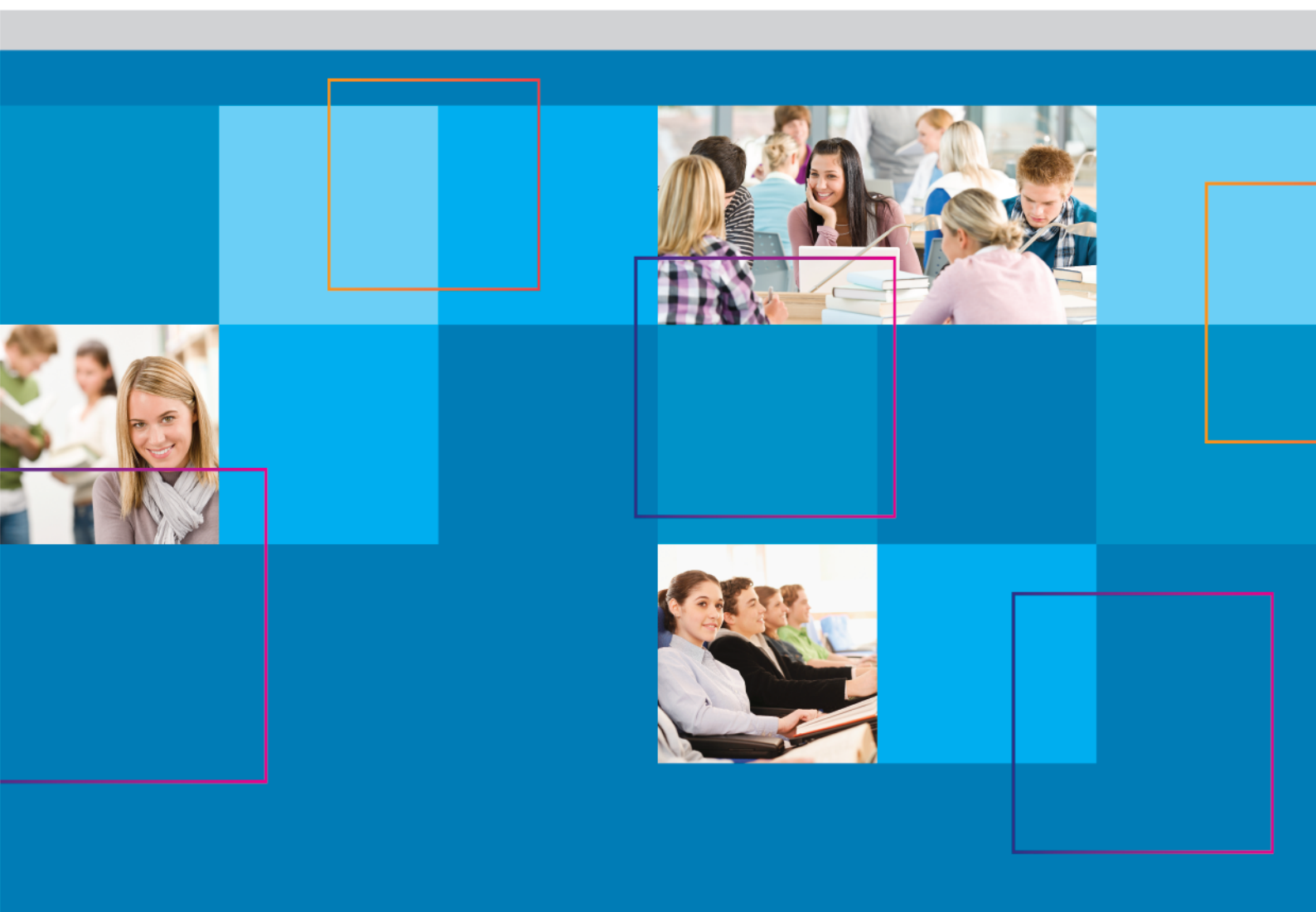


REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR

# CITESOP

PUBLICAÇÃO DE ARTIGOS CIENTÍFICOS



ISSN 2317-6598

CENTRO TÉCNICO-EDUCACIONAL SUPERIOR  
DO OESTE PARANAENSE

ASSIS CHATEAUBRIAND - PR  
2014

**ISSN 2317-6598**

**REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR DO CTESOP**

**PUBLICAÇÃO CIENTÍFICA DO  
CENTRO TÉCNICO-EDUCACIONAL SUPERIOR DO OESTE  
PARANAENSE  
CTESOP**

**ASSIS CHATEAUBRIAND- PR**

**2014**

**CENTRO TÉCNICO-EDUCACIONAL SUPERIOR DO OESTE PARANAENSE  
CTESOP**

**Mantenedora**

**União Educacional Superior do Médio Oeste Paranaense Ltda. – UNIMEO**

**Presidente**

Prof<sup>a</sup>. Anita Politi Begosso

**Diretor Pedagógico**

Prof. Fabrício Jacob Begosso

**Revisão das Normas – ABNT**

Prof<sup>a</sup>. Ms. Sandra Mara Ricci Pocai

**Revisão Ortográfica**

Prof<sup>a</sup>. Ms. Paula Fabiane Souza Queiroz

Prof<sup>a</sup>. Ms. Sandro Bochenek

**Revisão da Língua Inglesa**

Prof<sup>a</sup>. Evelyne Madeira Daltoé

**Capa**

Agência Prop

**Informática**

Prof<sup>a</sup>. Ms. Fabiany Politi Begosso Alves

Filósofo Esp. Romério Gomes Mariano

**Organização Geral**

Prof<sup>a</sup>. Ms. Sandra Mara Ricci Pocai

### **CONSULTORES AD HOC**

Prof<sup>a</sup> Ms. Cinara Kottwits Manzano Brenzan  
Prof<sup>a</sup> Esp. Maria Silvana Alves cesar  
Prof<sup>a</sup> Ms. Marli Secchi de Lima  
Prof<sup>a</sup> Ms. Tânia Regina Casado Vaz Carvalho

### **UNIMEO – União Educacional do Médio Oeste Paranaense Ltda.**

Av. Brasil, 1441 – Jardim Paraná  
Assis Chateaubriand - Pr - CEP 85.935-000  
[www.ctesop.com.br](http://www.ctesop.com.br)

R454 Revista Científica Multidisciplinar do CTESOP. n 4, Assis Chateaubriand,  
PR : UNIMEO/CTESOP,2014, p. 67

Publicação Científica do Centro Técnico Educacional Superior do  
Oeste Paranaense – CTESOP.

Anual  
ISSN 2317-6598

1. Legislação Ambiental - Jesuítas - Paraná -Brasil. 2. Linguagem publicitária .3. Psicologia –  
afetividade cognitiva.4. Administração - metodologia Kaizen .5.Enfermagem - câncer de mama. 6. Agricultura  
familiar - feirantes de Assis Chateaubriand – Paraná – Brasil. 7.Periódicos. I. Ctesop.

( 21.ed) CDD: 341.34798162  
659.1014  
155.413  
658.562  
610.73  
338.98162

Bibliotecária: Cecília Inês Bruxel - CRB 9/1098

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>AFETIVIDADE E COGNIÇÃO: A UNIÃO QUE DÁ CERTO .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>A IMPORTÂNCIA DE FAZER USO DE UMA METODOLOGIA DE APLICAÇÃO<br/>PARA INSERÇÃO DO KAIZEN DENTRO DE UMA ORGANIZAÇÃO .....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>FATORES ASSOCIADOS AO CÂNCER DE MAMA .....</b>   | <b>23</b> |
| <b>IDENTIFICAÇÃO DAS CONFORMIDADES E DESCONFORMIDADES QUANTO A<br/>LEGISLAÇÃO AMBIENTAL E FLORESTAL PRESENTES NA PROPRIEDADE ARCA<br/>DA ALIANÇA EM JESUÍTAS PARANÁ .....</b> | <b>31</b> |
| <b>LINGUAGEM PUBLICITÁRIA, RECURSOS LINGUÍSTICOS E ARGUMENTAÇÃO .</b>   | <b>43</b> |
| <b>PERFIL SOCIOECONÔMICO E TECNOLÓGICO DOS AGRICULTORES FEIRANTES<br/>DE ASSIS CHATEAUBRIAND, PR.....</b>   | <b>55</b> |

## AFETIVIDADE E COGNIÇÃO: A UNIÃO QUE DÁ CERTO

**LOPES, Maria de Fátima Pegoraro**

Pedagoga/CTESOP. Especialista em Sociedade Inclusiva e Educação Especial/CTESOP. Psicopedagogia/CTESOP. Alfabetização e Matemática. Professora dos Municípios de Toledo e Assis Chateaubriand - PR.

**MANTOVANELLI, Maurício**

Psicólogo. Clínico Especialista em Tratamento Clínico pela Universidade Estadual de Maringá (UEM) Especialista em Filosofia e Psicanálise pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), docente do curso de Psicologia da PUCPR/Toledo no período entre 2009 e 2011.

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é mostrar a necessidade e a importância da relação afetiva entre professor e aluno, pois a aprendizagem não ocorre de forma satisfatória se houver ausência do afeto. A cognição e a afetividade não são elementos separados e opostos. O ser humano é um todo, desta forma não tem como descartar a afetividade nas relações escolares. Ela é importante para o aluno tanto para sua vida pessoal quanto social. Tendo em vista que o ser humano é um ser biopsicosocial. Para a elaboração deste artigo, foi empregada a pesquisa bibliográfica por meio de estudos de diversos autores contemporâneos e históricos que defendem a afetividade como importante recurso para uma aprendizagem significativa.

**Palavras-chave:** Afeto. Inteligência. Aluno. Aprendizagem.

**ABSTRACT:** The aim of this work is to show the need and the importance of having an emotional relationship between the teacher and the student, because learning does not occur in a satisfactory manner without the presence of warmth. Cognition and affection are not separate and opposites elements. The human beings is a whole and works as a whole, so it cannot get out of the affective side at school. It is important for the student throughout life, both personal and social. Considering that human beings is a biopsychosocial being. To prepare this article we used the literature search through studies from different historical and contemporary authors that consider the affection as an important resource for meaningful learning.

**Keywords:** Affection. Intelligence. Student. Learning.

---

### Introdução

Ser professor na atualidade é exercer uma influência significativa na formação do ser humano. É ser agente de transformação, e ser regente de ações construtivas para o desenvolvimento, é ser personagem ativo no processo de educar, é fazer com que os alunos tomem consciência do saber e da cidadania.

Para que isso aconteça é necessário pensar na importância da afetividade, pois ela exerce uma generosa influência nesse processo e, muitas vezes, acaba se perdendo no dia a dia da educação. Por isso, é importante que o professor observe

e interaja com os alunos de forma direta, pois quando ele não compreende que existe esse universo emocional, a educação começa a se perder.

As emoções atribuem um colorido novo ao aprender quando se manifesta sob a forma de afetividade do professor com o aluno, quando ele sente que é bem-vindo e estimado e também quando os conteúdos pedagógicos são atrativos. Deste modo, a afinidade entre professor e aluno passa a ocorrer em um contexto de empatia, o que ajuda muito a criança a despertar o aprendizado em si.

Assim sendo, neste artigo propõe-se colocar o foco na educação afetiva, partindo do princípio de que aliar educação ao afeto pode ser a fórmula para a abertura de novos horizontes nas salas de aula, recriando o significado do conceito de educar.

### **Educação com afeto**

[...] como professor preciso estar aberto ao gosto de querer bem aos educandos e à própria prática educativa de que participo. Esta abertura ao querer bem não significa, na verdade, que, porque sou professor me obrigo querer bem a todos os alunos de maneira igual. Significa, de fato, que a afetividade não me assusta, que tenho de autenticamente selar o meu compromisso com os educandos, numa prática específica do ser humano. Na verdade, preciso descartar como falsa a separação radical entre “seriedade docente” e “afetividade”. Não é certo, sobretudo do ponto de vista democrático, que serei tão melhor professor quanto mais severo, mais frio, mais distante e “cinzento” me ponha nas minhas relações com os alunos, no trato dos objetos cognoscíveis que devo ensinar. (FREIRE, 1996, p.159).

O afeto é essencial para a formação da personalidade e do caráter do aluno e é parte importante para ajudar a criança a compreender melhor suas próprias emoções. A separação razão/emoção permaneceu por séculos na história da Filosofia e da Ciência, e mesmo a Psicologia, durante décadas, estudou separadamente os processos cognitivos e afetivos, até perceber que estes fenômenos são realidades inseparáveis.

Moreno, et al. (1999, p. 15) insistem, afirmando que: [...] “os aspectos cognitivos e afetivos da personalidade não constituem dois universos opostos. Não há nada que justifique voltar-se a educação para somente um deles, excluindo o outro”. Assim sendo, é essencial trazer para a educação a afetividade, infelizmente

recusada por alguns professores no cotidiano escolar e excluída das atividades de compreensão e construção do conhecimento.

A afetividade deve ser prática diária na vida do educador, pois a aceitação do aluno e o apoio dado a ele facilitam o caminho na direção do sucesso, a alcançar os objetivos educativos, tornando a arte de aprender mais envolvente e causando um efeito bastante positivo, neste processo de aprendizagem.

A escola além de preparar o aluno para o aprendizado, também tem o papel de trabalhar a afetividade do aluno de modo inteligente, cultivando as boas relações e permitindo um desenvolvimento de forma integral.

O professor que valoriza a afetividade no contexto escolar cumpre seu trabalho com nitidez de objetivos, com equilíbrio e discernimento e o faz com a finalidade de cooperar para que a escola seja uma instituição motivadora, pronta a educar pessoas conscientes e afáveis, combinando informações que os auxiliará tanto na escola quanto fora dela.

O grande pilar da educação é sem dúvida a habilidade emocional, pois não é possível desenvolver habilidade cognitiva e social, sem que a emoção seja trabalhada. Para Chalita (2001), as pessoas necessitam cada vez mais de afeto, pois a vida corrida e repleta de dificuldades faz com que sejam esquecidos os valores mais simples como afeto e partilha, valorizando apenas os bens materiais.

Portanto, o afeto é essencial para o desenvolvimento da personalidade e do caráter, ele ajuda o ser humano a compreender melhor suas próprias emoções. A afetividade deve ser prática cotidiana na vida do educador, pois a aceitação e o apoio ao aluno facilitam o caminho na direção aos objetivos educativos, fazendo com que o conhecimento chegue a ele de forma mais envolvente e positivo.

### **Através do afeto, buscando uma escola diferente**

Partindo do entendimento de que ensinar é fazer a pessoa sair de dentro de si e integrar-se com a sociedade na qual está inserido, participando com cidadão consciente de seus direitos e deveres, vê-se que não é somente mudar as escolas ou os professores em si, é necessário também haver uma reeducação no sistema escolar.

É preciso pensar num sistema educativo que não separe razão e emoção, cognição e afetividade, e que desfaça a concepção que somente o desenvolvimento



cognitivo e racional tem lugar de destaque na educação, deixando os aspectos emocionais e afetivos a um segundo plano.

Infelizmente, hoje em dia, os currículos escolares trabalham puramente o cognitivo, ou as disciplinas isoladas uma das outras, acabam assim priorizando somente o aspecto cognitivo, esquecendo o afetivo. É importante que as disciplinas sejam trabalhadas de maneira transversal e interdisciplinar, incorporando os conteúdos tradicionais e também os relacionados à dimensão afetiva.

A afetividade na educação leva as pessoas a se conhecerem e a compreenderem melhor suas próprias emoções e as emoções das pessoas com quem interagem no dia a dia.

### **Considerações finais**

Percebeu-se no trabalho que para falar em uma sociedade escolar mais justa e solidária é fundamental refletir sobre o valor que o afeto tem nas relações escolares e no dia a dia. “A boa educação é aquela que promove gostosamente a diferença humana, preparando para a vida”. (MENEZES, 2000, p.13).

Nesta perspectiva, constata-se que a afetividade e a educação não podem ser separadas para que a aprendizagem ocorra de maneira significativa. A afetividade influencia a forma que os indivíduos resolvem seus conflitos. Assim se os alunos tiverem um bom apoio psíquico, será mais fácil assumir o papel de organizar as ações e reações.

O professor que sabe a importância e o valor da afetividade exerce seu trabalho com clareza, com equilíbrio e discernimento e o faz com a finalidade de colaborar para que a escola seja uma instituição motivadora, pronta a educar pessoas conscientes e afetuosas.

### **REFERÊNCIAS**

CHALITA, Gabriel. **Educação: a solução está no afeto**. São Paulo: Gente, 2001.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

MENEZES, Luís Carlos. **Os novos rumos da educação**. Revista Impressão Pedagógica. Campinas. São Paulo: Gráfica Expoente. v.9.n.21. mar/abr., 2000.

MORENO, Monserrat et al. **Falemos de sentimentos: a afetividade como um tema transversal**. São Paulo: Moderna, 1999.

## A IMPORTÂNCIA DE FAZER USO DE UMA METODOLOGIA DE APLICAÇÃO PARA INSERÇÃO DO KAIZEN DENTRO DE UMA ORGANIZAÇÃO

**MAFFEI, Alexandro**

Mestrando do Programa de Pós Graduação em Engenharia Mecânica (UPF).

**ESPANHOL, Darlex**

Bacharel em Administração (FAI)

**TRINDADE, Sergio Carvalho**

Bacharel em Ciências Contábeis, Bacharel em Direito e Mestre em Direito.

**Resumo:** Este estudo veio demonstrar a suma importância do uso pelas organizações da ferramenta japonesa *KAIZEN*, e a necessidade de se criar uma metodologia que dê continuidade e suporte à ferramenta, tendo em vista que essa metodologia é única de cada empresa, já que toda organização tem sua própria identidade organizacional. Metodologia essa que irá ajudar na condução das mudanças de hábitos, costumes, pensamentos e atitude de todas as pessoas envolvidas em função dos objetivos gerais da organização, tais como redução de desperdícios e geração de uma maior lucratividade, entre outros benefícios. Ganhos esses que vêm sendo comprovados na empresa em análise, confirmando a real e promissora importância do uso dessa metodologia aliada a ferramenta *KAIZEN*, sendo comprovadas por meio dos retornos positivos frente ao faturamento e resultados lucrativos.

