trabalho no setor no 1º trimestre de 2021. A maior queda relativa se deu entre os trabalhadores criativos especializados na área da cultura, que atuam em atividades artesanais, artes cênicas e artes visuais, cinema, música, fotografia, rádio, tv e museus e patrimônio. Entre o quarto trimestre de 2020 e o primeiro trimestre de 2021, a queda no número de postos de trabalho foi de 14% (HONORATO, 2021a).

Uma das razões para esse impacto tão rigoroso é o desprezo que a cultura vem sofrendo desde 2016 pelo governo federal: como uma de suas primeiras medidas, Temer extinguiu o Ministério da Cultura, que se transformou em uma secretaria. Mas o grave desfalque do setor cultural se deu a partir de 2019, com o atual presidente eleito Jair Bolsonaro e o cancelamento de editais em razão do conteúdo dos filmes produzidos, pela diminuição expressiva dos chamamentos a cargo da Agência Nacional do Cinema (Ancine), pelo esvaziamento da Lei Rouanet e pela nomeação de nomes ideológicos a postos-chave da burocracia estatal que cuida do incentivo às artes (PORTINARI; SASSINE, 2019).

Ainda assim, nesse cenário, a Lei Aldir Blanc conseguiu ser aprovada, tornando-se uma conquista da sociedade. Ela partiu de um Projeto de Lei 1.075/2020 apresentado pela deputada Benedita da Silva (PT-RJ) e por outros 20 parlamentares, com relatoria da deputada Jandira Feghali (PCdoB-RJ), numa articulação entre sociedade civil e poder público.



Dada a circunstância, fica evidente o primeiro processo do ciclo de política pública de Kingdon: a formação da agenda, com a participação de todos os atores públicos e privados na elaboração das políticas públicas, ou seja, governantes, políticos, trabalhadores e empresas. E como esta ideia conseguiu chamar atenção para entrar na agenda? Seguindo os múltiplos fluxos de Kingdon: a escolha coletiva das organizações governamentais não é derivada de esforços individuais agregados de alguma forma, mas sim o resultado combinado de forças estruturais e processos cognitivos e afetivos que são altamente dependentes do contexto. Essas organizações ou governos são chamados de anarquias organizadas e é onde a ambiguidade³ chama maior atenção. Com essa formulação, surgiu a Lei de Emergência de Apoio à Cultura.

A Lei Aldir Blanc nada mais é do que uma tábua de regras, um manual de informação para os estados, os municípios, para os artistas, para a população em geral, poderem saber como se cadastrar para poder ter acesso ao auxílio emergencial que esta propõe (BRASIL, 2021). Desse modo, os gestores locais indicaram e detalharam os planos para execução dos recursos e informaram à agência de relacionamento do Banco do Brasil para onde foi feita a transferência do recurso via plataforma nacional criada pelo governo federal: a Plataforma + Brasil.

3 O problema em condições de ambiguidade, segundo Zahariadis (2007), é que não sabemos qual é o problema, sua definição é vaga e inconstante. Distinguir entre informações relevantes e irrelevantes é problemático, o que pode levar a interpretações falsas e enganosas dos fatos, surgindo, assim, contradições e paradoxos.



Em Alagoas, não se tem acesso concreto de como essa formulação foi realizada. Para além, sabe-se que o estado quase perdeu a verba pelo atraso no envio do plano de ação do repasse do recurso. Segundo Honorato (2020), o estado alagoano foi o último estado do Nordeste a apresentar o plano de ação ao Ministério do Turismo. Ao contrário de estados como Ceará – que realizou ciclos de trabalho regionais, mapeando junto aos municípios cearenses com secretários, gestores e dirigentes municipais de cultural, além do apoio do Conselho dos Dirigentes Municipais de Cultura do Ceará (DiCultura) e a Associação dos Municípios do Estado do Ceará (Aprece) – o que se sabe é que Alagoas contou apenas com o governador do estado e demais órgãos estaduais, divulgado por nota da própria Secretaria Estadual de Cultura de Alagoas (Secult/AL) no dia 3 de setembro de 2020.

