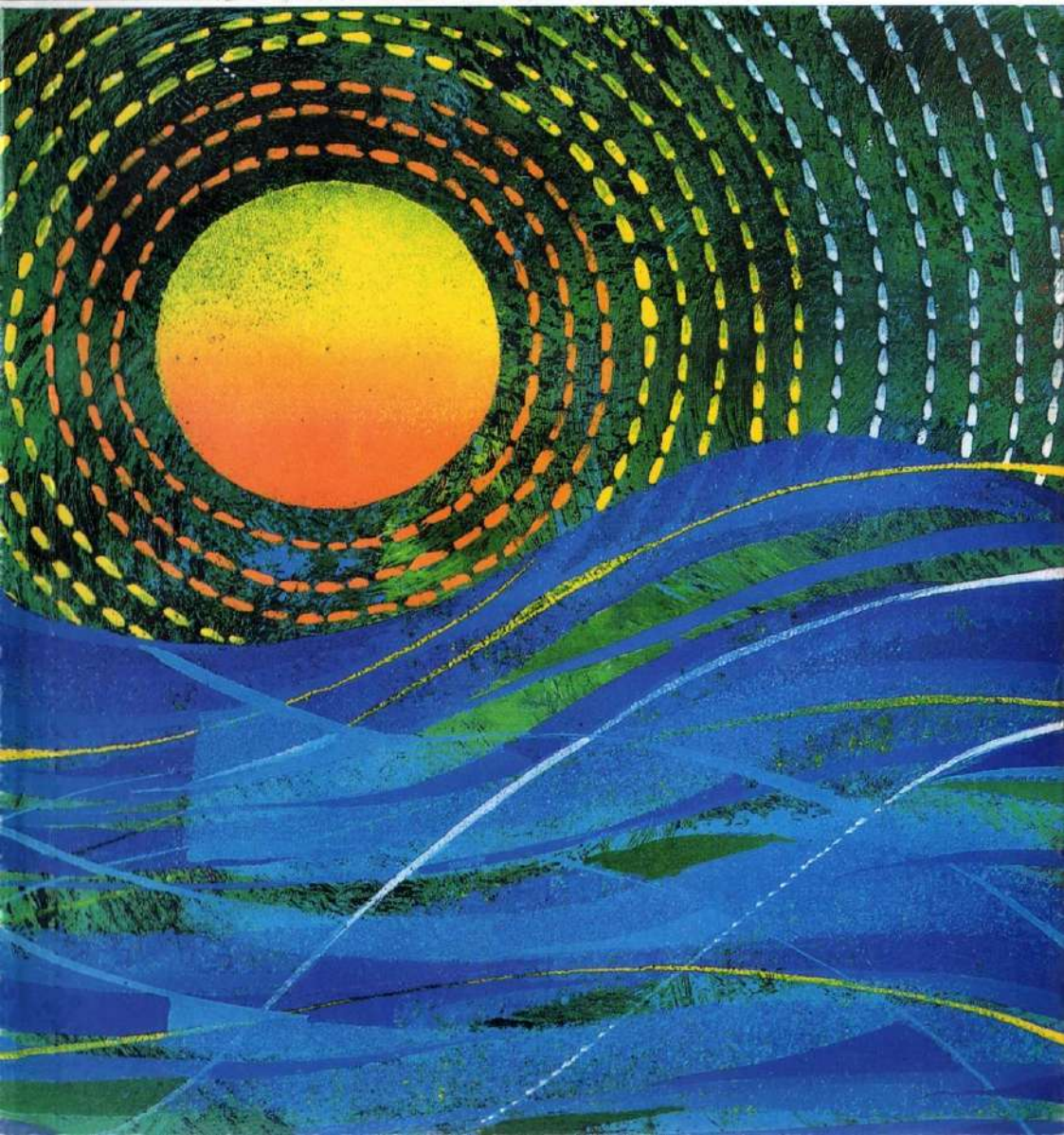


REVISTA DA

FARN

v.1 n.1 JULHO / DEZEMBRO 2001

EDUCAÇÃO EM NÍVEL SUPERIOR



REVISTA DA FARN

v. 1 n. 1

julho/dezembro 2001

**FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

Prof. Daladier Pessoa Cunha Lima

Diretor Geral

Profª. Ângela Maria Guerra Fonseca

Vice-Diretora

Prof. Stênio Gomes da Silveira

Diretor Acadêmico

Prof. Alcir Veras

Assessor de Programas Especiais

Profª. Fátima Cristina de Lara M. Medeiros

Coordenadora do Curso de Administração

Prof. Edson Luís Amaral de Oliveira

Coordenador do Curso de Ciências Contábeis

Prof. Raimundo Caio dos Santos

Coordenador do Curso de Direito

Profª. Lívia Maria Martins da Silva

Coordenadora do Curso de Licenciatura em Computação

Profª. Fátima Cristina de Lara M. Medeiros

Coordenadora do Curso de Administração com Hab. em Marketing

Profª. Lívia Maria Martins da Silva

Coordenadora do Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

REVISTA DA FARN

FARN – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte

Rua Prefeita Eliane Barros, 2000 – Tirol – Natal – RN – CEP 59.014-540

Tel.: (0xx84) 215-2917 ou 215-2918 – Fax.: (0xx84) 211-8688.

E-mail: farn@farn.br

Web Site: www.farn.br

REVISTA DA FARN

v. 1 n. 1

julho/dezembro 2001

Conselho Editorial

Profª. Ângela Maria Guerra Fonseca – Presidente

Prof. Aluísio Alfredo Dantas

Profª. Halcima Melo Batista

Prof. Itamar de Souza

Prof. José Alfredo Costa

Prof. Miguel Josino Neto

Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica

Teresa Sousa Dantas de Araújo

Capa

Levi Bulhões

Revisão

Maria das Graças de Aquino Santos

Revisão em línguas estrangeiras

Yázigi Internexus

Coordenação de Edição

Prof. Itamar de Souza

Normalização e Catalogação-na-fonte

Ana Cláudia Carvalho de Miranda

Elizângela Alves de Moura

Maria Ilza da Costa