**Palavras-chave:** *Lean manufacturing*. *Kaizen*. Metodologia. Processos. Pessoas.

**Abstract:** This study has demonstrated the main importance of the using by the tool organization, named the *KAIZEN*, and the need to create a methodology that gives continuity and tool support, since this methodology is unique to each company and every organization has its own organizational identity. This methodology will assist in leading the changes in habits, customs, thoughts and attitude of all the people involved in function of the general objectives of the organization, such as reducing waste and generating greater profits and other benefits. These gains that have been proven in company analysis proving the real and promising importance of using this methodology combined with *Kaizen* tool, which have been proven through positive returns against the billing and profitable results.

**Keywords:** *Lean Manufacturing*, *Kaizen*, Methodology, Process, People.

### INTRODUÇÃO

O mercado está cada vez mais competitivo e com isso os clientes visam cada vez mais obter preços baixos. Estes estão mais exigentes quanto à qualidade para adquirir diversos produtos. A tendência é que as empresas preocupadas com essa demanda mais seletiva e com maior competitividade, busquem métodos e ferramentas que possibilitem essa melhora nos valores e na qualidade de seus serviços e produtos. Estes meios, por sua vez, quando aplicados, tendem a reduzir ou eliminar os desperdícios no processo fabril, desde as atividades da alta gerência aos procedimentos de produção, como operação de máquinas, entre outros.

Existe uma grande variedade de ferramentas disponíveis que visam melhorar processos e reduzir gastos desnecessários. A melhora contínua pode ser considerada, sendo tangível: como uma melhora de *layout*, um melhor aproveitamento de espaços, aprimoramento em produtos e qualidade; ou intangível:

como, por exemplo, uma melhor ergonomia dos colaboradores nos processos de produção.

Entre os diversos instrumentos para melhora de processos, se destaca a ferramenta do *Lean Manufcturig*, o *KAIZEN*. A principal teoria dessa ferramenta é “hoje melhor do que ontem e amanhã melhor do que hoje”.

Segundo Martins e Laugeni (2005), o termo *Kaizen* é formado a partir de *KAI*, que significa modificar, e *Zen*, que significa para melhor. O método *Kaizen* foi inserido na administração a partir de 1986, por Massaki Imai, e associa-se ao sentido de uma melhora contínua tanto nas organizações como na vida social.

No entanto, a metodologia de aplicação de qualquer ferramenta deve ser clara, e levar a um resultado final eficaz para a organização, caso contrário acarretará em perdas e prejuízos. Muitas organizações se beneficiam de meios de melhorias e reduções de desperdícios, dando início à inserção dessas ferramentas no ambiente empresarial. No entanto, como o início da aplicação de um método, a constante manutenção do mesmo se faz necessário, para que o resultado seja contínuo. Diversas empresas após aplicarem uma ferramenta não sabem como lidar com as técnicas, recursos e métodos para os próximos dias após adotarem a inclusão da mesma em sua cultura.

Nesse ponto que o trabalho tem seu aprofundamento, na falta que muitas empresas se deparam de uma metodologia contínua, que suporte a implementação após a aplicação de uma ferramenta como o *kaizen*, e os demais métodos existentes atualmente, todos com objetivo de aperfeiçoamento de diversos processos de uma organização.

#### A importância da utilização de uma metodologia para implantação do kaizen no âmbito organizacional

Atualmente, nos deparamos com uma enorme gama de ferramentas disponíveis para auxiliar no sucesso de uma organização. Ferramentas essas que podem ser aplicadas para redução de custos, melhoria do clima organizacional, melhor qualidade de trabalho, enfim, nas mais diversas áreas. Podem ser citadas como exemplo, algumas ferramentas que constituem o *Lean Manufacturing*, (mais conhecido no Brasil como Manufatura Enxuta), sendo elas o 5S, *Kaizen*, *Poka Yoke* entre outros.

Segundo Ceryno e Possamai (2008), *Lean Manufacturing* ou Produção Enxuta são meios e processos que têm como foco atuar nas atividades eliminando desperdícios. Sendo considerado desperdício ações que não agregam valor, e valor feito à definição com base na perspectiva do cliente.

Complementando os autores acima, Womack e Jones (1998) expõem que a produção enxuta visa diagnosticar e eliminar desperdícios nos processos produtivos, definindo desperdício como uma atividade que consome recursos e não gera valor e lucro. Entre os diversos desperdícios, os principais podem ser destacados como: superprodução, tempos de espera (de pessoas e/ou equipamentos), transporte excessivo de materiais, processos inadequados, erros que exijam retificação, inventário desnecessário, movimentação de pessoas, etc.

Essas ferramentas são chaves para o sucesso de uma organização e são consagradas pelas empresas que a utilizam. No entanto, a grande maioria das organizações não alcançam as metas desejadas após uso dessas ferramentas. Isso se deve, porque após a inserção das mesmas no âmbito organizacional, os resultados dessas inserções acabam por permanecer estagnados.

A ferramenta para resultar em lucratividade necessita de motivação, precisa de envolvimento, de metodologia coerente e contínua para estar explorando assim todo o poder que a mesma pode exercer na organização. Sem uma metodologia de aplicação, os resultados serão pífios, ou não irão atingir as metas almejadas. As empresas, então, devem buscar uma boa estruturação para, assim, usufruir de toda a força de uma ferramenta.

Um exemplo de uma metodologia de aplicação é a que a empresa Caso Ltda, (organização em estudo) faz uso. Para a inserção do *kaizen* no âmbito organizacional, a Caso Ltda. utiliza uma gama de métodos para dar continuidade aos bons resultados, provenientes da ferramenta de melhoramento contínuo.

O *kaizen* é uma ferramenta conhecida no mudo inteiro pela sua eficácia em aperfeiçoar processos com baixo ou nenhum investimento. No entanto, muitas empresas não têm consciência do poder dessa ferramenta, ou, se sabem, o conhecimento geralmente é centralizado nos cargos gerenciais.

Para Imai (1986), *kaizen* significa melhoria contínua. Mais do que isto, significa continuar melhorando na vida pessoal, da vida no lar, na vida social, na vida

profissional. Quando aplicado ao local de trabalho, *kaizen* significa melhoria contínua envolvendo a todos, desde gerentes até funcionários por igual.

A ferramenta de melhora contínua não exige necessariamente um grande investimento financeiro, e nem aplicação de tecnologias avançadas e técnicas sofisticadas. Procura sim técnicas e meios simples e convencionais que atuam no melhoramento de diversos processos. Como por exemplo, uma melhora em uma máquina ou *layout* de trabalho, com o objetivo de reduzir desperdícios de tempo e movimentação.

Conforme Briaes (2005), a filosofia *kaizen* é uma ferramenta focada na eliminação de desperdícios, com uso de soluções econômicas que têm como base a motivação e criatividade dos colaboradores para o aperfeiçoamento das diversas atividades.

A Caso Ltda. foi fundada em 2007 e busca, como qualquer organização, lucratividade. Seus processos e métodos são focados para que os desperdícios e custos sejam reduzidos. O *kaizen* compreendido como ferramenta já era conhecido desde a criação da empresa pelos cargos alto administrativos (diretores e gerentes), no entanto, sua disseminação entre todos os colaboradores da organização não era feita antes da implementação de uma metodologia.

Não havia um incentivo ou metas estabelecidas para estar quantificando melhorias. Os colaboradores, então, não tinham conhecimento da ferramenta e nem pensavam em melhoramento contínuo. O que era melhorado era resultante de um conhecimento isolado e não era motivado aos demais colaboradores a atuarem buscando a melhoria frente às suas atividades.

Na organização, quando havia a necessidade de aprimorar um processo resultando em uma redução de custos ou maior lucratividade, ganho de espaço, redução de movimentação entre outras, a ação para essa melhora era tomada. No entanto, não existia uma comunicação e motivação para que os colaboradores fizessem das melhoras um hábito rotineiro.

Os gestores da empresa em estudo tinham consciência da necessidade de fazer com que os funcionários colaborassem com ideias para o melhoramento da organização. E que essas ideias poderiam estar melhorando em muito o processo fabril, ou ambiente de trabalho. No entanto, devido à falta de aplicação da

ferramenta e de uma metodologia, os resultados eram pífios e o *kaizen* se tornava uma ferramenta praticamente obsoleta.

Frente a esse cenário, os diretores da empresa, visando aprimorar os processos das fábricas, começaram a participar, em meados de 2010, de eventos que promoviam a importância do pensamento enxuto. Esses eventos tinham como foco a utilização da ferramenta *kaizen* no âmbito organizacional.

Com exemplos de empresas tendo a implementação da ferramenta já sendo consagrados como um sucesso, a diretoria da empresa Caso Ltda. e filiais buscou fazer uso da ferramenta e da base da metodologia já utilizada por uma dessas empresas. E a partir de 2011, a empresa Caso Ltda. começou a fazer uso de uma metodologia estruturada para dar suporte à inserção da ferramenta na organização. Este método buscou ter como principal meta mudar a cultura da organização, utilizando meios motivacionais, meios de comunicações, entre outros.

Os colaboradores da organização não tinham conhecimento de que se tratava essa ferramenta de melhora contínua. Com isso, a empresa percebeu a necessidade de fazer com que o *kaizen* e seu pensamento de aprimoramento contínuo se tornasse uma ferramenta de uso diário de seus funcionários. Buscando, assim, uma gama de métodos para fazer com que o *kaizen* viesse a se tornar um modo de pensar, agir, e fosse parte da cultura da organização.

Entre os diversos métodos utilizados, o treinamento foi um primeiro passo para apresentação do *kaizen* a todos os colaboradores da organização. Este treinamento foi aplicado de forma clara e objetiva, demonstrando a importância de estar buscando a melhora do ambiente de trabalho, com foco no melhoramento contínuo. O treinamento foi aplicado a toda a organização, tendo uma periodicidade anual, renovando sua importância e entendimento.

O Gerente da organização quando entrevistado salientou que os funcionários precisam, antes de tudo, entender o que é *kaizen*, o que se espera da ferramenta, e quais os resultados podem ser alcançados com o uso da mesma. Demonstrando a todos que a melhoria resultará em métodos mais seguros e em uma melhor e maior produtividade.

Contudo, o treinamento visa, antes de tudo, dar um fundamento teórico e exemplos práticos de *kaizen*, importância e necessidade que os mesmos sejam feitos. A empresa Caso, em parceria com suas filiais, buscou transcender as

informações no treinamento de forma clara e objetiva, visando ao melhor entendimento dos seus colaboradores. Para isso, focou nos principais objetivos do *kaizen* para a organização, que são: O entendimento do que é *kaizen*; A utilização do *kaizen* como uma forma de mentalidade, e filosofia de vida; Reduzir e eliminar os sete principais desperdícios.

O treinamento foi essencial para que o Desafio *Kaizen* fosse criado e os colaboradores se sentissem motivados a atuarem nas atividades com foco nas melhorias contínuas.

A empresa, tendo como exemplo organizações que já utilizavam o *kaizen* e obtinham sucesso com o uso de uma metodologia, elaborou um método para dar suporte à implementação da ferramenta.

Essa metodologia é chamada pela Caso Ltda. de “Desafio *Kaizen*”. Ela une diversos meios, como motivação, comunicação, metas e premiações. Tem como objetivo fazer com que o pensamento de melhoria contínua seja aplicado por todos dentro da empresa e se torne parte da cultura organizacional.

Segundo Tamayo e Paschoal (2003), uma estrutura motivacional busca adequar as ações de uma organização ao perfil motivacional dos colaboradores.

O Desafio *kaizen* foi elaborado para ser um programa motivacional de apoio ao *kaizen*. Se tornando um incentivo para todos os colaboradores na participação com ideias, sugestões, estudos e melhoras em todo o processo da empresa. Este programa consiste na criação de competições internas, em que equipes pré-estabelecidas busquem juntas a implementação de ideias e estudos, melhoras em processos, maior produtividade, qualidade, segurança, entre outros.

Para entendimento, o Desafio *Kaizen* é estruturado por:

- Critérios: Utilizado para definir quantidade de participantes por equipes, divisão dos grupos, entre outros;
- Processo: Definindo como deve proceder todo o desafio, registro de melhorias realizadas, líderes e etc...;
- Responsabilidades: Buscando distribuir a todos responsabilidades, para que toda a empresa esteja comprometida e motivada em alcançar maiores metas;
- Comissão julgadora: Cabendo a essa a elaboração dos critérios de julgamento e forma de alcance das metas estabelecidas;

- Premiação: A premiação referente ao desafio *kaizen* comporta duas etapas. Uma etapa sendo feita dentro da Caso Ltda. com prêmios mensais como vales, e anuais como viagens culturais, e outra etapa sendo a premiação anual entre todas as empresas do grupo no Brasil.

O programa Desafio *kaizen* se tornou uma espécie de gincana, em que os colaboradores competem entre si para alcançar as metas estabelecidas e receber as premiações propostas. Para que o programa se torne eficaz, trabalhar continuamente com a motivação dos colaboradores se torna essencial.

Conforme Bergamini (1997), a motivação age como uma força que encaminha o indivíduo a realizar suas vontades e necessidades. A motivação nas atividades desempenhadas e trabalho levam os recursos humanos, além de procurar a realização pessoal, também o cumprimento dos objetivos da empresa. Com o suprimento das necessidades do colaborador, o foco e atenção se direcionam para outras finalidades e objetivos.

Esta definição de Bergamini descreve a importância de estar motivando as pessoas, para que assim as mesmas quando motivadas participem ativamente das atividades desenvolvidas pelo programa.

## **APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

Segundo o gerente da empresa, em entrevista feita para o estudo em questão, relata que quando o funcionário faz uma melhoria na empresa e é reconhecido por isso, se torna uma pessoa motivada. Assim, o funcionário entende que faz parte da empresa e sua atividade e trabalho serão melhores, com maior segurança, e de forma mais produtiva.

Além do reconhecimento do colaborador frente a um *kaizen* feito pelo mesmo, as premiações mensais e anuais, são exemplos de motivações que levam os colaboradores a atingirem as metas definidas pela organização.

Outro fator que é importante para o sucesso dessa metodologia, é a disponibilidade de um tempo determinado para a realização das atividades do programa. Atividades como reuniões com os grupos, a busca pelo estudo de uma possível melhoria entre outras. Pois, quando o funcionário tem um espaço para opinar e discutir com seus colegas de grupo sobre possíveis melhorias, o número de



*kaizens* aumenta ligeiramente. Com essa disponibilidade de tempo as ideias não apenas surgem como são colocadas em prática.

A motivação, unida com metas pré-estabelecidas, faz com que os funcionários da empresa Caso Ltda. busquem atingir os objetivos almejados pela organização. Conforme Puri (2000), o alcance das metas pré- estabelecidas é um dos principais pré-requisitos para a felicidade de um grupo ou pessoa em particular, induzindo a motivação.

Para a criação e definição das metas do desafio *kaizen*, segundo entrevista com o gerente da organização, foi compreendido que cada funcionário tem possibilidade de contribuir com a melhora do seu ambiente de trabalho. E querem ajudar a empresa a ser mais próspera e crescer com a mesma. Foi entendido também que todo colaborador tem algum conhecimento que pode ser trabalhado para uma melhora de alguma atividade ou processo dentro da organização.

Com a criação do Desafio *Kaizen* e implantação deste no ano de 2011, foram definidas que as metas iniciais do programa seriam de 1,5 *kaizen* por pessoa. Assim, a meta total da empresa que é composta por um quadro de noventa e cinco colaboradores seria de aproximadamente cento e quarenta e dois *kaizens* por pessoa.

No encerramento do desafio *kaizen* do ano de 2011, verificou-se que as metas estabelecidas foram superadas, e que os funcionários poderiam alcançar metas ainda maiores. Com isso, nos anos de 2012 e 2013 foi definido que cada colaborador teria que alcançar a meta de três *kaizens*, totalizando duzentos e oitenta e cinco melhorias implantadas na organização, já que a empresa em estudo possui 95 funcionários.

Destes três *kaizens* por pessoa, um tem que ser copiado. Este deve ser copiado de outra empresa do grupo a qual a empresa Caso Ltda. faz parte. Para que isso ocorra, é disponibilizado no site interno de lançamento dos *kaizens* todas as melhorias criadas e implantadas por todas as empresas do grupo. Facilitando o compartilhamento das melhorias contínuas entre todas as empresas que participam do Desafio *Kaizen* e disseminando, assim, em todas as empresas do grupo as melhorias contínuas realizadas.

Para que as metas pré-estabelecidas fossem atingidas e os colaboradores buscassem esses objetivos junto da empresa, o *kaizen* se tornou um dos

indicadores do quadro de metas do PPR – Programa de Participação dos Resultados.

O PPR tem diversos indicadores que visam fazer com que os funcionários busquem cada vez mais atingir e superar as metas estabelecidas pela empresa, ganhando uma maior recompensa frente aos resultados alcançados.

A cultura de uma empresa pode ser definida como a identidade da mesma e como esta se adéqua ao ambiente em que se encontra. Segundo Chiavenato (1999), a cultura é o que estabelece a missão e provoca o surgimento e a definição dos objetivos da empresa.

A Caso Ltda., atenta à importância que o *kaizen* obtém e com o entendimento que o sucesso da implantação dessa ferramenta estaria atrelada a uma mudança na cultura da organização e das pessoas, buscou trabalhar fortemente para que o conceito de melhoria contínua fosse entendido e aplicado a todos no âmbito organizacional.

Após compreendida a principal finalidade do *kaizen* pelos colaboradores, que é melhorar continuamente, o programa alavancou diversas ideias e oportunidades de melhoria no âmbito organizacional. Desde pequenas ideias que por implantação tinham pouco impacto nos processos, a outras ideias que depois de implantadas reduziam enormes desperdícios, gerando assim maiores lucros para a organização.

O registro de um *kaizen* implantado na empresa Caso Ltda., somente começou a ser realizado junto à implantação do programa Desafio *Kaizen*. No ano de 2010 as melhorias eram realizadas, no entanto, não havia meta preestabelecida, nem padronização de realização de *kaizen*.

O gráfico 1 abaixo demonstra com dados obtidos pelos relatórios da empresa em estudo, a evolução no alcance das metas como quantidades de *kaizens* realizados na empresa. Compreendendo os anos 2010, 2011 e 2012.