No estado alagoano, a lei emergencial, apesar de sancionada pelo governo federal em julho de 2020, foi efetivada, em Alagoas, apenas em outubro do mesmo ano. Segundo Oliveira (2021), foram R\$ 27 milhões recebidos no estado que possibilitaram a produção de 17 editais. Teve como resultado mais de 1400 inscrições para todas as categorias, de acordo com o órgão estadual. Dada as informações e baseando-se nas definições levantadas clareiam-se as seguintes colocações: (1) a vertente da implementação dessa política pública se assemelha com a definição de *top-down* de Lima e D'Ascenzi, com base na formalidade presente no processo; e, (2) a partir das definições de Lascoumes e Le Galès, o instrumento escolhido foi o econômico



e fiscal, sendo esse traduzido em políticas públicas na forma de Editais, após a regulamentação de um Estado produtor de riquezas redistribuindo ou direcionando recursos monetários.

Um desses editais lançados pela Secretaria Estadual de Cultura de Alagoas (Secult/AL) para conter a crise do setor em Alagoas foi o Dinho Oliveira. Este, visa reconhecer e premiar Projetos de Produção Cultural propostos por Produtores Culturais, com iniciativas de eventos culturais para o segmento de produção cultural, que busquem manter vivas as tradições da cultura alagoana movimentando a cadeia produtiva da produção cultural em Alagoas.

Foram distribuídos até 98 prêmios, com valor total superior a 4 milhões de reais, destinados a projetos culturais que apresentassem propostas à realização de mostras, festivais, mercados, premiações, feiras, festas populares/tradicionais, podcasts, “drive- in” e/ou online, dividido em 4 faixas: pequeno, médio, grande e especial porte. Dada essa informação, resta uma importante questão: por que o Edital não foi capaz de frear o desgaste socioeconômico no setor cultural após a sua realização?

A resposta é que o edital sofreu algumas falhas em sua implementação. O resultado, por exemplo, foi retificado quatro vezes devido a problemas dos órgãos governamentais em conferir as inscrições que apresentaram problemas no sistema, com o último tendo sido divulgado apenas no final de janeiro de 2021. Desse resultado, segundo Honorato (2021b), um comitê de crise dos trabalhadores da cultura ainda cobra o pagamento de R\$ 890



mil, que corresponde a editais financiados pela Lei Aldir Blanc, cujo recurso foi enviado pelo Governo Federal ao Governo de Alagoas ainda em 2020.

De acordo com os artistas, a verba emergencial deixou de ser paga a pelo menos 31 proponentes, inclusive do edital Dinho Oliveira, e o diálogo com a Secretaria Estadual de Cultura de Alagoas (Secult/AL) e com o Conselho Estadual de Políticas Culturais está comprometido. Por outro lado, a Secretaria Estadual de Cultura de Alagoas (Secult/AL) informou via nota que 90% do pagamento dos selecionados foi concluído e que será realizado ainda neste semestre o pagamento dos restantes projetos contemplados. Portanto, o grande volume de projetos e o exíguo prazo para conclusão ocasionaram erros no resultado final e no repasse dos recursos (OLIVEIRA, 2021).



CONCLUSÃO

Após essa breve análise, conclui-se que as falhas encontradas pela implementação da política pública que visava minimizar o impacto da pandemia sobre o setor cultural no estado de Alagoas também podem ser a razão pelas quais o setor cultural se encontra, ainda, em crise. Ao fazer uma análise comparativa com o caso do Ceará, citado no ensaio, percebe-se como o uso adequado do tipo de formulação construído em cima da prática e da participação dos atores no processo pode resultar em efeitos positivos.

Por outro lado, Alagoas optou em concentrar a fase de formulação somente nos órgãos estatais e isentou a participação dos atores não governamentais. Segundo Salamon (2001), estamos em um novo momento, o de maior descentralização e horizontalidade das ações governamentais, logo, deve haver uma colaboração entre o público e o privado, e não mais uma dualidade entre eles.