Catalogação-na-fonte: Biblioteca da FARN

R349 Revista da FARN/ Faculdade Natalense para o Desenvolvimento
do Rio Grande do Norte. – v. 1, n. 1 (2001). – Natal: SerGraf, 2001-

Semestral

1. Administração – Periódico 2. Ciências Contábeis – Periódico 3.
Direito – Periódico 4. Economia – Periódico 5. Filosofia – Periódico 6.
Informática – Periódico 7. Sociologia – Periódico l. Faculdade Natalense
para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

CDU 0/9 (05)

Copyright: Direitos desta edição reservados à FARN – Faculdade Natalense para o
Desenvolvimento do Rio Grande do Norte -

Sumário

EDITORIAL

CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

UMA AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO EM QUE SE ENCONTRA O COMÉRCIO ELETRÔNICO NA HOTELARIA 11
Luiz Augusto Machado Mendes Filho
Anatália Saraiva Martins Ramos

COOPERATIVAS DE TRABALHO E SUAS CONDIÇÕES DE OCUPAÇÃO E RENDA: 23
Catarina da Silva Souza
Dinah dos Santos Tinoco

MARKETING DE RELACIONAMENTO: 33
Fátima Cristina de Lara Menezes Medeiros
Violeta Marques Silva Lima

PERCEPÇÃO DE MARCAS NA MENTE DO CONSUMIDOR 45
Franklin Marcolino de Souza
Sônia Trigueiro de Almeida

TEORIA DAS EXPECTATIVAS: uma análise da força motivacional dos funcionários do Banco do Brasil. 57
Antonio Alves Filho
Maria Arlete Duarte de Araújo

A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA: análise das correspondências como estratégia para análise de dados relativos à satisfação 69
Ana Maria da Silva Souza
Mário Varela Amorim
Rubens Eugênio Barreto Ramos

CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA

O CONTROLE DA GESTÃO PÚBLICA
E A LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL 83
Cristóvão Ferreira de Lima

A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO DE
COMUNICAÇÃO NO EXERCÍCIO DA
PROFISSÃO CONTÁBIL 87
Jomara Fernandes Temóteo
Halcima Melo Batista