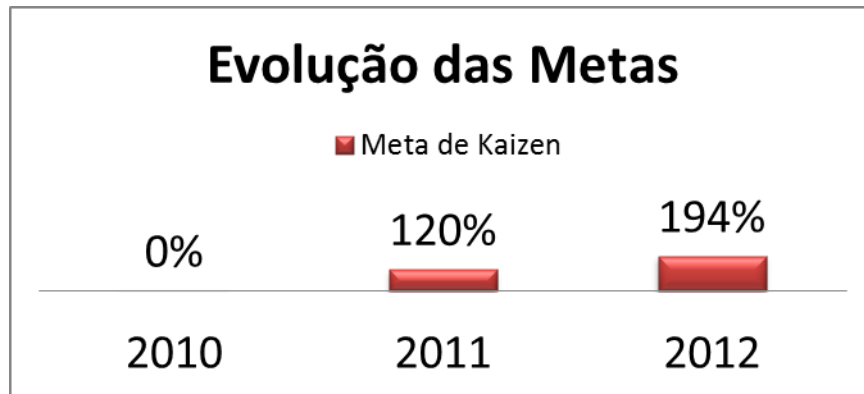


Gráfico 1: Evolução das Metas

Fonte: Empresa em estudo.

Complementando o gráfico 1, abaixo será apresentado o gráfico 2, contendo a quantidade de *kaizens* realizados e registrados na empresa nos anos de 2011 e 2012.

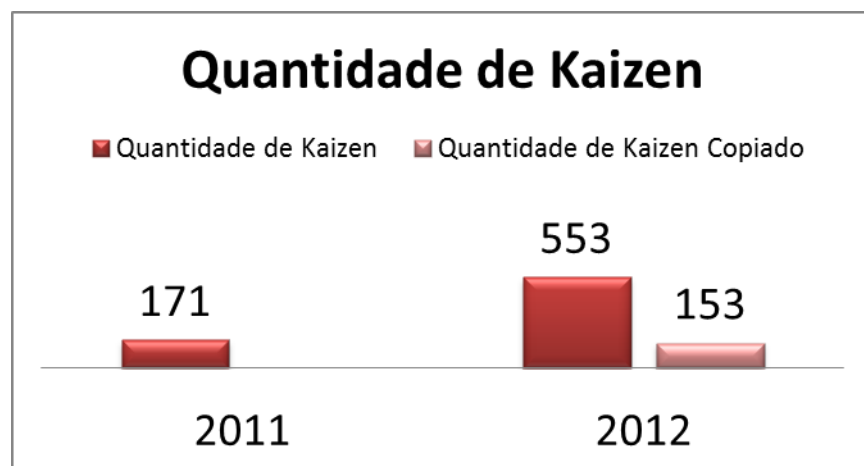


Gráfico 2: Quantidade de Kaizen

Fonte: Empresa em estudo

O gráfico 2 demonstra em números a quantidade de *kaizen* totalizados pela empresa Caso Ltda, entre os anos de 2011 e 2012. No ano de 2012, foi definida a meta de um *kaizen* copiado por pessoa. Essa meta que era de noventa e cinco *kaizens* foi ultrapassada, sendo atingida em 146% de melhorias implantadas copiadas.

Esse levantamento de melhoras comprova que o uso da metodologia Desafio *Kaizen* foi primordial para que as metas fossem superadas, vindo ao encontro da definição de Imai (1986) que direciona o *Kaizen* não somente como

uma ferramenta de melhoria contínua dos processos das empresas, mas sim como uma filosofia de vida para todos aqueles que têm a compreensão da sua importância.

Dessa forma, o *Kaizen* ou melhoria contínua, deve ser uma proposta de vida, já que as pessoas trabalham, estudam e buscam constantemente por melhores condições de vida, sejam melhores empregos ou salários, melhorar seu conhecimento e o seu próprio crescimento.

O ambiente profissional, tal como o social, está em constante mudança, assim a filosofia de vida *kaizen* pode ser usada para que todos se tornem mais adaptáveis a estas mudanças e busquem estar melhorando continuamente o ambiente ao qual vivem.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A pesquisa na Caso Ltda. demonstra que é de extrema importância que as organizações estejam munidas de metodologias, para dar continuidade ao sucesso frente a implementação de uma ferramenta no âmbito organizacional. Pois, com isso, os resultados podem ocorrer de forma contínua e satisfatória.

O estudo proposto por este trabalho ressaltou a real necessidade das empresas buscarem conhecer, e fazer uso das ferramentas disponíveis no mercado, visando à redução dos desperdícios causados pelos processos produtivos e melhora dos mesmos. Com a utilização dessas ferramentas, as organizações podem conquistar um ambiente organizacional mais seguro e motivador a todos os seus. Nos dias atuais, com um mercado altamente competitivo, fazer uso de ferramentas e meios que tem como foco a melhoria dos processos da organização e redução de desperdícios, significaram importantes diferenciais competitivos para a empresa frente as suas concorrentes e que são vitais para o posicionamento no mercados.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo demonstra-se de grande importância para os administradores e estudiosos da área, pois detalha o exemplo de uma metodologia de aplicação que resultou para a organização um ambiente mais seguro, com reduções nos

desperdícios e tornou os seus funcionários mais motivados. Contribuindo, assim, com o melhoramento contínuo da empresa e com a maior retenção da mão de obra.

O trabalho em questão diagnosticou que a empresa em estudo, após a implantação de uma metodologia para dar suporte ao *kaizen*, obteve maior lucratividade, maior produtividade e qualidade. Conforme afirmação do gerente da empresa em estudo, a organização reduziu seu quadro de funcionários após a implantação do “Desafio *kaizen*”. No entanto, sua qualidade e produtividade não diminuiu. Isso se deve às melhorias implantadas nos processos produtivos.

O entendimento dos colaboradores da organização sobre a importância do *kaizen* foi resultante da implantação da metodologia do programa. Essa compreensão proporcionou que a empresa mudasse a sua cultura e se tornasse um exemplo em segurança nas suas atividades.

Como a empresa Caso Ltda., as organizações devem ser inovadoras, e elaborar planos e estratégias para que as pessoas, em modo geral, façam uso da criatividade. E, com isso, alcancem os objetivos propostos por uma ferramenta aplicada. Devem também desvincular a imagem que somente a alta gerência é capaz de promover uma mudança. E fazer com que cada colaborador olhe para a sua função e para a empresa, buscando impulsionar a melhoria contínua dos diversos processos existentes no âmbito organizacional.

Além de todos os resultados positivos do uso da metodologia para implantação do *kaizen* na empresa Caso Ltda. destacados nos parágrafos anteriores, foi diagnosticado o entendimento do *kaizen* pelos seus funcionários de não ser somente para o uso fabril, mas sim, uma ferramenta que pode ser utilizada em suas vidas pessoais e na sociedade. Desse modo, buscando a melhoria contínua no meio em que vivem e tornando a ferramenta uma filosofia de vida.

## REFERÊNCIAS

BERGAMINI, Cecília W; CODA, Roberto. **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. 2º ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 4º ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BRAGA, Ana L. Z. *Endomarketing* como fator de motivação e comprometimento de empregados. In: **Temas em administração**. V.3, n.1, Jan./Dez. 2010.

BRIALES, Julio Aragon. **Melhoria contínua através do Kaizen: Estudo de caso Daimlerchrysler do Brasil** – Dissertação Mestrado Universidade Federal Fluminense – Niterói 2005.

CERYNO, Paula; POSSAMAI, Oscar. **Como considerar os princípios do Lean Manufacturing no processo de desenvolvimento de produtos**. XXVIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 13 a 16 de outubro de 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando Pessoas, o passo decisivo para a administração participativa**. 3ª Edição Revisada e Ampliada. São Paulo: Makron Books, 1997.

\_\_\_\_\_. **Administração nos novos tempos**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

GUTH, Sergio Cavagnoli; PINTO, Marcos Moreira. **Desmistificando a produção de testes científicos com os fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Scortecci, 2007.

HINES, P.; TAYLOR, D. (2000) **Going Lean. A guide to implementation**. Lean Enterprise Research Center. Cardiff, UK.

IMAI, Massaki **Kaizen: A estratégia para o sucesso competitivo**. 5º ed. São Paulo: IMAM, 1994.

\_\_\_\_\_. **Kaizen - The Key to Japan's Competitive Success**. 5º ed. New York: Random House, 1986.

JUNQUEIRA, R.P.; SANTA EULÁLIA, L.A. de; OLIVEIRA, R. M. de. **Estudo comparativo sobre as experiências de implantação da Manufatura enxuta em três empresas do setor metal mecânico Brasileiro**. 1º Ed. Bauru: Gepros – Gestão da Produção e Sistema. XI SIMSEP, 2004.

MARTINS, Petrônio Garcia; LAUGENI, Fernando Piero; **Administração da produção**. 2ª Edição. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.

PURI, Subhash. **Gestão da Estabilidade: A arte de manter, motivar e criar desafios para colaboradores**. Tradutora Maria Motta. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

SHARMA, A. MOODY, P. E. **A máquina perfeita: Como vencer na nova economia produzindo com menos recursos**. Trad. Maria Lúcia G. Leite Rosa. 1.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

SÓLIO, Marlene Branca. **Comunicação, psicanálise e complexidade**: abordagem sobre as organizações e seus sujeitos. Caxias do Sul, RS, Ed.. UCS, 2010.

TAMAYO, Alvaro; PASCHOAL, Tatiane. A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador. **RAC**, v. 7, n.4 Out/Dez. 2003.

WOMACK, J. P; JONES. D.T & ROOS, D. **A máquina que mudou o mundo**. Campus. 5º Edição. Rio de Janeiro. 1992

WOMACK, J. P. & JONES, D. T. **A mentalidade enxuta nas empresas**: elimine o desperdício e crie riqueza. 4ª Edição. Rio de Janeiro, 1998.

## FATORES ASSOCIADOS AO CÂNCER DE MAMA

**SILVA, Andressa Michelle da**

Graduação em Enfermagem pela UNIPAR - Universidade Paranaense. E-mail: [andressa\\_michele@hotmail.com](mailto:andressa_michele@hotmail.com). CPF: 016.832.611-60.

**ORTIGARA, Elisangela Panosso de Freitas**

Docente do CTESOP – Centro Técnico-Educacional Superior do Oeste Paranaense. E-mail: [elisangelapfreitas@gmail.com](mailto:elisangelapfreitas@gmail.com). CPF: 005.493.490-73.

**Resumo:** O câncer de mama é a maior causa de morte da mulher brasileira. A doença vem acometendo progressivamente um número maior de mulheres, em faixas etárias cada vez mais novas e com taxa de mortalidade também crescente no País. Este projeto trata-se de uma pesquisa exploratória bibliográfica sobre os fatores associados ao câncer de mama. Apesar dessa gama variável de fatores de risco, o câncer de mama, se quando detectado precocemente, é curável em sua grande maioria e sem grandes sequelas físicas e emocionais para a mulher. O conhecimento dos fatores de risco envolvidos no câncer de mama, em conjunto com o objetivo fatores prognósticos e preditivos, são importantes para a prevenção e diagnóstico precoce, conclusão permitindo tratamento adequado. As variáveis mais detectadas como a falta de atividade física, o tabagismo e a história familiar de câncer merecem a atenção dos profissionais quando da elaboração e implantação de programas educativos, de promoção à saúde e prevenção à doença.

**Palavras-chave:** Câncer de mama. Enfermagem. Saúde da Mulher.

## FACTORS ASSOCIATED TO BREAST CANCER

**Abstract:** Breast cancer is the leading cause of death of Brazilian women. The disease has been committing a progressively larger number of women in age groups increasingly new and mortality also increased in the country. This project is an exploratory research literature on the factors associated with breast cancer. Despite this remarkable range of risk factors, breast cancer, when detected early, is curable and mostly without major physical and emotional aftereffects for women. Knowledge of the risk factors involved in breast cancer, together with the prognostic and predictive factors are important for prevention and early diagnosis, allowing appropriate treatment. The most detected variables identified as lack of physical activity, smoking and family history of cancer deserve the attention of professionals when developing and implementing educational programs, health promotion and the disease prevention.

**Keywords:** Breast cancer. Nursing. Women's Health.

Docente do CTESOP – Centro Técnico-Educacional Superior do Oeste Paranaense. E-mail: [elisangelapfreitas@gmail.com](mailto:elisangelapfreitas@gmail.com). CPF: 005.493.490-73.

## INTRODUÇÃO

O câncer de mama é a detecção da neoplasia maligna que acontece no sexo feminino no Brasil, demonstrando uma incidência estimada para 2003, de 46,35 casos por 100 mil mulheres e 40,41 no Estado do Paraná (SCLOWITZ *et al.*, 2005).



A doença vem acometendo progressivamente um número maior de mulheres, em faixas etárias cada vez mais novas e com taxa de mortalidade também crescente no País. Entre 1979 e 1999, teve aumento de 69% na taxa bruta de mortalidade por câncer de mama no Brasil (5,77 para 9,75 óbitos por 100 mulheres/ano). Dessa forma, foi considerada a maior neoplasia maligna feminina, com mortalidade estimada, para 2003 de 10,40 óbitos por 100 mulheres (SCLOWITZ *et al.*, 2005).

As neoplasias se manifestam atualmente como a segunda causa de morte em mulheres brasileiras, colocando o câncer de mama em primeiro lugar (NOVAES *et al.*, 2006). A neoplasia de importante detecção na saúde pública, principalmente em países desenvolvidos, sendo responsável por mais de 6 milhões de óbitos a cada ano, apresentando cerca de 12% de todas as causas de óbitos no mundo (GUERRA *et al.*, 2005).

A elevação da incidência da neoplasia vem sendo constatada em vários países industrializados ou em fase de industrialização tendo como objeto de preocupação dada a incapacidade tecnológica atual na prevenção da doença. Dessa maneira, as medidas de sua detecção precoce persistem nos instrumentos atuais disponíveis de modificação da história natural do câncer de mama, e assim, de controle de sua letalidade, ampliação da sobrevida e da qualidade de vida das mulheres afetadas (KOIFMAN; KOIFMAN, 1999).

Uma vez detectada a necessidade de prosseguir a investigação ou em casos diagnosticados de câncer de mama a mulher é encaminhada às unidades terciárias (centro de alta complexidade em oncologia), para que o tratamento adequado seja instituído. À medida que tumores de menor tamanho são detectadas, melhores são as taxas de sobrevida e menos mutilante é a abordagem cirúrgica (BRASIL, 2001).

Medidas fisioterápicas são indicadas e quase sempre conseguem reduzir os linfedemas a níveis aceitáveis pela paciente. Há que se garantir que uma vez tratadas as mulheres com câncer de mama, haja um seguimento regular a fim de se acompanhar a evolução de cada caso e adotar as medidas, terapêuticas ou de suporte, são necessárias em casos de recidiva da doença (BRASIL, 2001).

Entre os fatores associados às condutas preventivas do câncer de mama, então o melhor nível socioeconômico, a história da família de câncer de mama e a

história pessoal de biópsia mamária com o resultado benigno. Esses fatores estão relacionados com maiores prevalências de práticas preventivas, conseqüentemente neoplasias mamárias que foram diagnosticadas mais precocemente (SCLOWITZ *et al.*, 2005).

Sendo assim, se faz necessário apresentar o problema de pesquisa que norteou este estudo: Quais são os fatores associados ao câncer de mama apresentados em publicações sobre a temática?

O presente artigo teve como objetivo discutir sobre os fatores associados ao câncer de mama a partir de publicações sobre a temática.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo trata-se de uma pesquisa exploratória bibliográfica sobre os fatores associados ao câncer de mama. Segundo Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como princípio “estabelecer mais familiaridade com o problema, de pesquisa a ser estudado mais explícito suas hipóteses”, sendo o seu planejamento bastante flexível o intuito de tornar casos, envolve levantamento bibliográfico, aplicação de questionários e entrevistas com pessoas envolvidas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Esta pesquisa exploratória visa a forma de pesquisa bibliográfica.

A pesquisa foi realizada em sites de pesquisa como: Lilacs, Bireme e Scielo.

Para a seleção dos artigos foram utilizadas palavras-chave e descritores de saúde de acordo com o temático Câncer de Mama.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Análise e discussão dos resultados para divulgação das pesquisas produzidas.

De acordo com a coleta de dados da Lilacs, Bireme e Scielo foram encontradas tais publicação.

### Quadro 1 – Publicações selecionadas para a análise

| Número | Nome do Artigo  | Periódico                                  | Site            | Ano  |
|--------|---|--|-----------------|------|
| 1.     | Fatores associados ao linfedema em pacientes com câncer de mama | Revista Brasileira Ginecologia Obstetrícia | Lilacs e Scielo | 2011 |
| 2.     | Fatores associados a não realização                             | Caderno de Saúde                           | Lilacs          | 2008 |

|    |  |                                  |               |      |
|----|--|----------------------------------|---------------|------|
|    | da mamografia e do exame clínico das mamas: um estudo de base populacional em Campinas, São Paulo, Brasil                                      | Pública vol. 24                  |               |      |
| 3. | Câncer de mama e fatores associados  | Ciência, Cuidado e Saúde         | <i>Bireme</i> | 2008 |
| 4. | Condutas na prevenção secundária do câncer de mama e fatores associados  | Revista Saúde Pública            | <i>Scielo</i> | 2005 |
| 5. | Fatores associados à realização da prevenção secundária do câncer de mama no Município de Maringá, Paraná, Brasil                              | Caderno de Saúde Pública vol. 27 | <i>Scielo</i> | 2011 |
| 6. | Fatores associados à realização de exames preventivos para câncer nas mulheres brasileiras, Pesquisas Nacional de Amostras Domiciliares (PNDA) | Ciência Saúde Coletiva           | <i>Scielo</i> | 2006 |

Os fatores de riscos são variáveis que interferem diretamente no desenvolvimento de doenças como o câncer. As variáveis mais consideradas em pesquisas de câncer de mama são: idade, hábitos como ser ou não fumantes, prática de exercício físico, obesidade, nível de escolaridade, vida reprodutiva e antecedente familiar.