Dada a pesquisa, também percebe que abordar o problema em Alagoas pela formalidade, moldando o comportamento dos atores para gerar resultados por incentivos, restrições ou metas descritas pela norma não parece ser apropriada, já que tal vertente pode ao invés de reduzir a desigualdade, reproduzi-la cada vez mais. Como argumento, tem-se o exemplo das grandes empresas de organização de eventos, na qual, segundo Honorato (2021b), fóruns culturais apontaram a problemática do tipo de produção cultural realizado por estas empresas, que restringem benefícios a artistas locais, intensificando a desigualdade na distribuição de recursos (HONORATO, 2021b). Talvez, uma abordagem mais semelhante a *bottom-up* de Lima e D'Ascenzi (2013) seria mais efetiva, pois dá maior ênfase na prática e na participação de atores.

Outra informação percebida é a escolha do instrumento da fase de implementação. O instrumento econômico e fiscal, de acordo com a tipologia de Lascoume e Le Galès, poderia ter sido eficaz caso tivesse sido implementada como formulada, com 100% do setor cultural contemplado realizando seus projetos



remotamente e contribuído, assim, com a economia criativa desse segmento em um período desesperador para muitos trabalhadores. Nada obstante, surgiram como óbices as falhas no sistema de inscrição, o modelo de aplicação de cotas regionais, bem como a desigualdade no acesso à internet para a realização das inscrições online. Oliveira (2021) aponta ainda que artistas também relatam uma relação bastante difícil com a Secretaria Estadual de Cultura de Alagoas (Secult/AL). Entende-se, por tanto, que o instrumento de boas práticas poderia ter sido mais efetivo, já que organiza as relações de poder entre atores econômicos e entre estes e organizações não governamentais com foco na negociação e cooperação.

Posto isto, percebe-se que no caso do edital Dinho Oliveira, a centralização da estrutura de sua formulação e implementação traz uma menor capacidade de intervenção no processo, situando-se distante dos usuários desta política pública. Ressaltando a nova governança, a maior inovação será resultado da participação dos atores não governamentais em todas as fases das políticas públicas e, esse paradigma poderia ser a chave que faltava para fazer o setor cultural ter um respiro durante a pandemia do Coronavírus.

Tendo isso em vista, faz-se necessário também reforçar como uma comunicação assertiva poderia ter reduzido significativamente esses conflitos e, quando se trata de comunicação, referem-se à dinâmica de repasses de informações e explicações mais sistemáticas ao setor de modo geral. Por fim,



vale ressaltar que as hipóteses apresentadas são formulações teóricas dado o acervo bibliográfico apontado no decorrer do trabalho e conclui-se que pesquisas sobre a lei federal Aldir Blanc podem desempenhar novas concepções sobre o peso das interações dos atores na formulação e implementação, a relação estado e sociedade nesse processo e o papel das ideias dos atores não-governamentais na formulação do processo.

REFERÊNCIAS

BAYARDO, Rubens. Indústrias criativas e políticas culturais: perspectivas a partir da cidade de Buenos Aires. In: CALABRE, Lia (Org.). **Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa**. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

BRASIL. **Governo Federal**. Lei Aldir Blanc de apoio a cultura é regulamentada pelo Governo Federal. Brasília, 18 de ago. de 2020. Disponível em <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/cultura-artes-historia-e-esportes/2020/08/lei-aldir-blanc-de-apoio-a-cultura-e-regulamentada-pelo-governo-federal>> Acesso em 25 de jul. de 2021.

CABELLO, C. F. A emergência da cultura e a Lei Aldir Blanc. **Rede Brasil Atual**, 2021. Disponível em <<https://www.redebrasilatual.com.br/blogs/blog-na-rede/2021/06/a-emergencia-da-cultura-e-a-lei-aldir-blanc/>> Acesso em 22 de jul. de 2021.

DATA Sim. **Covid-19: Impacto no mercado da música do Brasil**. São Paulo, 2020.

FELDMAN, Martha S. 1989. **Order without Design: Information Production and Policy Making**. Stanford, CA: Stanford University Press.



GRANDES empresas selecionadas da Lei Aldir Blanc em AL. **Portal Gazetaweb**, Maceió, 23 dez. de 2020. Disponível em <<https://www.gazetaweb.com/noticias/cultura/grandes-empresas-estao-entre-selecionados-da-lei-aldir-blanc-em-al/>> Acesso em 22 de jul. de 2021.