A MACROECONOMIA POTIGUAR:
uma década de crescimento econômico 103
Aluisio Alberto Dantas

RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO
SOCIAL: um estudo de caso do serviço social
da indústria – departamento regional do Rio
Grande do Norte 113
Ana Katarina Pessoa de Oliveira

CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO

UMA APLICAÇÃO DO ALGORITMO
TRANSGENÉTICO EXTRA-INTRACELULAR PARA
SOLUÇÃO DO PROBLEMA DA COLORAÇÃO DE
GRAFOS 127
Lívia Maria Marins da Silva
Elizabeth Ferreira Gouvêa
Joaquim Elias Lucena de Freitas

CIÊNCIAS JURÍDICAS, FILOSOFIA E SOCIOLOGIA

ANOTAÇÕES AO CONCEITO DE VALIDADE
em Hans Kelsen e Niklas Luhmann 137
Vladimir da Rocha França

A AUTONOMIA DA CIÊNCIA DE GALILEU AO GENOMA	153
<i>João Batista Machado Barbosa</i>	
COMUNIDADE E SOCIEDADE: norteadoras das relações sociais	165
<i>Maria Aparecida da S. Fernandes Trindade</i>	
A CONCEPÇÃO DE JUSTIÇA DE JOHN RAWLS	175
<i>Alex de Oliveira Stanescu</i>	
DIREITO COMPARADO: objeto do direito	185
<i>Fabiano André de Souza Mendonça</i>	
HEGEL E SUA FILOSOFIA POLÍTICA	199
<i>César Adriano de Melo</i>	
A INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: uma breve abordagem sobre a sociedade da informação, o fenômeno global e a mundialização da cultura	207
<i>Sara Andrade</i>	
O PRINCÍPIO DA IGUALDADE: da formalidade à efetividade	217
<i>Carlos Thompson Costa Fernandes</i>	
PLATÃO: sua última utopia política	229
<i>Itamar de Souza</i>	
NORMAS DA REVISTA DA FARN.....	239

EDITORIAL

Vivemos a era do conhecimento em todas as suas dimensões. E hoje, mais do que nunca, o conhecimento científico, político, artístico, literário e tecnológico, todos precisam interagir numa prática interdisciplinar, visando a formação integral do homem contemporâneo.

Surge, portanto, a Revista da FARN, com a perspectiva de ser uma representação dessa visão do saber unificado. A Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte persegue esse objetivo, criando mais um instrumento adequado que ajude a viabilizar a comunhão das idéias no mundo acadêmico.

Além disso, uma revista é fonte permanente de incentivo à criatividade e à curiosidade científica. Sabem professores e alunos que agora eles dispõem de um veículo de divulgação de suas inquietações intelectuais, de suas pesquisas, de suas atividades criativas, de suas perquirições no campo do saber.

O primeiro número da revista da FARN nasceu com rapidez, entusiasmo e colaboração efetiva de todos os segmentos que integram esta instituição universitária: direção, corpo docente, discente e funcionários. A união de todos na implementação deste projeto é algo que nos emociona e estimula a ir avante na missão de educar as novas gerações.

Cada edição da revista da FARN será uma representação da atividade científica desenvolvida na Faculdade. Instrumento valiosíssimo para estimular a renovação de idéias e a produção intelectual de docentes e discentes, a Revista da FARN surge de forma alvissareira, arauto da identidade de uma Instituição que faz a opção pela qualidade, como forma de atingir a excelência acadêmica.

Daladier Pessoa Cunha Lima
Diretor Geral da FARN

UMA AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO EM QUE SE ENCONTRA O COMÉRCIO ELETRÔNICO NA HOTELARIA: um estudo de múltiplos casos nos hotéis de Natal-RN

Luiz Augusto Machado Mendes Filho¹
Anatália Saraiva Martins Ramos²

Resumo

A Internet está proporcionando cada vez mais uma expansão nos serviços hoteleiros. Desta forma, os hotéis estarão mais bem preparados para enfrentar o futuro, como também, irão oferecer serviços de qualidade e atingir seu objetivo principal que é a obtenção de lucros através da web. O presente trabalho consistiu de pesquisa de campo realizada em três hotéis da cidade do Natal – RN, onde o principal objetivo foi realizar uma avaliação do estágio em que se encontra o comércio eletrônico na hotelaria, além de verificar de que maneira os hotéis estão utilizando os serviços propiciados pela World Wide Web. Ao final, conclui-se que os hotéis de Natal estão evoluindo, mas ainda não estão utilizando o potencial que a Internet pode oferecer para gerar vantagem competitiva perante os outros hotéis da cidade.