Segundo Borghesan *et al.* (2008), uma das variáveis mais importantes associadas ao câncer de mama é o fator idade. Algumas pesquisas mostram que a idade elevada, principalmente após os 50 anos é um fator importante, porém existem outros fatores. A idade é um fator importante, pois além das mudanças hormonais que colaboram para o ganho de gordura principalmente abdominal que interferem na presença da doença.

Em um estudo realizado com 80 mulheres, a idade encontrada de mulheres com diagnóstico de câncer foi entre 41 a 60 anos, representando 65 do total de mulheres. Além de que as mulheres com idade acima da idade fértil têm menores habito de realizar exames periódicos (BORGHESAN, *et al.*, 2008).

Um dos fatores que devem ser levados em consideração se a mulher pratica atividade física ou não, se fumante ou não são fatores que interferem diretamente na doença, a pratica atividade ela serve como proteção do câncer e de outras doenças, já o fumo e um agente carcinogênico químico o qual deve ser orientado as pacientes a parar com uso tabaco ou diminuir .Comportamentos relacionados à saúde: prática de atividade física em contexto de lazer pelo menos uma vez por

semana e situação tabágica: e não-fumante incluindo quem nunca fumou e os ex-fumantes (AMORIM *et al.*, 2008).

Os autores acima citados discutem a relação de fatores associados à qualidade de vida como fator de risco para o câncer de mama, dentre eles, a obesidade e ela está associada outros fatores como idade acima de 45 anos, menopausa. A obesidade é fator de risco para várias outras doenças crônicas degenerativas, além do câncer de mama. A associação entre peso corporal, constituição corporal e risco de câncer de mama, entre mulheres na pós-menopausa, tem sido sugerida, sendo a obesidade considerada fator de risco para o desenvolvimento do câncer de mama em mulheres na pós-menopausa, porém, na pré-menopausa, seria um efeito protetor (BORGHESAN *et al.*, 2008).

O baixo nível de escolaridade causa dificuldades no entendimento pra prevenção e a cerca dos exames preventivas. Verificou-se, ainda, em outra pesquisa, que mulheres que possuíam até quatro anos de estudo sabiam menos sobre a periodicidade do auto exame das mamas do que as mulheres que estudaram nove anos ou mais (MATOS *et al.*, 2011).

Mulheres que tiverem gestação após a idade de 30 anos têm uma maior possibilidade para desenvolver o câncer de mama por causa dos fatores hormonais.

Os fatores de risco associados à vida reprodutiva das mulheres, que podem estar positivamente relacionados ao aumento da incidência de câncer de mama, englobam a primeira gestação após os 30 anos, menarca anterior aos 11 anos, menopausa após os 55 anos, a nuliparidade e a existência de ciclos menstruais de curta duração.

As mudanças ocorridas durante a puberdade, com o aumento dos níveis séricos de estrogênio e prolactina, provocam grandes efeitos sobre o epitélio mamário. Provavelmente o período mais crítico de risco para o aparecimento de transformações malignas pode estar entre a menarca e a primeira gestação (BORGHESAN *et al.*, 2008).

A predisposição genética e fator com mais possibilidades de aparecimento de todos os tipos de câncer, pessoas que tem antecedentes familiares devem iniciar os cuidados preventivos desde jovem mesmo não tendo nenhum fator associado. Em relação às variáveis de risco mais fortemente associadas ao câncer de mama, ou seja, o fator antecedente familiar, na pesquisa realizada em Teresópolis, apenas

duas mulheres apresentavam este fator com uma prevalência de 3,7% (BORGHESAN *et al.*, 2008).

Apesar dessa gama variável de fatores de risco, o câncer de mama, se quando detectado precocemente, é curável em sua grande maioria e sem grandes sequelas físicas e emocionais para a mulher. O conhecimento dos fatores de risco envolvidos no câncer de mama, em conjunto com os fatores prognósticos e preditivos, são importantes para a prevenção e diagnóstico precoce, permitindo tratamento adequado.

A enfermagem tem a obrigação de orientar o auto exame de mama e a qualquer mudança a realizar exames mais específicos, em mulheres com mais de 35 orientar a realizar mamografia periodicamente.

Segundo Paiva *et al.* (2011), foram entrevistadas 14 mulheres com linfedema (12,5%) que se declararam tabagistas e 27 (24,1%) fumavam quando foram submetidas à cirurgia, não sendo encontrada diferença significativa entre esse grupo e o de mulheres sem a morbidade.

As mulheres abaixo dos 50 anos procura a fazer a mamografia e sempre procura a um ginecologista ou um oncologista para uma consulta, mas as mulheres de 50 anos acima não procuram fazer os exames e nem procura médicos para consultas um dos motivos que elas tem é a vergonha ou falta de orientação do que é doença, tem mulheres que nem sabe que a doença pode levar até a morte.

Mulheres que procuram uma consulta de enfermagem são orientadas de como fazem o auto exame das mamas em casa e geralmente essas mulheres são de classe baixa só assim elas tem uma prevenção mais acessível pelo de que se ela encontra nódulos na mama assim ela já procura uma consulta com médico, e o médico examina essa paciente como um todo.

A inexistência de estudos de base populacional sobre prevalência e fatores associados à realização de mamografia, no país, somada às discussões sobre os benefícios do rastreamento monográfico em massa, sobretudo abaixo dos 50 anos.

A dificuldade de acesso à consulta e aos exames diagnósticos, como a mamografia, são fatores que, de certa forma, podem estar estimulando as mulheres de classe social mais baixa a praticar o auto exame de mamas, já que passa a ser a única forma de prevenção acessível. Quanto ao exame clínico de mamas, apesar da tendência de aumento em relação ao escore de risco, é provável que essa conduta

dependa, em grande parte, do acesso à consulta médica, ou seja, uma vez que a paciente chegue ao médico, deverá ter suas mamas examinadas. Para a realização de mamografia e, de forma semelhante para a frequência à consulta ginecológica no último ano, é bastante clara a associação entre a combinação de fatores de risco e o aumento das prevalências dessas condutas. Dentre os fatores determinantes da realização de mamografia e da frequência à consulta ginecológica, a classe social é, provavelmente, o que exerce maior influência nesta associação (SLOWITZ *et al.*, 2005).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias de hoje, o câncer de mama continua sendo uma doença de grande interesse para todos os níveis de abordagem médica, assistência, pesquisa e ensino, por se constituir em uma patologia com alta frequência de diagnóstico que apresenta inúmeros desafios para a sua prevenção. O câncer de mama possui apresentação, progressão e prognósticos variáveis. As variáveis mais detectadas como a falta de atividade física, o tabagismo e a história familiar de câncer merecem a atenção dos profissionais quando da elaboração e implantação de programas educativos, de promoção à saúde e prevenção à doença. Considera-se a necessidade de articulação de políticas públicas que incentivem e promovam o diagnóstico precoce do câncer de mama. A solicitação da mamografia, a orientação do auto exame regular das mamas e o exame clínico das mamas durante a consulta ginecológica são medidas essenciais para a detecção precoce de patologias mamárias.

Todavia, o presente trabalho poderá contribuir para o entendimento da doença entre os profissionais enfermeiros e outros da área da saúde, promovendo uma maior acessibilidade ao tema, auxiliando para um diagnóstico precoce e conseqüentemente, contribuirá com a literatura científica acerca do assunto.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, V. M. S. L. *et al.* Fatores associados a não realização da mamografia e do exame clínico das mamas: um estudo de base populacional em Campinas, São Paulo, Brasil. **Caderno Saúde Pública**, Rio de Janeiro, nº 24, vol. 11, 2008, p. 2623-2632.

BORGHESAN, D. H. *et al.* Câncer de mama e fatores associados. **Cien. Cuid.**, nº 07, vol. 1, 2008, p. 62-68.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Implantando o viva mulher**. Programa Nacional de Controle do Câncer do Colo do Útero e de Mama. Rio de Janeiro - Instituto Nacional de Câncer, Coordenação de Prevenção e Vigilância - Conprev (no prelo). 2001.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUERRA, M. R. *et al.* Risco de câncer no Brasil: tendências e estudos epidemiológicos mais recentes. **Revista Brasileira de Cancerologia**, nº 51, vol. 3, 2005, p. 227-234.

KOIFMAN, S.; KOIFMAN, R. J. Incidência e mortalidade por câncer no Brasil. In: GIFFIN, K.; COSTA, S. H. (Orgs.). **Questões de saúde reprodutiva**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1999. p. 227-251.

MATOS, J. C. *et al.* Fatores associados à realização da prevenção secundária do câncer de mama no Município de Maringá, Paraná, Brasil. **Cad. Saúde Pública**, 2011, nº 5, vol. 27, p. 888-898).

NOVAES, H. M. D. *et al.* Fatores associados à realização de exames preventivos para câncer nas mulheres brasileiras, PNAD 2003. **Ciência Saúde Coletiva**, nº 51, vol. 4, 2006, p. 1023-1035.

PAIVA, D. M. F. *et al.* Fatores associados ao linfedema em pacientes com câncer de mama. **Revista Brasileira Ginecol Obstetrícia**, nº 33, vol. 2, 2011, p. 75-80.

SCLOWITZ, M. L. *et al.* Condutas na prevenção secundária do câncer de mama e fatores associados. **Revista de Saúde Pública**, nº 39, vol. 3, 2005, p. 340-349.

## **IDENTIFICAÇÃO DAS CONFORMIDADES E DESCONFORMIDADES QUANTO A LEGISLAÇÃO AMBIENTAL E FLORESTAL PRESENTES NA PROPRIEDADE ARCA DA ALIANÇA EM JESUÍTAS PARANÁ**

**TODESCATT, Claudemir Luis  
SILVA, Jéssica Dias da  
WINKELMANN, Lenir**

Graduados em Licenciatura em Geografia pelo CTESOP.

**DOUHI, Nelson**

Professor Orientador- Doutor em Geografia pela UEM. Docente do Curso de Geografia do CTESOP.  
E-mail: nelson@unimeo.com.br

**RESUMO:** O objetivo deste artigo é analisar as conformidades e desconformidades legais da propriedade Arca da Aliança, em Jesuítas Paraná, com base nas leis Federais e Estaduais em vigência. A metodologia adotada consistiu numa revisão bibliográfica sobre a temática e estudo de campo para levantamento de informações da propriedade. Como critério de escolha optou-se em avaliar a propriedade quanto às conformidades legais, ambientais e sanitárias. Constatou-se que na propriedade desenvolvem-se diversas atividades econômicas, dentre elas um pesque pague e lanchonete. Alerta-se que é necessário que sejam estimulados a legalização e a educação ambiental nas propriedades rurais, além disso, é preciso que haja a implementação de ações que propiciem a melhoria do uso dos recursos naturais, especialmente o uso racional da água reduzindo o desperdício, e a recuperação de áreas degradadas e ou em desconformidade legal.

**Palavras-chave:** Propriedade rural; Legislação; Condição ambiental.

### **IDENTIFICATION OF CONFORMITIES AND DISCONFORMITIES RESPECTING THE ENVIRONMENTAL LEGISLATION PRESENTS IN THE ARK OF THE ALLIANCE PROPERTY IN JESUÍTAS PARANÁ**

*The objective of this paper is to analyze the legal conformities and disconformities in the Ark of the Alliance property, in Jesuítas, Paraná, based on Federal and State laws in effect. The chosen methodology consisted in one literature review about the subject and one field study to survey property information. As a criterion of choice was decided to evaluate the property regarding legal, environmental and sanitary conformities. It was found that the property develop various economic activities, among them a "fish and pay" and snack bar. Warning that they need to be encouraged to legalization and environmental education in rural property, in addition, it is necessary to be implemented actions that propitiate a better use of natural resources, especially water conservation by reducing wastage and the recovery of degraded areas and/or in legal disconformity.*

**Keywords:** Rural property; Legislation; Environmental condition.

## **1 INTRODUÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA**

As legislações no Brasil são pouco discutidas, especialmente em âmbito municipal, assim torna-se difícil aplicar as leis de forma adequada, sejam ambientais,



florestais ou sanitárias, pois na maioria das vezes a comunidade não tem conhecimento das mesmas e não expressa interesse em conhecê-las. Nesse aspecto é necessária uma melhor aplicabilidade das legislações em âmbito municipal, fato que iria estimular os agropecuaristas em desenvolver suas atividades econômicas em conformidade com as mesmas.

Partindo desse pressuposto, este trabalho tem como objetivo trazer à tona as conformidades e desconformidades das atividades desenvolvidas na propriedade estudada e conscientizar a população envolvida com as atividades agrícolas e pecuárias para que possam trabalhar em conformidade com a lei e órgãos legisladores, para obter melhores resultados no decorrer das diferentes atividades desenvolvidas no campo. O trabalho também visa apresentar informações que tratem sobre as atividades rurais desenvolvidas em pequenas propriedades e os aspectos legais e ilegais que implicam nas condições de preservação dos recursos naturais.

Os órgãos responsáveis pela legislação ambiental, geralmente localizam-se nas capitais e cidades pólos-regionais, estas distam dos pequenos municípios, dificultando os moradores a discutirem seus teores, ainda mais os pequenos agricultores, geralmente com pouca escolaridade, e residentes na área rural, como é caso do proprietário da área de estudo, residente no município de Jesuítas, que se limita ao norte e nordeste com o município de Formosa do Oeste, a oeste com Assis Chateaubriand, ao sul com Cafelândia, a sudeste com Nova Aurora e a leste com Iracema do Oeste. O município encontra-se a 489 metros acima do nível do mar e está localizado a 578 km de distância da Capital do Estado (Curitiba).

Segundo KÖPPEN (1948), citado por MAACK (2002), as condições climáticas de Jesuítas classificam-se como Cfa – Clima Mesotérmico subtropical úmido, nos meses mais quentes, com temperaturas diárias superiores a 22°C e no mês mais frio com médias inferiores a 18°C, sem estação seca definida, verão quente e geadas menos frequentes. Segundo dados fornecidos pelo Departamento de Agricultura do Município, os tipos de solos predominantes são: latossolo distroférico e eutroférico, com relevo, suave e suave ondulado e predominância da vegetação estacional semidecidual.

A área de estudo (figura 1) está localizada na região noroeste do município de Jesuítas no km 4 da PR 317. O acesso à propriedade é feito por estrada

cascalhada por uma distância de 1.100 metros até a sede, na gleba Bairro Rio Verde-2 que possui área total de 24,2 hectares, equivalente a 1,34 módulos fiscais.

De acordo com os padrões da propriedade, a mesma se enquadra dentro critérios de agricultura familiar, sendo aquela que pratica atividades no meio rural, atendendo aos seguintes requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Federal nº 11.326, de 24 de julho de 2006:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo.



Figura 1: Roteiro de acesso de Jesuítas, até a propriedade.  
Fonte: Google Earth/adaptação: Os autores.

A terra como recurso natural básico é fundamental, forma-se em um processo lento, levando milhões de anos para se formar, deve cumprir além da função econômica a função social.

Neste contexto, Sodero (1968) destaca que:

O princípio da função social da terra ressalta o sentido que a terra está a serviço do homem e, não, o homem a serviço da terra, mas, que a terra não é mercadoria e, sim, um meio de produção ou de utilidade social (SODERO, 1968, p. 89).

A ocupação da propriedade ocorreu em 1970, período do início do processo de mecanização da agricultura. Segundo o proprietário “era uma área abandonada,

coberta por capoeira, com um rancho de coqueiro lascado e coberto com tabuinhas de madeira”. Residem atualmente na propriedade estudada o casal de proprietários, seus filhos, filhas, genro, nora, netas e bisneto, totalizando 13 moradores, os quais se revezam nas atividades econômicas praticadas como agricultura, pecuária, avicultura, piscicultura, pesque pague e lanchonete. Hoje a sede é constituída de uma casa de alvenaria e anexa a mesma uma lanchonete. A persistência e a dedicação do proprietário evidenciam-se nas transformações da área, bem como na permanência da família envolvida nas atividades, sendo este um modelo a ser seguido pelos agricultores familiares.

## **2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho consistiu em pesquisas bibliográficas para embasamento teórico, observações *in loco*, onde foram feitos registros fotográficos de pontos da propriedade com maior relevância ao estudo e entrevistas.

Foi aplicado um questionário investigativo com o proprietário da área estudada sobre o processo de ocupação, formas de atividades e grau de entendimento das questões legais.

O mapeamento da propriedade denominada Arca da Aliança, foi elaborado através da demarcação das coordenadas geográficas para as áreas com atividades econômicas. As áreas foram referenciadas por etapas demarcando todas as atividades desenvolvidas na propriedade. Para esse procedimento foi utilizado aparelho GPS de navegação, modelo *Garmin Etrex Vista HCx*. A elaboração do material cartográfico utilizou como base as informações disponíveis no *Google Earth* e os *Softwares Spring e Corel Draw*.

## **3 RESULTADO E DISCUSSÕES**

### **3.1 PRINCIPAIS ATIVIDADES ECONÔMICAS DESENVOLVIDAS NA PROPRIEDADE**

A diversificação das atividades econômicas nas pequenas propriedades é de fundamental importância para fixação do homem no campo, bem como proporcionar geração de renda e bem estar social. Neste contexto, a propriedade citada, pode ser considerada como referência municipal, é diversificada e contribui para o desenvolvimento do meio rural jesuitense, característica identificada no Município. De acordo com os dados divulgados pelo IPARDES, (2010) o setor da economia com maior ocupação da mão de obra é a atividade rural, que corresponde por aproximadamente 47% dos empregos gerados, há que se ter este setor como primordial na elaboração de políticas públicas municipais voltadas ao estímulo de geração de emprego e renda.

### 3.2 LAVOURAS TEMPORÁRIAS

A utilização dos solos paranaenses para exploração de atividades agro-silvo-pastoril, é regulamentada pela lei estadual 8014/1984, que trata sobre o uso e ocupação correta da terra, norteia sobre o correto planejamento para sua utilização e orienta sobre as práticas e procedimentos conservacionistas que visam minimizar os impactos erosivos decorrentes das atividades.