HALPERN, C.; LASCOUMES, P.; LE GALÈS, P. As abordagens a partir dos instrumentos da ação pública. In: PORTO DE OLIVEIRA, Osmany; HASSENTEUFEL, Patrick. **Sociologia política da ação pública: teorias, abordagens e conceitos**. Escola Nacional de Administração Pública (Enap). Brasília, 2021. P. 31-59.

HONORATO, Maylson. Alagoas é o único do Nordeste a não apresentar plano para a Lei Aldir Blanc. **Portal Gazetaweb**, Maceió, 04 de set. de 2020. Disponível em <<https://www.gazetaweb.com/noticias/cultura/alagoas-e-o-unico-do-nordeste-a-nao-apresentar-plano-para-a-lei-aldir-blanc/>> Acesso em 23 de jul. de 2021.

HONORATO, Maylson. Alagoas fechou quase 4 mil postos de trabalho na economia criativa no 1º trimestre. **Portal Gazetaweb**, Maceió, 02 de jul. de 2021a. Disponível em <<https://www.gazetaweb.com/noticias/economia/alagoas-fechou-quase-4-mil-postos-de-trabalho-na-economia-criativa-no-1-trimestre/>> Acesso em 22 de jul. de 2021.

HONORATO, Maylson. Em carta aberta, artistas cobram de Renan Filho pagamento de projetos da Lei Aldir Blanc. **Portal Gazetaweb**, Maceió, 23 de abr. de 2021b. Cultura. Disponível em <<https://www.gazetaweb.com/noticias/cultura/em-carta-aberta-artistas-cobram-de-renan-filho-pagamento-de-projetos-da-lei-aldir-blanc/>> Acesso em: 23 de jul. de 2021.

KINGDON, J. W. **Agendas, Alternatives and Public Policies**. United States of America: Addison Wesley Longman, 1994.



LASWELL, H. D. **Politics**: who gets what, when, how. Cleveland: Meridian Books, 1936.

LEI Aldir Blanc de emergência cultural. **Secretaria Estadual de Cultura do Ceará**, Ceará, 2020. Disponível em <<https://www.secult.ce.gov.br/lei-aldir-blanc/>> Acesso em: 22 de jul. de 2021

LIMA, Luciana Leite; D'ASCENZI, Luciano. Implementação de políticas públicas: perspectivas analíticas. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 21, n. 48, p. 101-110, dez. 2013.

NEVES, Marília. A crise do entretenimento na pandemia: 350 mil eventos adiados ou cancelados e R\$ 90 bilhões 'perdidos'. **G1**, 2021. Disponível em <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/02/17/a-crise-do-entretenimento-na-pandemia-350-mil-eventos-adiados-ou-cancelados-e-r-90-milhoes-perdidos.ghtml>> Acesso em 25 de jul. de 2021.

OLIVEIRA, Wanessa. Aldir Blanc: Fóruns denunciam irregularidades nos resultados de editais. **Mídia Caeté**, Maceió, jan. de 2021. Cultura. Disponível em:<<https://midiacaeete.com.br/foruns-de-cultura-denunciam-irregularidades-e-questionam-resultado-de-editais-aldir-blanc-em-alagoas/>> Acesso em 23 de jul. de 2021.

PINTO, Isabela Cardoso de Matos. Mudanças nas políticas públicas: a perspectiva do ciclo de política. **Rev. Pol. Públ.**, São Luis, v. 12, n. 1, p. 27-36, jan.-jun. 2008.

PORTINARI, N.; SASSINE, V. Como o governo Bolsonaro desidratou o setor cultural. **Revista O Globo**. 2019. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/epoca/cultura/como-governo-bolsonaro-desidratou-setor-cultural-24151205>>. Acesso em: 10 de jun. 2021.



SOUZA, Celina. O estado da arte da pesquisa em Políticas Públicas. In: HOCHMAN, E. ARRETHE, M. MARQUES, E. **Políticas Públicas no Brasil**. Editora Fiocruz, 2007.

ZAHARIADIS, N. The Multiple Streams Framework: Structure, Limitations, Prospects. In: SABATIER, Paul. **Theories of the Policy Process**. 2007. Cambridge, MA: Westview Press, p. 65-92.



ISBN 978-65-86680-97-3



9 786586 680973