Para exploração de lavouras temporárias o produtor utiliza áreas com declividade menor que 12 %, (figura 2) cultiva soja na safra de verão e milho na safra de inverno, conforme evidenciado nos estudos de campo realizados no dia 18 de março e 01 de setembro de 2012. A atividade é conduzida de acordo com o zoneamento agrícola de risco climático revisado anualmente e publicado através de portarias pelo MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), que é um instrumento de política agrícola e gestão de riscos na agricultura, que está sob a responsabilidade da coordenação geral de zoneamento Agropecuário, subordinada ao Departamento de gestão de Risco Rural, da secretaria de Política do MAPA.

O produtor adota técnicas que minimizam os riscos ao ambiente como a conservação de solos através da construção de curvas de base larga em nível, adoção da prática de plantio direto, técnica que evita a remoção do solo e a destruição da camada de palha que serve para amortecer o impacto das gotas da

chuva, evitando a degradação do solo, favorecendo a infiltração da água e o desenvolvimento da vida microbiana. Em conversa com produtor, constatou-se que falta ao mesmo a adoção de rotação de culturas, prática essencial á sobrevivência do sistema de plantio direto, que de acordo com EMBRAPA, (2003) “A rotação de culturas consiste em alternar, anualmente, espécies vegetais numa mesma área agrícola”.

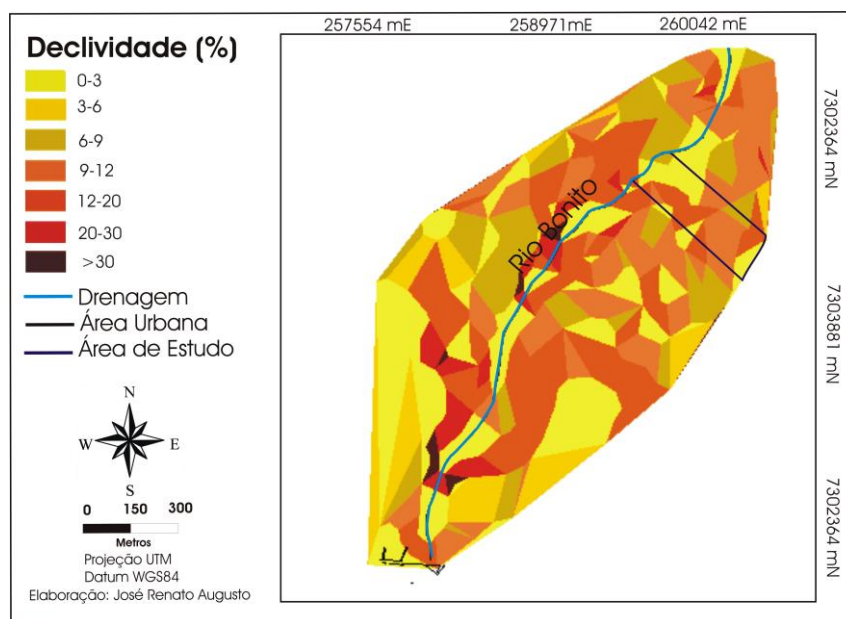


Figura 02: Mapa de declividade do solo do município de Jesuítas.  
Fonte: José Renato Augusto.

### 3.3 CULTURAS PERMANENTES

Entende-se por lavoura permanente a área plantada ou em preparo para o plantio de culturas de longa duração, que após a colheita não necessitam de novo plantio, como é o caso da laranja, o limão, a tangerina, o pêssego, a uva e o café, que podem ser explorados por vários anos, para isso aplicam-se técnicas de manejo, principalmente as podas, melhorando o potencial produtivo das culturas.

O sistema de cultivo adotado na propriedade é o café adensado, este sistema de cultivo demanda tecnificação da lavoura, principalmente na questão de adubação, onde o agricultor utiliza esterco de aves proveniente de dois aviários conduzidos no sistema de integração com a cooperativa. Para os aviários a Legislação Estadual determina restrições para utilização do esterco de aves, de acordo com a resolução Nº 024 da SEMA/IAP, de 14 de julho de 2008, artigo 12, incisos I e II.

Dos resíduos provenientes da atividade da avicultura, que representam cerca de 200 toneladas de esterco de aves, a cada 14 lotes de frango (troca da cama do aviário), uma parte é comercializada com empresas prestadoras de serviço de limpeza, pois possui status de subproduto (adubo e compostagem), tendo remuneração adequada, o que gera mais uma alternativa de renda da propriedade rural. Outra parte é aplicada nas áreas de lavoura, imediatamente após a limpeza do aviário, desta forma não cumprindo a legislação ambiental.

### 3.4 AVICULTURA DE CORTE

A legislação ambiental não se apresenta como de grande restrição ao desenvolvimento da cadeia de frango de corte. A atividade de avicultura, no Paraná ganha destaque no cenário nacional e mundial.

Na propriedade Arca da Aliança, a atividade de avicultura de corte se dá no sistema de integração, entre a Cooperativa e o associado, cabendo ao integrado “executar parte das atividades desta cadeia, sob supervisão e orientação do responsável técnico do integrador”, atividade é composta por dois aviários, com área de 2500m<sup>2</sup>, alojando cerca de 180.000 aves por ano.

Conforme a Resolução SEMA/IAP Nº 024, de 14 de julho de 2008, que trata no seu artigo Art. 3º. Parágrafo Único, da tipologia do empreendimento, a propriedade enquadra-se como mínimo demonstrado na tabela abaixo:

| <b>Porte do Empreendimento</b> | <b>Área construída de confinamento (total em m<sup>2</sup>)</b> |
|--------------------------------|---|
| Micro                          | Até 1500  |
| Mínimo                         | 1501 – 2.500  |
| Pequeno                        | 2.501 – 5.000   |
| Médio                          | 5.000 – 10.000  |
| Grande                         | 10.000 – 40.000   |
| Excepcional                    | Maior que 40.000  |

Tabela 01 - Porte de empreendimentos de avicultura, para fins de licenciamento ambiental.

Fonte: SEMA/IAP 2008.

Assim sendo, tal área é passível de licença específica, conforme o Art. 5º, da mesma resolução fica passível de Licença Ambiental Simplificada – LAS, os empreendimentos de avicultura classificados como de porte mínimo. Diante do exposto, podemos evidenciar que a atividade de avicultura, está amparada nas questões legais, dispendo das devidas licenças, sendo primordial para o funcionamento da atividade, que proporciona ao produtor segurança e tranquilidade para exercer esta atividade, bem como ao consumidor a confiança na aquisição de alimentos saudáveis.

A preocupação sanitária com a cadeia produtiva de frango envolve todas as etapas do processo, sendo condicionado a cada ator realizar suas obrigações para o êxito da atividade, principalmente em função do mercado consumidor, que atualmente exige cada vez mais o cumprimento da legalidade ambiental, social e sanitária. Diante desse contexto, é fundamental a presença da fiscalização efetiva do Estado para dar segurança no processo.

### 3.5 PISCICULTURA

Segundo Vegas (2010), “o Paraná está em quinto lugar no ranking nacional na produção de peixes, perdendo para Ceará, Santa Catarina, São Paulo e Rio Grande do Sul, que é o maior produtor de peixes do Brasil”.

De acordo com o IPARDES (2010), o município de Jesuítas possui sete estabelecimentos que praticam a atividade de aquicultura totalizando 98 hectares de lâmina d’água.

Dentro da distribuição espacial das atividades na área estudada, a piscicultura é desenvolvida no sistema de tanques escavados, localizados na parte baixa do imóvel. O produtor relata que a atividade foi iniciada em 1987 e perdura até hoje com aproximadamente 2,0 (dois) hectares de lâmina d’água, criando diversas espécies de peixes, das quais a tilápia é a espécie criada em maior quantidade, pois seu crescimento é rápido e sua característica permite utilização para fileteamento.

Neste contexto Vegas (2010), destaca que 80% da produção paranaense de peixes são de tilápias, 10% pacus e outras espécies representam 10%. Isto pode ser evidenciado por diversos autores que retratam a criação de tilápia em cativeiro:

A tilápia (*Oreochromis niloticus*) é uma espécie proveniente da África, e que foi introduzida em diversos países do mundo, e em quase todo o território brasileiro, por ser de fácil adaptabilidade em diversas condições de criação e com uma excelente textura e sabor, tendo boa aceitação pelo mercado consumidor, (IGARASHI, 2005).

Como esta atividade é praticada em diversas regiões do Estado, precisa ter regras claras quanto às incumbências de quem a pratica. No Estado do Paraná o órgão que disciplina, rege e define a atividade de criação de peixes em cativeiro é o Instituto Ambiental do Paraná IAP (2008), definindo que:

Piscicultura é a denominação que se dá para a atividade de produção de alevinos ou peixes em locais conhecidos como viveiro, açude reservatório, alagado ou tanque, caracterizado por uma área composta por uma lâmina d'água represada e que possui controle de entrada e saída da mesma.

De acordo com o Art. 3º, da resolução conjunta nº 002/08 - IBAMA/SEMA/IAP, para prática de piscicultura em áreas com menos de 5,0 hectares de lamina d'água e produção inferior a 10.000kg/ano, o IAP estabelece a obtenção da Licença Ambiental Simplificada (LAS). De acordo com as dimensões da atividade de piscicultura desenvolvida na propriedade, para sua legalidade, torna-se necessário a obtenção da LAS.

### 3.6 FILETEAMENTO E LANCHONETE

De acordo com a entrevista realizada com chefe da vigilância sanitária de Jesuítas, o médico veterinário Gabriel Daltoe de Almeida, relata que: “O município de Jesuítas não dispõe de uma lei específica para a atividade de abate, fileteamento e comercialização de peixes em lanchonetes, para isso utiliza-se da Lei Municipal N.º 912/2009, que trata sobre a inspeção sanitária e industrial dos produtos de origem animal no município de Jesuítas. Em seu Art.1º estabelece a obrigatoriedade da prévia inspeção e fiscalização de produtos de origem animal produzidos e destinados à comercialização nos limites de sua área geográfica.”

Ainda a referida lei oportuniza aos estabelecimentos rurais o processamento artesanal de produtos de origem animal, atividade esta desenvolvida na propriedade objeto deste estudo.

Contudo, conforme a pesquisa de campo verificou-se que as instalações onde se realiza o abate e fileteamento de tilápias, apresentam condições que necessitam de melhorias e



adequações conforme as exigências sanitárias, o que pode minimizar o risco de contaminação aos consumidores e melhorar a qualidade de seus produtos.

#### 4 ÁREAS DE PRESERVAÇÃO PERMANENTE (APPs)

Segundo o proprietário, no período da ocupação da propriedade havia estímulo para a retirada da floresta e isso partia do marco cravado às margens do rio. Essa prática se deu por desconhecimento do código florestal de 1965, que resguarda à preservação das áreas de APPs, mata ciliar em nascentes, córregos e rios. A lei estimula práticas que contribuam para a manutenção da qualidade da água, minimizem o risco de erosão pelo escoamento da água das chuvas que carregam materiais orgânicos e inorgânicos aos mananciais aumentando a carga de poluentes. As matas ciliares cumprem a importante função de corredores para a fauna bem como para o desenvolvimento da flora, sendo fundamental a existência da área de preservação permanente, Franco (2006) define como:

Área de preservação permanente: área protegida nos termos dos Arts. 2º e 3º desta Lei, coberta ou não por vegetação nativa, com a função ambiental de preservar os recursos hídricos, a paisagem, a estabilidade geológica, a biodiversidade, o fluxo gênico de fauna e flora, proteger o solo e assegurar o bem-estar das populações humanas, (FRANCO, 2006, p. 52,53).

Outra ação que a Legislação Ambiental coíbe com relação à APPs é a exploração econômica da madeira e sobre isso, o proprietário relatou que como precisava suprir a demanda por energia utilizada nos fornos na atividade de avicultura, plantou nesta área eucaliptos, espécie exótica originária da Austrália, de extrema agressividade que quando cultivada em forma de maciço florestal, dificulta o desenvolvimento de espécies de menor porte, principalmente as nativas. Observa-se que a cerca que protege a área da APPs, está em péssimas condições de conservação facilitando a entrada do gado, favorecendo a compactação do solo e formação de caminhos preferenciais. Essa condição facilita a erosão e contaminação da água contribuindo para agravamento das questões ambientais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho não tem cunho fiscalizador, nem procurou criar uma receita para os proprietários, buscou-se através do estudo de campo, referenciado pela ciência, traçar um paralelo entre as conformidades e desconformidades legais na propriedade Arca da Aliança,

De acordo com os resultados obtidos, considera-se que a maioria das atividades está de acordo com as leis que a regem, bem como a adoção de algumas medidas mitigadoras, que tem por objetivo preservar os recursos naturais, contribuindo para que a terra cumpra sua função social.

Com relação às atividades que estão em desconformidades com a legislação vigente, torna-se fundamental que o agricultor busque adequar-se as normas estabelecidas, evitando sofrer as sanções nelas previstas.

A preservação dos recursos naturais renováveis, como vegetação e a água são fundamentais para a vida humana, por isso, torna-se indispensável à adequação ambiental da propriedade, com a elaboração de um plano de manejo que contemple as atividades econômicas, aliadas com a preservação do meio ambiente.

Diante do exposto, cabe ressaltar que existem profissionais qualificados, que podem assessorar o agricultor na tomada de decisão, transformando sua realidade dentro da adequação legal, valorizando o aspecto visual da propriedade e ampliando as condições de aproveitamento econômico, contribuindo para o cumprimento da função social da terra.

## REFERÊNCIAS:

BRASIL. **Lei Federal Nº 11.326.** Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm)>. Acesso em: 01 de jun. de 2013.

EMBRAPA. **Tecnologias de produção de soja região central do Brasil 2003:** rotações de cultura. 2003. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Soja/SojaCentralBrasil2003/rotacao.htm>>. Acesso em: 15 de nov. de 2012.

FRANCO, José Gustavo de Oliveira. **Direito ambiental matas ciliares.** 2ª ed. Juruá, Curitiba, 2006.

IAP. Instituto Ambiental do Paraná. **Resolução SEMA nº 024**, Disponível em: <[http://www.iap.pr.gov.br/arquivos/File/Legislacao\\_ambiental/Legislacao\\_estadual/RESOLUCOES/RESOLUCAO\\_CONJUNTA\\_IBAMA\\_SEMA\\_IAP\\_002\\_2008\\_PISCICULTURA\\_REGULAMENTA\\_ATIVIDADES.pdf](http://www.iap.pr.gov.br/arquivos/File/Legislacao_ambiental/Legislacao_estadual/RESOLUCOES/RESOLUCAO_CONJUNTA_IBAMA_SEMA_IAP_002_2008_PISCICULTURA_REGULAMENTA_ATIVIDADES.pdf)>. Acesso em: 01 jun. 2013.

IGARASHI, M. A. **Tilápia**: cultivo de tilápia. Disponível em: <<http://www.geocities.com/ctaufc/tilapia.htm>>. Acesso em: 19 de set. de 2012.

IPARDES. **Caderno estatístico do município de Jesuítas**. Disponível em: <[http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/cadernos\\_municipios/jesuitas\\_2010.pdf](http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/cadernos_municipios/jesuitas_2010.pdf)>. Acesso em: 02 de set. de 2012.

JESUÍTAS. **Lei Nº 912/2009**. Disponível em: <<http://www.controlemunicipal.com.br/inga/sistema/arquivos/44/e3b9cf6ff8f1.pdf>>. Acesso em: 02 de jun. de 2012.

JESUÍTAS. **Características geográficas do município de Jesuítas 2012**. Disponível em: <<http://www.jesuitas.pr.gov.br/index.php?sessao=1ec320efbanc1e&id=116>>. Acesso em: 04 de nov. de 2012.

MAACK Reinhard. **Geografia física do estado do Paraná**. BRDE/ IBPT/ UFPR, Max Roesner, Curitiba. 350 p., 1968.

MAPA. **Zoneamento agrícola de risco climático**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/politica-agricola/zoneamento-agricola>>. Acesso em: 20 de set. de 2012.

MIRANDA, Gursen de. **Função social da terra**. 2005. Disponível em: <<http://direitoamazonico.blogspot.com.br/2005/09/funo-social-da-terra.html>>. Acesso em: 02 de set. de 2012.

PARANÁ. **Lei Estadual Nº 8014/2014**. Disponível em: <[http://www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/defis/educacao/LEGISLACAO/lei\\_est\\_8\\_14\\_1984.pdf](http://www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/defis/educacao/LEGISLACAO/lei_est_8_14_1984.pdf)>. Acesso 01 de jun. 2013.

PROPRIEDADE PRIVADA. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/proriedade-privada/>>. Acesso em: 02 de set. de 2012.

SODERO, Fernando Pereira. **Direito agrário e reforma agrária**. Livraria Legislação Brasileira, São Paulo, 1968.

VÉGAS, Cintia. **Piscicultura está crescendo de forma intensa no Estado**. 2010. Disponível em: <<http://www.paranaonline.com.br/editoria/economia/news/491101>>. Acesso em: 14 de out. de 2012.

## LINGUAGEM PUBLICITÁRIA, RECURSOS LINGUÍSTICOS E ARGUMENTAÇÃO

**GAIOTTO, Paulo Alexandre**

Doutorando em Estudos da Linguagem pela UEL – Universidade Estadual de Londrina

**RESUMO:** O objetivo deste artigo é demonstrar como a linguagem publicitária está organizada numa propaganda da Nestlé, veiculada pelo Guia Você S/A da revista Exame, na edição que aborda as 150 melhores empresas para se trabalhar. Identificaremos os recursos linguísticos que nos permitem entender a argumentação inscrita na língua a partir do uso de discurso direto e de elementos dêiticos. Em seguida, demonstraremos como a polifonia de locutores é relevante para comprovarmos características argumentativas na publicidade. A justificativa desta proposta está no fato de que, muitas vezes, nos deparamos com a linguagem publicitária, seja na mídia impressa ou não, utilizando-se de determinadas construções textuais para apresentar uma variedade de efeitos de sentido que se produzem com a escolha de uns termos em detrimento de outros. O embasamento teórico está ancorado em Ducrot (1987), Benveniste (1988), Fávero (1991), Koch (1999), Koch e Travaglia (2000). Para a análise, aplicaremos a teoria para demonstrar a função do discurso direto, a subjetividade dêitica e a polifonia na constituição da peça publicitária selecionada.

**Palavras-Chave:** Publicidade. Recursos Linguísticos. Argumentação.

**ABSTRACT:** *The aim of this paper is to show how advertising language is organized in an advertisement of Nestle, conveyed by Guia Você S / A Exame magazine, in the edition that deals with the 150 best companies to work for. We will identify the linguistic resources that allow us to understand the reasoning given in the language from the use of direct speech and deictic elements. Then we will demonstrate how the polyphony of speakers is relevant to prove features argumentative in advertising. The rationale behind this proposal is the fact that, often, we are faced with the advertising language, whether in print media or not , using certain textual constructions to present a variety of meaning effects that occur with the choice of a terms over others. The theoretical foundation is founded in Ducrot (1987), Benveniste (1988), Fávero (1991), Koch (1999), Koch e Travaglia (2000). For the analysis, we will apply the theory to demonstrate the function of direct speech, subjectivity deictic and polyphony in the constitution of the advertisement selected.*

**Keywords:** Advertising. Language Resources. Argumentation.

### 1 INTRODUÇÃO

#### 1.1 MÍDIA IMPRESSA, LINGUAGEM PUBLICITÁRIA E SUBJETIVIDADE DÊITICA

A imprensa, desde seus primórdios, se impôs como uma força política. Da monarquia à república, chegando à atualidade, os governos e empresários poderosos sempre utilizaram a imprensa para seus interesses, mas nunca perderam de vista o temor que se deve ter, ao tratar com um veículo de comunicação com poderes não só de elevar sua imagem, como também de puni-los, expondo severamente atos e fatos em forma de noticiário ao público. É importante ressaltar que as revistas e os jornais não vendem “só” notícias, eles também veiculam opiniões, fazem com que seus leitores posicionem-se dessa ou daquela maneira

diante de determinados fatos. Nesse sentido, para Capelato (1988), a mídia impressa pode ser entendida como uma arma. A questão está em saber como usá-la, pensando principalmente nas construções linguísticas que se deseja veicular. Vivemos numa sociedade bombardeada por informações comerciais com objetivo bem traçado: o de conquistar a atenção de pessoas para este ou aquele anúncio colocado à mostra. Sobre essa questão, Renato (1997), menciona que a divulgação de produtos e/ou serviços a partir do apelo à persuasão é algo histórico e muito antes de ser uma característica exclusiva da sociedade contemporânea, o fazer publicitário, embora rudimentar, já constituía uma prática entre os povos das civilizações primitivas. Naquela época, alguns produtos necessários à sobrevivência humana eram divulgados, por exemplo, na entrada das cavernas. As peles de animais eram expostas, e isso significava a intenção de trocá-las por outras coisas que fossem úteis no cotidiano daquele grupo. Nesse sentido, anunciar para ser notado é uma prática que sempre fez parte da vida do homem e se pensarmos num mundo competitivo, capitalista, em que se produzem bens e serviços com qualidade mais ou menos igual, com preços parecidos, estaremos diante de uma sociedade que evoluiu, mas que ainda precisa convencer e ser convencida. Por isso, a responsabilidade do anúncio publicitário é a de ultrapassar o nível da informação; é preciso provocar uma espécie de estranhamento em quem o recebe, sob pena de passar despercebido e tornar-se uma rotina, tanto para o anunciante quanto para o seu leitor.

Com relação à objetividade no uso da linguagem, isso não é impossível, uma vez que o publicitário carrega consigo concepções envolvendo formação política e cultural que, de uma forma ou de outra, acaba influenciando o seu olhar sobre aquilo que pretende veicular. Além do relato dos episódios ocorridos em um determinado dia, a imprensa também vive da discussão, do debate e da análise de acontecimentos ou situações atemporais. O contato com novas ideias e diferentes opiniões permite ao jornalista e ao publicitário a incorporação de novos saberes, renovando seus conhecimentos e pontos de vista sobre algo. Frente à imagem de isenção e imparcialidade, difundida como um dos principais parâmetros na linha editorial dos veículos de comunicação, Benites (2001), entende que a subjetividade e a ideologia estão implícitas no texto, tendo em vista a organização do material verbal e o conjunto de opções estilísticas utilizado pelo locutor. Portanto, essa

ocorrência, mesmo que implícita, é característica da linguagem jornalística e publicitária.

A subjetividade é explicada por Émile Benveniste em seus estudos sobre a noção de indicadores de subjetividade, que mais tarde encorpou sua teoria sobre a dêixis linguística. Nesse artigo, iremos nos deter à subjetividade dêitica, que pode ser entendida como mecanismo em que se têm os elementos da enunciação, mostrar, indicar e assinalar. O EU e o TU são os personagens da enunciação (dêixis pessoal), o AQUI representa o lugar da enunciação (dêixis temporal) e o AGORA que situa a enunciação (dêixis espacial).

Benveniste (1988) afirma que a dêixis pertence à instância do discurso. Para o autor, há dois tipos de signos em relação à referência: os que têm relação com a enunciação (parte subjetiva da língua), e os que não se atualizam na enunciação (parte objetiva da língua). Nessa divisão estão incluídos os pronomes: aqueles que pertencem à instância do discurso e aqueles que pertencem à sintaxe da língua.

Na reflexão feita por Benveniste, os pronomes pessoais são muito importantes, em relação à referência, pois a partir deles é considerada a questão dos indicadores de subjetividade. Foi sobre a categoria de pessoa dos pronomes pessoais o primeiro questionamento realizado por Benveniste. Para o autor, essa categoria de personalidade é própria apenas da primeira e da segunda pessoa, faltando a terceira. Essa diferença é percebida na organização referencial dos signos linguísticos, se entendermos que a primeira e a segunda pessoa são atualizadas na enunciação, enquanto a terceira pessoa refere-se a uma noção constante e objetiva. *Eu / tu* só se referem à instância do discurso, pois eles próprios só têm existência no discurso. Assim, essa referência à enunciação não é um traço que pertence só aos pronomes pessoais de primeira e segunda pessoa, mas também a uma série de indicadores: os demonstrativos, alguns advérbios, alguns tempos verbais. Esses signos que fazem referência ao sujeito que fala, e funcionam como o instrumento de conversão da língua em discurso.

Benveniste (1988), no capítulo *A natureza dos pronomes*, considera que o pronome *ele* escapa a essa atualização na enunciação, remetendo à situação mais objetiva. A terceira pessoa tem como característica: o fato de se combinar a qualquer referência de objeto; não estar relacionada à instância do discurso; e não ser compatível ao paradigma *aqui, agora*. Sendo assim, para o autor, *ele* não é um

indicador de subjetividade, portanto não é contemporâneo à instância do discurso, e conseqüentemente não é um dêitico linguístico. Logo, essa independência da enunciação, não é privilégio apenas da não pessoa.

Benveniste (1989), em *O aparelho formal da enunciação*, concebe a enunciação como um ato de apropriação do aparelho formal da língua por meio de índices específicos (de subjetividade), de um lado, e por meio de procedimento acessório (paradigma da não pessoa), de outro. Para o autor, não apenas os índices de subjetividade, mas de maneira geral, a língua é apropriada pelo sujeito falante no ato da enunciação.

Segundo esse teórico dos estudos linguísticos, é preciso estudar a língua a partir da sua função de produtora de mensagem e não de sua perspectiva semiótica. Na primeira perspectiva, constatamos que a semantização da língua acontece na enunciação; antes desse processo a língua é constituída por signos linguísticos. É a enunciação que promove, também, o mecanismo de referência da língua, tendo como centro o sujeito falante.

Sendo assim, quando os locutores produzem seus enunciados, tornam-se responsáveis por determinados discursos. E a maneira como o enunciado é produzido, desde a sua intenção comunicativa, passando pela seleção de palavras até chegar a sua elaboração final, cria um resultado capaz de veicular um texto com caráter argumentativo, seja ele dotado de alto ou baixo teor de convencimento.

## 1.2 O DIALOGISMO DA LINGUAGEM E O FENÔMENO DA POLIFONIA

Na obra *Marxismo e filosofia da linguagem* (1992), Bakhtin ressalta que “toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém” (BAKHTIN, 1992, p. 113). Na perspectiva da interação verbal, de um lado o locutor enuncia em função da existência de um interlocutor e, do outro lado, a recepção/compreensão do que foi enunciado nos sugere uma réplica: trata-se da possibilidade de uma apreciação, concordância, discordância, crítica e/ou uma ação.

A atitude de reagirmos diante das palavras enunciadas, seja porque elas nos incomodam, seja porque nos remetem a questões ideológicas com as quais concordamos ou não, denota que realmente compreendemos o enunciado proposto.

A compreensão, portanto, está além do reconhecimento do sinal, da forma linguística. Segundo Bakhtin (1992, p. 112), a enunciação pode ser definida como “o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados”. Assim, na visão bakhtiniana, a proposta da interação verbal tem a finalidade de demonstrar que:

a verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas lingüísticas, nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações. A interação verbal constitui assim, a realidade fundamental da língua (BAKHTIN, 1992, p. 123).

No entendimento de Bakhtin o dialogismo, princípio constitutivo da linguagem, decorre da interação verbal e desdobra-se em duas noções: a do diálogo entre interlocutores no espaço do texto e a do diálogo entre muitos discursos que se instala no interior de cada texto. Cabe ressaltar que o dialogismo, como afirma Castro (1993), é o princípio filosófico orientador dos conceitos do autor russo, entre eles o de polifonia.

A concepção de polifonia, formulada por Bakhtin no domínio da literatura, foi trazida para a Pragmática Linguística por Ducrot e seguida por outros estudiosos. Segundo Silva (1991, p. 57), “uma diferença entre a Teoria da Polifonia, de Ducrot e Bakhtin, é que Ducrot trata das representações de várias vozes no interior do enunciado e Bakhtin trata da Polifonia no texto como um todo”. Com relação a esse distanciamento teórico na utilização do termo polifonia, Romualdo (2002, p. 32) corrobora as considerações de Silva (1991) e acrescenta que a proposta de Ducrot “é, entretanto, diferente da de Bakhtin, pois não aplica a teoria a textos ou sequências de enunciados, como fez o autor russo, mas apenas a enunciados, numa visão enunciativa do sentido”.

Na produção de discursos publicitários, encontramos estratégias discursivas para inserir outras vozes no texto que nos levam a considerar a distinção proposta por Authier-Revuz (1982 e 1990) entre heterogeneidade mostrada e constitutiva. Em seu texto *Heterogeneidade(s) enunciativa(s)* (1990), a autora define a heterogeneidade mostrada como um conjunto de formas que inscrevem o outro na sequência do discurso, englobando o discurso direto, indireto, as aspas, as formas de retoque ou de glosa, o discurso indireto livre e a ironia.



A heterogeneidade mostrada, ainda segundo a autora, divide-se em duas modalidades: a marcada, da ordem da enunciação e visível na materialidade linguística; e a não-marcada, da ordem do discurso e não provida de visibilidade. A forma de heterogeneidade mostrada (marcada) evidencia o discurso com certas formas, como as aspas, os parênteses, o itálico, que criam o mecanismo de distância entre o sujeito e aquilo que ele diz. Quanto à heterogeneidade constitutiva, é considerada como aquela forma que não se mostra no fio do discurso, pois embora o outro esteja sempre inscrito no discurso, sua presença não é explicitamente demarcada.

Interessa-nos para este artigo a forma de heterogeneidade mostrada, pois é a que ocorre em nosso corpus por meio de citação em discurso direto. Veremos, a seguir, a análise do corpus. Trata-se de demonstrar como a linguagem publicitária está organizada em uma propaganda da Nestlé, veiculada pelo Guia Você S/A da revista Exame, na edição especial de setembro de 2009, em que aborda as 150 melhores empresas para se trabalhar.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 ANÁLISE DO CORPUS

Esta imagem foi extraída do Guia Você S/A da revista Exame, na edição que

“Desde pequena eu gosto de cozinhar. Só não imaginava que um dia eu estaria no Programa Nutrir fazendo a merenda de 430 alunos. Quando vejo o entusiasmo das crianças em experimentar coisas novas e saber mais sobre alimentação, é como um presente para mim. O Nutrir é contagiante. Ele une o setor pedagógico da escola com a merendeira, nos dá conhecimento e valoriza cada uma de nós. Para mim, é a escola de crescer como gente.”

Rita de Cássia, Natal, RN  
Merendeira

O Programa Nutrir da Nestlé completa 10 anos de trabalho voltado para o combate à desnutrição e à obesidade em comunidades de baixa renda do país. Conheça mais sobre essa iniciativa que já capacitou 17 mil educadores e beneficiou 1,2 milhão de crianças. [www.nestle.com.br/nutrir](http://www.nestle.com.br/nutrir)

Nestlé  
Good Food, Good Life

Nestlé faz bem  
10 ANOS NUTRIR  
Uma Iniciativa Social

aborda as 150 melhores empresas para se trabalhar. A seguir, a análise versará sobre a existência de alguns termos linguísticos presentes no discurso direto da merendeira Rita de Cássia, da cidade de Natal, Rio Grande do Norte, que aparece junto a sua imagem no espaço dedicado a uma propaganda da Nestlé sobre o programa Nutrir. Apoiado em teóricos que estudaram a linguagem e sua produção de sentidos, objetiva-se demonstrar como a linguagem vem sendo utilizada pela mídia impressa na produção de opiniões.

Antes de entrarmos na análise, torna-se necessário situar o que é o Programa Nestlé Faz Bem Nutrir. De acordo com informações obtidas no *site* da Nestlé, [www.nestle.com.br/nutrir](http://www.nestle.com.br/nutrir) observamos que os conceitos de nutrição, saúde e bem-estar sempre estiveram presentes na condução dos negócios da Nestlé. Como forma de contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, a empresa procura disseminar esses conceitos não só para os seus consumidores, mas também para a população em geral.

Esse trabalho é desenvolvido pelo Programa Nestlé Faz Bem Nutrir, lançado em 1999, que trabalha a educação alimentar com o objetivo de contribuir para combater a desnutrição e a obesidade em crianças e adolescentes de todo o país que vivem em condições socioeconômicas desfavoráveis.

A propaganda ocupa uma página inteira no Guia Você S/A da revista Exame, e conforme explica Capelato (1988), a diagramação passou a ser considerada um aspecto relevante por envolver a qualidade estrutural e visual do veículo de comunicação, pois, para aumentar a venda de um produto, o conteúdo e a embalagem devem ser atraentes. Para quebrar a monotonia e imprimir movimento ao todo, sempre sem perder de vista a venda de um produto, os profissionais que atuam na indústria da mídia impressa, organizam entre outras tarefas, as imagens, o título principal e o secundário, a subdivisão dos textos, manipula o contraste entre o preto e o branco, considerados principais elementos do trabalho gráfico.

Na imagem em questão, percebemos uma diagramação que atrai o leitor pelo seu colorido, pelo plano de fundo com frutas variadas e pela disposição entre os textos verbais e não-verbais que compõem a propaganda da Nestlé. O que nos importa aqui é o texto verbal e sua composição, como já foi mencionado anteriormente. A seleção temática a ser utilizada na notícia ou na propaganda, o

direcionamento dado pelo jornalista/redator/publicitário e a organização textual adotada nos conduzem ao entendimento de que está nas mãos do profissional da imprensa estabelecer afinidades com o público leitor, a partir daquilo que escolhe veicular e da maneira como o faz linguisticamente. Nessa propaganda, a escolha se dá pelo discurso direto de uma merendeira, uma espécie de depoimento que irá funcionar como um discurso por autoridade, já que ela faz parte do programa Nutrir da Nestlé, se demonstra sorridente na imagem, transmitindo a aparência verídica de alguém que está convencida sobre a seriedade desse programa.

O texto a seguir foi extraído da imagem que compõe nosso corpus, e foi transcrito para nos auxiliar durante o processo de análise.

“Desde pequena eu gosto de cozinhar. Só não imaginava que um dia eu estaria no programa Nutrir fazendo a merenda de 430 alunos. Quando vejo o entusiasmo das crianças em experimentar coisas novas e saber mais sobre alimentação, é como um presente para mim. O Nutrir é contagiante. Ele une o setor pedagógico da escola com a merendeira, nos dá conhecimento e valoriza cada uma de nós. Para mim, é a escola de crescer como gente”.

Rita de Cássia, Natal, RN – Merendeira

No discurso direto da merendeira Rita de Cássia, transcrito acima, há algumas palavras sublinhadas e que nessa análise serão chamadas de elementos dêiticos. Tais elementos funcionam como recursos que desencadeiam a subjetividade dêitica já abordada na fundamentação teórica. É possível perceber a existência da dêixis pessoal, temporal e espacial:

a) dêixis pessoal: reservada para as personagens EU, TU e VÓS da enunciação, os verbos na primeira pessoa, *gosto* e *vejo* são exemplos de que o momento da fala da merendeira está sendo enfatizado. Há marcas também dos pronomes *eu* e *mim*, que se caracterizam como dêixis pessoal. Já os verbos no passado, *imaginava* e *estaria*, embora estejam em primeira pessoa e presentes no texto, não enfatizam o momento da fala, pois conforme Benveniste (1988;1989) , o recurso da dêixis quer mostrar o momento da conversa;

b) dêixis temporal: caracterizada normalmente por advérbios ou expressões com valor de advérbio de tempo, a dêixis temporal ocorre na fala de Rita de Cássia com a expressão *desde pequena* e como o advérbio *quando*;

c) dêixis espacial: reconhecida por meio de advérbios de lugar e por pronomes demonstrativos, na fala da merendeira encontramos as expressões adverbiais *programa Nutrir, o Nutrir, setor pedagógico da escola e escola de crescer*, sendo que esta última recupera a expressão adverbial “o Nutrir”.

O texto verbal que compõe a propaganda se dá por meio de relato em discurso direto e isso pode ser entendido como uma estratégia adotada pelo publicitário produtor dessa propaganda. Embora não esteja explícito na propaganda o nome de um locutor responsável pela organização textual da propaganda como um todo, destaca-se aí o texto verbal e não-verbal; vemos que o idealizador dessa composição textual mista é um locutor que põe em cena outro locutor, no momento em que ele insere na propaganda, a fala da merendeira Rita de Cássia como sendo um segundo locutor. Aí se instala a polifonia de locutores.

Esse procedimento demonstra, segundo Ducrot (1987), que o locutor é um ser que, no próprio sentido do enunciado, é apresentado como seu responsável. Em outras palavras, é alguém a quem se deve atribuir a responsabilidade do enunciado. Assim, o locutor é considerado como ser do discurso, diferente do sujeito falante, empírico, real. O locutor fala, relata e, por isso, é entendido como fonte do discurso. Desta forma, em uma enunciação que envolva o discurso relatado, por exemplo, na qual o locutor utiliza-se do discurso direto para citar a fala de alguém, podemos identificar a polifonia de locutores se imaginarmos que: a) enquanto locutor, este não se coloca como responsável por essa fala; b) embora não se apresente como responsável pela fala relatada, não deixa de ser responsável pela enunciação **1** que afirma ter ocorrido uma enunciação **2**.

A partir da análise, fica nítido a existência de um locutor responsável por todo aquele conteúdo propagandístico (quem criou a propaganda para a Nestlé, no entanto, para se distanciar da responsabilidade do que está dito, o discurso do outro foi selecionado em modalidade direta). Reconhecemos isso pelas aspas, a fim de isentar-se da daquela informação, como se estivesse dizendo: não sou eu quem afirma isso, mas sim a merendeira Rita de Cássia.

### 3 CONCLUSÃO

Tendo em vista que todo texto é considerado dialógico, segundo Bakhtin(1992) e entendendo que o jornalista/publicitário é um locutor pertencente a um horizonte ideológico que pode ser equivalente ou não ao do seu interlocutor, percebemos na propaganda analisada que há seleção de procedimentos discursivos, como palavras que transmitem certa subjetividade discursiva, definidas como elementos dêiticos e o próprio discurso relatado em modalidade direta, permitindo que outra voz (outro locutor) além da voz do locutor que idealizou a propaganda da Nestlé, pudesse se mostrar no espaço daquela composição textual mista, verbal e não-verbal. Assim, a palavra acaba sempre perpassada pela palavra do outro, confirmando-nos a noção de que o dialogismo é o permanente diálogo entre os diversos discursos que configuram uma sociedade ou uma comunidade e que a linguagem é, portanto, essencialmente dialógica.

A partir do que já foi afirmado na fundamentação teórica, concordamos que Benveniste (1988) pensou a dêixis pertencente à instância do discurso, conforme demonstramos com os verbos em *primeira pessoa, pronomes eu e mim, advérbios e expressões com valor de advérbio de tempo e lugar*. Para o autor, esses signos têm relação com a enunciação (parte subjetiva da língua), termos que pertencem à instância do discurso: o EU e o TU são os personagens da enunciação (dêixis pessoal), o AQUI representa o lugar da enunciação (dêixis temporal) e o AGORA que situa a enunciação (dêixis espacial).

Sobre a presença da polifonia no texto, Ducrot (1987) aproveita para contestar o pressuposto da unicidade do sujeito falante, ideia segundo a qual em cada enunciado encontramos somente um autor. Assim, no processo argumentativo, retomar o discurso do outro revestido de competência para fazer tal afirmação implica duas situações: se o locutor recorreu ao discurso do outro para reafirmar o seu é porque ele pretende aproximar-se daquele ponto de vista; dentro do processo persuasivo, recorrer ao discurso de alguém respeitado como autoridade no assunto é uma estratégia persuasiva para conduzir o interlocutor a concordar com o seu discurso, já que se identifica com um arrazoado por autoridade. De acordo com Breton (1999, p. 84), o argumento de autoridade funciona raramente isolado, geralmente ele se “insere em uma argumentação de conjunto e serve para

preencher certos vazios, para construir ‘pontes’ entre elementos do real. Atrás do argumento de autoridade se escondem, às vezes, verdadeiros pontos de vista”.

Evidenciamos na propaganda da Nestlé que há intenção na divulgação do nome da empresa e do programa *Faz bem Nutrir* e que, para convencer as pessoas sobre a idoneidade da Nestlé e a de seus produtos, a fim de buscar consumidores adeptos a essa marca do gênero alimentício, ninguém melhor do que aquele que já fez uso, para poder dar um testemunho. Justifica-se, assim, o fato de a propaganda já iniciar com o discurso da merendeira Rita de Cássia em modalidade direta. Essa forma de argumentar por autoridade significa: trazer para o discurso do publicitário idealizador da propaganda, a voz de outro como sendo um ser competente e/ou autoridade naquilo que profere.

## 6 REFERÊNCIAS

AUTHIER-REVUZ, Jaqueline. *Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: éléments pour une approche de l'autre dans le discours*. In: **DRLV – Revue de Linguistique**. Paris, n.26, 1982, pp.91-151.

\_\_\_\_\_. Heterogeneidade(s) Enunciativa(s). In: **Cadernos de estudos lingüísticos**. Campinas, SP, n.19, jul./dez. 1990, p.25-42.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003, p.277-326.

\_\_\_\_\_. A interação verbal. In: **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 6ª ed. São Paulo: Hucitec, 1992, p.110-127.

\_\_\_\_\_. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Trad. Paulo Bezerra. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin a teorias do texto e do discurso. In: FARACO, C.A. et al (orgs). **Diálogos com Bakhtin**. 2ª ed. Curitiba: Editora da UFPR, 1999, p.21-42.

BENITES, Sonia Aparecida Lopes. **Contando e fazendo a história: a citação no discurso jornalístico**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

BENVENISTE, Emile. **Problemas de lingüística geral I**. 2. Ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1988.]

\_\_\_\_\_. **Problemas de lingüística geral II**. 2. Ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1989.

BRETON, Philippe. **A argumentação na comunicação**. Trad. De Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

CAPELLATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e história do Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994.

CASTRO, Gilberto de. **Em busca de uma lingüística sociológica**: contribuições para uma leitura de Bakhtin. Curitiba, 1993. Dissertação (Mestrado em Lingüística de Língua Portuguesa) – Universidade Federal do Paraná, 1993.

CUNHA, Celso Ferreira da. **Gramática da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: MEC, 1972.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Trad. Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987.

FIGUEIREDO, Luiz Carlos. **A redação pelo parágrafo**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

GARCIA, Othon Maria. **Comunicação em prosa moderna**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1983.

GUIA VOCÊ/SA – **Revista Exame**, Edição Especial, setembro de 2009.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Indursky. 2ª ed. Campinas, SP: Pontes, 1993.

\_\_\_\_\_. **Elementos de lingüística para o texto literário**. Trad. Maria Augusta de Matos. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

\_\_\_\_\_. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. A ação dos verbos introdutórios de opinião. In: **INTERCON - Revista Brasileira de Comunicação**. São Paulo, ano XIV, nº 64, p.74-92, jan./jun 1991.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. (org.) O Estado de São Paulo. **Manual de redação e estilo**. São Paulo: O Estado de São Paulo, 1997.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

PLATÃO, Francisco Savioli & FIORIN, José Luiz. **Para entender o texto**. São Paulo: Saraiva, 1989.

REINATO, Maria Cristina (1997). **Contribuição à leitura de textos persuasivos a partir de uma proposta para análise de propaganda e publicidade**. Goiânia: UFG. Dissertação de Mestrado.

ROMUALDO, Edson Carlos. **A construção polifônica das falas na justiça**: as vozes de um processo crime. 2002. 332 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Ciências e Letras. UNESP, Assis, 2002.

SILVA, Soeli Schreiber da. **Argumentação e polifonia na linguagem**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1991.

## PERFIL SOCIOECONÔMICO E TECNOLÓGICO DOS AGRICULTORES FEIRANTES DE ASSIS CHATEAUBRIAND, PR.

**LIMA, Ronaldo Guedes de**

Professor do Instituto Federal do Paraná, Curso Técnico em Agroecologia, Campus Campo Largo, e-mail [ronaldo.lima@ifpr.edu.br](mailto:ronaldo.lima@ifpr.edu.br), CPF: 377.741.230-91.

**VASATA, Darlon**

Professor do Instituto Federal do Paraná, Curso Técnico em Informática, Campus Cascavel, e-mail [darlon.vasata@ifpr.edu.br](mailto:darlon.vasata@ifpr.edu.br), CPF: 050.263.969-50.

**Resumo:** A indisponibilidade de informações que caracterizem o perfil dos agricultores membros da Associação de Feirantes de Assis Chateaubriand (AFAC) motivou a realização deste estudo, cuja finalidade consiste em levantar informações socioeconômicas e tecnológicas desta categoria de associados. O estudo contou com revisão bibliográfica, consultas de fontes documentais e aplicação de questionário estruturado. O exame dos resultados permitiu concluir que os agricultores feirantes encontram-se economicamente satisfeitos com o trabalho na feira livre, mesmo os que auferem os menores ativos. Tecnicamente, o modelo misto de produção se apresenta predominante entre os pesquisados. Os poucos feirantes que praticam a lavoura orgânica estão plenamente satisfeitos com os resultados. A falta de conscientização ecológica entre os consumidores permitiu inferir que há um mercado de produtos orgânicos potencialmente aberto e factível de realização no município, desde que se realize, com brevidade, um projeto interinstitucional favorável à promoção de estilos de agricultura sustentável.

**Palavras-chave:** Agricultor feirante. Mercado local. Produtos frescos. Assis Chateaubriand.

## SOCIOECONOMIC AND TECHNOLOGICAL PROFILE OF FAIRGROUND FARMER OF ASSIS CHATEAUBRIAND, PR.

**Abstract:** The unavailability of information characterizing the profile of the farmer members of the Fairground Association of Assis Chateaubriand (AFAC) motivated this study, in order to obtain socioeconomic and technological information from the farmer members of that association. The study is based in a literature review, documentary sources research and the application of a structured questionnaire. The analysis of the result leads to the conclusion that the fairground farmers are economically satisfied with the work at the open market, even those who earn less. Technically, the mixed model is predominant among those surveyed. The few farmers who develop organic production are fully satisfied with the results. The lack of ecological awareness among consumers allowed concluding that there is a room for the organic market, potentially available and able to be realized in the city, since it carries out, briefly, an interinstitutional project that it is in favor of the promotion of sustainable farming styles.

**Keywords:** Fairground farmer. Local market. Fresh produce. Assis Chateaubriand.

### 1 INTRODUÇÃO

Como em outros municípios do meio oeste paranaense, Assis Chateaubriand acompanhou o processo de modernização do campo na década de 70, implantando as lavouras de grãos como a soja, o milho e o trigo. Esse processo, segundo fontes



locais, desencadeou uma intensa migração da população local para outros municípios do Paraná e mesmo para outros estados, como Mato Grosso, São Paulo, Rondônia e Goiás (SOUTO MAIOR, 1996).

A partir daquela década, a vocação agrícola baseada no padrão técnico da modernização da agricultura motivou o surgimento de outros ramos produtivos inter-relacionados com a agricultura local, especificamente quanto ao comércio de matérias-primas e as vendas de insumos. Nesse particular, as cooperativas que surgem se fortalecem economicamente diante das políticas de apoio governamental à produção agrícola.

Atualmente, essas cooperativas cumprem papel econômico importante, entretanto, se por um lado, elas acumulam passivos socioambientais, por outro, provocam questionamentos entre os estudiosos regionais (oeste paranaense) em relação ao desenvolvimento que se guia pela cadeia do agronegócio (PERIS, 2003).

Os reflexos da modernização, em áreas férteis e adequadas à mecanização agrícola, percebidos em Assis Chateaubriand, tornaram precária a vida da população, predominantemente rural, à época, em que se encontrava engajada na colheita do café, do algodão e da hortelã (SOUTO MAIOR, 1996).

Com o intuito de diminuir os problemas sociais advindos da modernização do campo, setores públicos municipais e estaduais promoveram, no princípio dos anos 90, projetos de fomento à diversificação da agricultura, incluindo novas economias como as criações de peixes, aves, suínos e gado leiteiro, e o cultivo da mandioca para a extração de fécula (SOUTO MAIOR, 1996). A piscicultura, em especial, ganharia destaque regional e nacional, mantendo-se no presente (provavelmente, produzindo quantias menores) a tradição dessa atividade local entre alguns piscicultores que detêm espaços adequados à exploração.

As boas características físico-geográficas do município colaboraram e ainda colaboram no incremento da produção agrícola, diferindo, substancialmente, das estatísticas nacionais que apontam uma tendência geral de diminuição do peso agropecuário na composição intersetorial do Produto Interno Bruto. Nesse terreno fértil (no meio oeste paranaense), onde a agricultura se apresenta predominantemente assentada no modelo agroindustrial de produção, surgem iniciativas produtivas diferentes à integração com o agronegócio típico.

A predominância das formações familiares no município de Assis Chateaubriand, com 2.353 estabelecimentos (84,16%)<sup>1</sup>, indica a sintonia da produção com a integração agroindustrial. Ainda assim, nesse segmento social local há indivíduos interessados por outras dinâmicas produtivas, e se apropriam de circuitos curtos de venda associados à regularidade nos ingressos financeiros. Trata-se, por exemplo, das iniciativas construídas pela Associação de Feirantes de Assis Chateaubriand (AFAC, 2004)<sup>2</sup>, desde o ano 2000, época em que iniciou as suas atividades.

O interesse em estudar a referida Associação partiu, inicialmente, da observação e da constatação de haver um comércio livre na área central da cidade, onde se reúnem, semanalmente, diversos grupos de consumidores para adquirirem diferentes produtos da economia familiar. Que tipo de produto o agricultor vende? De quanto é o montante financeiro gerado? Qual é a base tecnológica de produção? A que grau de instrução o feirante pertence? Essas e outras indagações suscitadas foram arquitetadas no início da escolha do objeto de estudo e tiveram como objetivo fundamental levantar informações socioeconômicas e tecnológicas (emprego de técnicas) de grupos distintos de agricultores feirantes residentes no município de Assis Chateaubriand.

## **2 ALTERNATIVAS COMERCIAIS: A DISSEMINAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES**

Tendo em vista que o comércio e a distribuição alimentar foram dominados por grandes corporações multinacionais e que ainda permanece nas áreas urbanas regionais a dominância do comércio alimentar dirigido por grandes supermercados, mesmo diante de obstáculos de diferentes ordens, na sociedade atual existe um tipo de comércio diferente, que se orienta não só por haver uma troca direta entre mercadoria e dinheiro, mas, por se estabelecer, temporalmente, certos vínculos afetivos, como a confiança e a amizade, vistas sobremaneira nas alternativas comerciais das feiras livres espalhadas em centenas de municípios.

No passado, as feiras livres eram locais de efetivas trocas comerciais entre os mercadores, até mesmo sem a intermediação de moeda. Pouco a pouco, essa

---

<sup>1</sup> Conforme IBGE - Censo Agropecuário 2006.

<sup>2</sup> Conforme o Estatuto Social da AFAC, antes havia um grupo que se denominava de Associação da Feira do Produtor Rural e Artesanal de Assis Chateaubriand.

modalidade dá lugar ao comércio de troca, realizado essencialmente por intermédio de dinheiro, porém, verifica-se, conforme estudo empírico desenvolvido por Anjos, Godoy e Caldas (2005), a manutenção da antiga relação socioafetiva, de proximidade entre feirante e consumidor.

Mesmo situadas nas áreas urbanas dos grandes centros, as feiras livres promovem formas sociais e econômicas peculiares, a fim de garantir sua continuidade, além de viabilizarem, no tempo, um canal de comércio local, com maior controle da origem dos produtos, bem como promovendo a geração de empregos e renda para os que se envolvem nessa alternativa, em particular, os grupos sociais da agricultura familiar.

São inúmeras as feiras livres no Estado do Paraná. As que se caracterizam como pontos de venda de produtos qualitativamente superiores aos produtos de base agroquímica ou convencional totalizaram, em 2006, 41 pontos espalhados no Estado (IAPARDES/IAPAR, 2007). Hoje, em Curitiba, existem 14 feiras classificadas como orgânicas, agroecológicas e mistas<sup>3</sup>, situadas em diferentes localidades da capital paranaense (IDEC, 2012).

Os produtos da base orgânica ou agroecológica são poucos ainda, comparado ao volume de produtos gerados sob a base técnica agroquímica ou base mista (agroquímica mais orgânica). Os cálculos dessas bases – convencionais e mistos –, por certo, elevam o número de pontos de feiras livres no Paraná e em outros Estados, repercutindo, paradoxalmente, de duas formas: efetivamente, trazem alternativas de renda às famílias produtoras, porém, crescem os perigos dos resíduos tóxicos aos consumidores.

Segmentos da sociedade, em escala geral, procuram amenizar os perigos das contaminações, elaborando e/ou consumindo os produtos livres de produtos tóxicos. Particularmente, em Assis Chateaubriand, detectou-se um local de comércio livre bastante diversificado, gerenciado por agricultores e não agricultores, e onde os produtos da base orgânica se configuram como singulares em termos de benefícios sanitários e sociais, por proteger tanto os agricultores quanto os consumidores.

Conhecer a realidade deste grupo num ambiente predominantemente, vinculado à produção de grãos baseada na agricultura moderna, é fundamental para incentivar futuros programas integrados, que vão além do comércio direto e

---

<sup>3</sup> Corresponde ao emprego de técnicas agroquímicas, juntamente com as denominadas orgânicas.

contemplem, assim, a proposta transversal da Segurança Alimentar e Nutricional (SAN), em construção nos municípios, onde se aplica esse novo conceito.

### 3 VISÃO INTERSETORIAL DA SAN

O que se tem discutido e proposto no escopo da SAN, não consiste somente na produção estável dos alimentos e no aspecto nutricional das dietas das pessoas. Desde os anos 80, as nações da América Latina e Caribe, historicamente empobrecidas e marcadas por modelos político-econômicos geradores de desigualdades, discutem a noção de “política alimentar democrática”, que pretende “[...] re-conectar a produção e consumo locais, valorizando a proximidade e a sazonalidade na produção e consumo dos alimentos [...]”, e divergir do modelo criado pelas grandes corporações capitalistas que difundem, internacionalmente, valores alimentares homogeneizantes (FRIEDMAN, 1993, *apud* MALUF, 2007, p. 48).

Nos últimos tempos (pós-fordismo), tem crescido a procura por produtos naturais, com maior valorização de produtos que incorporam serviços à produção consumida dentro e fora da residência, das vitaminas contidas nas frutas e hortaliças, e dos produtos frescos ao invés dos industrializados (WILKINSON, 1996, *apud* MALUF, 2007). É essencial acrescentar a esses fatores a preocupação ambiental e social de grupos de consumidores, considerados mais informados e com melhor poder aquisitivo, quanto à correta alimentação de produtos oriundos da base ecológica de produção e por criar, no tempo, uma perspectiva de alternativas sustentáveis nas áreas rurais dos territórios, onde a agricultura familiar se faz presente, emprega e gera renda (ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005).

A tendência de produção e consumo não é mais um processo unívoco e homogeneizante, como se orquestrou e se difundiu durante a era do projeto produtivista<sup>4</sup>. Apesar da constatação de que, por toda parte, há dominância de modelos tecnicamente intensivos de produção, alguns especialistas têm constatado

---

<sup>4</sup> A ideia de modernização foi a de padronizar os hábitos alimentares das pessoas, por toda a parte, e promover modelos intensivos de produção, assentados no consumo de insumos industriais, como fertilizantes sintéticos, agrotóxicos, sementes melhoradas, rações, máquinas e equipamentos para agricultura. Esse modelo, apesar de incrementar os volumes de produtos, trouxe sérios problemas sociais e ambientais, visto com mais intensidade em regiões da chamada periferia e semiperiferia. Não se sucumbiu à fome como fora prometido e seguiu agravando os recursos naturais com as degradações ambientais.

a resistência no interior dos países ao projeto produtivista, à padronização de formas de cultivo e de hábitos alimentares (MALUF, 2007).

Haveria, segundo esse autor, sempre diversidade ou certo grau de heterogeneidade, por conta de fatores culturais e naturais, que se pode verificar no universo bastante heterogêneo de tipos de produtores de alimentos, quer no segmento de agricultores familiares, quer nas áreas urbanas, quer entre os consumidores.

Em síntese, as questões alimentares e nutricionais não são próprias ou particulares da agricultura, nem tampouco de um único padrão técnico de produção posto em prática pelo produtivismo (no período Pós-Guerra) e sob as orientações teóricas da vertente funcionalista norte-americana. Trata-se de questões que demonstram requerer projetos e políticas intersetoriais, pois apresentam conexões com a produção, o acesso equitativo das pessoas aos mercados, o fortalecimento dos mercados locais, o uso de técnicas e insumos baseados na agricultura sustentável, a geração de emprego e renda, a valorização das tradições, o zelo preventivo com a saúde pessoal, enfim, com o planejamento e ações convergentes na perspectiva de um desenvolvimento rural sustentável e amplo.

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DO ESTUDO**

O conjunto de associados da AFAC, fundada em outubro de 2000, perfaz, atualmente, 34 membros. Aproximadamente a metade deste conjunto é composta por agricultores. A outra metade não tem qualquer vida produtiva provida pela agricultura. Ao se apurar, previamente, os integrantes e as respectivas atividades desenvolvidas na feira, foram convidados, especificamente, os agricultores para participarem do presente estudo. Nem todos aceitaram o convite, todavia, 14 agricultores membros da Associação optaram por participar, sendo este o universo empírico de base para a discussão e análise.

Os instrumentos utilizados para o levantamento de informações empíricas foram constituídos das seguintes estratégias: aplicação de um questionário estruturado (executado em ago. e set. de 2012) e consultas às fontes documentais (regimentos, estatutos, consultados em abr. e maio de 2012).

As informações recolhidas nos questionários foram processadas, tabuladas e, em seguida analisadas por meio de um programa online que utiliza a tecnologia “Google Docs”. Convém observar que algumas dessas informações podem não refletir a realidade concreta dos agricultores no que se refere, por exemplo, aos ativos financeiros gerados no comércio da feira. Percebeu-se, durante o período de coleta de informações, que a questão econômica não carece de maiores informações ou detalhamento para alguns agricultores, possivelmente, para preservarem, publicamente, as reais quantias obtidas.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A maioria dos respondentes (12 agricultores, 86%) possui idade superior a 41 anos. O nível instrucional, comparativamente aos dados oficiais da população rural brasileira<sup>5</sup>, não é preocupante; uma vez que apenas 5 agricultores (36%) respondentes possuem o ensino fundamental incompleto; e os outros 64% respondentes (9 agricultores), ou possuem o ensino fundamental completo (3 casos, 21%), ou o médio completo (5 casos, 36%), ou ainda o superior (1 caso, 7%).

A condição de proprietário do imóvel é uma característica quase plena entre os pesquisados (12 casos, 86%). Os outros 2 agricultores (14%) assumiram a condição de arrendatários de áreas de terceiros. A área média das unidades dos entrevistados correspondeu a 4,6 hectares, o que os caracteriza como minifundiários, tomando-se por base o módulo fiscal do município.

Ocupam-se com o mercado da feira, há mais de 10 anos, 10 agricultores pesquisados (71%). Os demais são relativamente iniciantes na atividade de feirante. Porém, entre os 10 pesquisados encontra-se um grupo (4 casos, 28%) com bastante experiência na condição de feirante, o qual, muito antes da fundação da AFAC, promovia a venda direta de produtos no município.

Essa posição antiga de permanência na condição de feirante pode estar relacionada ao desempenho econômico favorável e ao grau elevado de satisfação com a atividade, entre quase todos os pesquisados (13 casos, 92%). Ao lado disso,

---

<sup>5</sup> Informações do Ministério de Educação (MEC) apontam que 23,18% da população rural com mais de 15 anos é analfabeta e 50,95% não concluiu o ensino fundamental (Agência Brasil, 2013).

conforme os relatos de membros da Associação, não é comum entre os atuais agricultores feirantes ocorrerem desistências do negócio. Entre os que ocupam a posição antiga na feira (por mais de 10 anos), 5 casos (36%) apresentam grau de instrução correspondente ao fundamental incompleto.

As lides com a produção e as vendas têm um caráter tipicamente familiar, envolvendo, em média, 3 membros da família. Há também registros de contratação de serviços feito por 6 agricultores (42%), especialmente, para a realização de atividades de mandantes de serviços, desde a produção de hortifrutícolas e criação de peixes, até a produção de produtos elaborados prontos para o consumo. Pode-se afirmar, segundo os dados recolhidos, que há nesse grupo um maior recolhimento de ativos financeiros, devido, naturalmente, à inserção no mercado da feira com maiores volumes e diversidade de produtos disponíveis.

Como era de se esperar, os produtos vendidos na feira são originários das unidades dos pesquisados. Observa-se, também, a venda de produtos de origem externa às unidades dos pesquisados, adquiridos de outro agricultor local, de agentes intermediários e da Ceasa. Essa constatação indica que há falta de produtos na origem, podendo ser equacionada por meio da elevação ou implantação de novas atividades, bem como, arregimentando novos associados para se ocuparem das atividades deficitárias<sup>6</sup>.

Pode-se inferir, sem hesitação, que existe falta de produtos nas feiras, na medida em que a totalidade dos agricultores pesquisados constatou, entre os consumidores, um comportamento por demanda de frutas e legumes, para além do mercado da feira, preferencialmente nos supermercados locais e arredores.

O controle das vendas é rotineiro entre a maioria dos pesquisados (11 casos, 78%). 5 casos recolheram, individualmente, até R\$ 150,00 por semana. As análises permitem inferir que, dentro desse grupo que auferem as menores quantias, encontram-se os agricultores mais experientes com o mercado direto, por estes terem realizado transações muito antes da constituição da AFAC. Em 2 casos, as vendas totalizaram entre R\$ 450,00 e 650,00 individualmente. Outros 4 casos

---

<sup>6</sup> De acordo com a interlocução entre o coordenador do presente projeto e a diretoria da AFAC, em 2012, a incorporação de novos associados é muito pequena. Quando há intenções formais em participar da Associação, o agricultor pretendente deve encaminhar à diretoria um pedido de inclusão e a permissão para a comercialização de tipo(s) de produto(s). Em conjunto, a diretoria e os associados definem, deferindo ou indeferindo, o pedido.

somaram mais de R\$ 650,00 para cada agricultor pesquisado, semanalmente. Neste quesito, 3 agricultores (21%) não informaram os valores recolhidos.

O conjunto de agricultores pesquisados, na sua maioria (12 casos, 85%), conta com outras fontes de ingressos monetários. Assim, 4 casos (28%) informaram que recebem valores da aposentadoria. Os demais pesquisados (8 casos, 57%) disseram que exercem comércio agropecuário para além da feira. Destes últimos, um caso, isolado, atende o programa da merenda escolar.

Cabe ressaltar que há um grupo que não atinge valores brutos iguais ou superiores ao salário mínimo mensal. Mas nem por isso os pesquisados manifestaram insatisfação com o mercado da feira; ao contrário, a feira é uma alternativa que compensa para 13 casos pesquisados (93%), apesar de haver, nos últimos 7 anos, a diminuição do comércio, conforme apontaram três agricultores e o agravamento das condições econômicas mencionado por outros dois agricultores<sup>7</sup>.

Opções de mercados, políticas sociais de governo e a produção para o autoconsumo, aparentemente, compensa, até para os agricultores com os menores ativos financeiros obtidos na feira. Observa-se, genericamente, que a política agrícola favorável aos agricultores, juntamente com essas três questões recém assinaladas, promovem a continuidade (permanência) da reprodução social e material das famílias agricultoras, independentemente do espaço onde vivem.

Do ponto de vista técnico, a condução dos processos produtivos se baseia no modelo misto, registrado em 9 casos (64%). A utilização eminentemente agroquímica acontece em 3 unidades de produção (21%). Apenas 2 agricultores pesquisados (14%) recorrem ao modelo de produção orgânica. Estes, em especial, se dizem satisfeitos com essa opção. Apesar de haver uma constante vigilância (cuidados) com os cultivos (basicamente, com as hortícolas), da necessária e permanente busca de novos conhecimentos, a produção orgânica, segundo esses agricultores, compensa economicamente.

Diferentemente, os demais pesquisados anunciaram dificuldades técnicas com o manejo de doenças e insetos (pragas). Esses agentes, conforme a época do ano,

---

<sup>7</sup> Como se constata, essa é uma situação contraditória e compreensível (analisando sociologicamente) no segmento da agricultura familiar. Os demais pesquisados referiram que a situação econômica melhorou (9 casos, 64%) ou permaneceu inalterada (3 casos, 21%) nos últimos 7 anos de atividade na feira. Em razão do grau de satisfação, a maioria nem pensa em abandonar a condição de feirante. Paralelamente, há um otimismo entre os associados. A atual feira tem um futuro promissor de vendas dos produtos agropecuários, tanto para os *in natura* quanto para os elaborados, concluem os pesquisados.



são obstáculos para a transição agroecológica nas unidades. De fato, eles podem prejudicar as colheitas, mas não o suficiente para desencorajar os agricultores que se autodenominam orgânicos. A insistência com as técnicas de manejo orgânico, ao longo do tempo, acaba beneficiando as áreas de cultivo, química, física e biologicamente. Os benefícios, conforme atestam os especialistas, resultam no melhoramento das condições gerais do solo. Por esta razão, uma boa parte dos pesquisados (9 casos) recorre a esse tipo de manejo, mesclando com as técnicas agroquímicas, não enveredando, imediatamente, para o sistema orgânico, por causa dos referidos agentes-problema e da falta de domínio técnico, por consequência.

Ressalte-se, ainda, que apesar das dificuldades anunciadas, uma boa parte dos pesquisados (8 casos, 57%) acredita na possibilidade de aumentar a produção orgânica nas propriedades, mesmo que não a pratiquem, integralmente. As razões que inibem a mudança de sistema (do misto para o orgânico) não são eminentemente técnicas, como se apresentou antes.

Há uma ideia bastante interessante, que defende uma mobilização social dos consumidores com vistas à aquisição de produtos livres de agroquímicos no comércio em geral. Portanto, uma das razões de enfrentamento, visando à meta da transição, consiste em construir ideias conscientes, bem mais esclarecidas junto à população acerca dos malefícios sanitários provocados pelos agroquímicos e das alternativas técnicas, sociais e ambientais possíveis de realização, de redução ou mesmo de eliminação daqueles males.

No caso dos feirantes pesquisados, 11 deles (79%) observaram que há um comportamento indiferente entre os consumidores de Assis Chateaubriand quanto à preferência, ou por produtos da base ecológica de produção, ou por produtos da base agroquímica. Essa aparente inobservância entre os consumidores se materializa ao não darem a devida importância sanitária para os alimentos cultivados à base de venenos, no município.

Diante desta constatação, é possível constatar a total falta de consciência do público consumidor (provavelmente, por carência de informações) sobre os benefícios gerais da alimentação de qualidade, isenta de tóxicos.

Uma segunda razão, que não é própria dos pesquisados, mas, assinalada por eles, consiste no consumo de mão de obra superior no sistema de base ecológica de produção, pois a supressão das plantas invasoras exige trabalho adequado,

maior dispêndio de força humana combinada, ou com a utilização de animais de trabalho, ou com os instrumentos mecanizados disponíveis nas unidades.

A terceira razão destacada entre os pesquisados (4 casos, 28%), considerados pessimistas, por não depositarem credibilidade no sistema orgânico de produção, é de ordem sociopolítica. Os agricultores apontam a ausência de incentivos locais tanto dos setores governamentais quanto das entidades privadas, destacando-se as cooperativas de produção, favoráveis à agricultura de base ecológica no município.

Os vínculos que se estabelecem entre feirante e consumidor, neste estudo, podem ser de confiança e proximidade tal como se constatou no sul do Rio Grande do Sul por Anjos, Godoy e Caldas (2005). A metade dos pesquisados (7 casos, 50%) confirmaram, assinalando que durante a rotina de comércio semanal transacionam mercadorias com um mesmo cliente ou consumidor nem que haja, esporadicamente, a falta de itens pretendidos. Ao lado disso, a maioria dos feirantes pesquisados entende que a feira promove a convivência com os amigos e serve de local para consumir alimentos prontos.

De fato, objetivando o incremento de renda, certos agricultores procuram comercializar seus produtos elaborando-os ou tornando-os prontos para o consumo. Tornou-se rotineira a opção de venda de panifícios, compotas, geleias, schmiers, açúcar mascavo, melado, mel, sucos, conservas, água ardente, pastéis, bolinhos de peixe, defumados e culinária típica japonesa.

As opções de consumo na feira, como se vê, mobilizam os frequentadores, ultrapassando a simples aquisição de produtos hortifrutigranjeiros. Espaços como esse e outros tantos existentes nos inúmeros municípios brasileiros, onde se preservam as características específicas de mercado direto, cada vez mais devem ser apoiados pelos agentes locais, em destaque, pelos governantes nos municípios, fornecendo a infraestrutura básica (incluindo o acesso às unidades rurais) e os serviços técnicos especializados de incentivo à transição, para que haja o desenvolvimento de estilos de agriculturas sustentáveis.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A opção em praticar o sistema orgânico no município estudado é considerada fraca. Porém, os poucos agricultores que estão praticando o referido sistema encontram-se satisfeitos com os resultados financeiros proporcionados por esta

atividade. Da mesma forma, a opção da feira, sem dúvida, é uma alternativa de venda para os agricultores familiares, repercutindo positivamente entre a maioria dos entrevistados, quanto ao grau de satisfação. Percebe-se que os agricultores feirantes têm gosto pelo que fazem, independente do sistema de cultivo adotado.

A utilização do sistema misto – embora não atenda ecologicamente os princípios técnicos de produção livre dos agroquímicos –, por um lado, potencializa quimicamente a utilização de fertilizantes industriais; e, por outro, induz a diminuição das doses desse insumo. O grupo que emprega esse sistema reúne as melhores condições para adotar as práticas de manejo orgânicas. Evidentemente, os órgãos governamentais do município, que mantêm vínculos com a agricultura, juntamente com o Instituto Federal do Paraná (IFPR) de Assis Chateaubriand, por meio do curso Técnico em Agroecologia, devem apoiar a AFAC com vistas à efetivação do sistema orgânico.

Paralelamente, há que se promover uma mobilização, inicialmente, junto aos consumidores, alertando-os sobre os benefícios gerais da Segurança Alimentar e Nutricional, isto é, sobre as vantagens do “consumo consciente” de produtos livres de agrotóxicos.

Por fim, recomenda-se que os membros da AFAC permitam o ingresso de novos agricultores familiares na Associação, com o intuito de garantir a oferta de produtos, considerados faltantes ou ausentes no local.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao IFPR, pela concessão de bolsas, modalidades Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica Júnior (PIBIC-Jr) e Programa Institucional de Bolsa de Inclusão Social (PIBIS), a dois estudantes do curso Técnico em Agroecologia, campus de Assis Chateaubriand. Ao professor do IFPR, Leo Mathias Miloca, pela coordenação, em momento extraordinário, dos estudantes bolsistas na fase de coleta de dados empíricos.

## **REFERÊNCIAS**

AFAC - Associação de Feirantes de Assis Chateaubriand. **Estatuto social**. Assis Chateaubriand: AFAC, 2004.

AGÊNCIA BRASIL. **Jovens do campo terão direito a 5% dos lotes da reforma agrária.** Disponível em: <[http://www.gaz.com.br/noticia/403811jovens\\_terao\\_direto...](http://www.gaz.com.br/noticia/403811jovens_terao_direto...)>. Acesso em: 28 abr. 2013.

ANJOS, F. S.; GODOY, W. I.; CALDAS, N. V. **As feiras-livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências.** Pelotas, RS: Universitária, 2005.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo agropecuário 2006.** Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?>>. Acesso em: 20 out. 2009.

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. 2012. **Alimentos orgânicos.** Disponível em: <<http://www.idec.org.br/pdf/feiras-organicas-curitiba.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social / IAPAR - Instituto Agrônomo do Paraná. **O mercado de orgânicos no Paraná: caracterização e tendências.** Curitiba: IPARDES, 2007.

MALUF, R. S. J. **Segurança alimentar e nutricional.** Petrópolis: Vozes, 2007.

PERIS, A. F. (Org.) **Estratégias de desenvolvimento regional: região Oeste do Paraná.** Cascavel: EDUNIOESTE, 2003, p. 516 - 528.

SOUTO MAIOR, L. **História do município de Assis Chateaubriand: o encontro das correntes migratórias na última fronteira agrícola do Estado do Paraná.** Assis Chateaubriand: Clichetec, 1996.