Palavras-chave: *Comércio eletrônico na hotelaria; internet; informação virtual; turismo.*

1 INTRODUÇÃO

O setor de turismo tem uma atuação destacada nos negócios globais, pois movimenta o montante de US\$ 3,5 trilhões, o que é equivalente a 11,7 % do PIB mundial e com perspectivas de crescer 4,1% ao ano em termos reais, de acordo com a World Travel & Tourism Council em julho de 2000 (WTTC, 2001).

¹ Mestrando em Engenharia de Produção (UFRN) e Professor do Curso de Administração da FARN
E-mail: Luiz@fam.br

² Doutora em Engenharia de Produção (UFRJ) e Professora do Programa de Engenharia de Produção da UFRN
E-mail: Anatalia@ufrnet.br

Segundo Sheldon (1997), as duas maiores e mais crescentes indústrias no mundo são: o Turismo e a TI (Tecnologia de Informação). A hotelaria, juntamente com o turismo, dependem cada vez mais do recurso de novas tecnologias da informação e, em particular, da informática, para acompanhar e se atualizar de ferramentas que permitam um eficiente desempenho das funções de cada setor do hotel, propiciando melhores resultados para a sua gestão (MATOSO, 1996).

Castelli (1999) também afirma que no mundo moderno gerir um hotel com qualidade será uma questão de sobrevivência. Para ele, um trabalho feito com conhecimento, técnica e atitudes profissionais resultará num aumento de produtividade, além de uma melhor competitividade e na própria sobrevivência do hotel. E para que isso ocorra, os sistemas informatizados vêm sendo incorporados cada vez mais no gerenciamento dos hotéis, obtendo resultados altamente positivos.

Segundo Laudon e Laudon (1999), a internet proporciona uma expansão nos serviços hoteleiros. Um exemplo dessa nova realidade seria o fato dos futuros hóspedes não precisarem da ajuda de uma agência para efetuar uma reserva de hotel. Através da *web*, o cliente pode verificar a localização do hotel, preço de apartamento, fotos dos quartos e informações turísticas da região. Para Albertin (2000) a utilização do ambiente digital, que é composto pela utilização ampla e intensa das tecnologias de informação e comunicação, e que formam a infra-estrutura de comunicação pública e que inclui a Internet, encontra-se hoje num estágio intermediário. Sendo assim, a evolução prevê que a *web* será utilizada para o fornecimento e troca de informação, comunicação, realização de transações, e tendo se iniciada com a publicação de informações institucionais, devendo evoluir até o surgimento das comunidades, tanto de empresas como pessoas, formando o ambiente de negócios na era digital.

Hoje, através de uma home-page de um hotel o cliente pode consultar on-line as tarifas do hotel, a disponibilidade de quartos, além de confirmar a reserva do período em que ficará hospedado. E no final desse processo, o cliente irá ter agilidade, eficiência e baixo custo na operação, uma vez que a confirmação da reserva dispensa a necessidade de várias ligações telefônicas ou envio de fax (MONTEIRO, 1999). Portanto, a Internet surge como uma plataforma adequada para trazer a informação e serviços de turismo ao cliente de maneira direta (FLECHA; DAMIANI, 2000).

De acordo com Werthner e Klein (1999), o Turismo é um dos mais importantes tipos de comércio pela Internet. Em 1997, entre 33% e 50% das transações eletrônicas já eram relacionadas ao Turismo (WERTHNER; KLEIN,

1999). Desta forma, a tendência é que todas as grandes empresas ligadas a indústria turística (hotéis, agências de viagens, companhias aéreas, locadoras) possuam alguma forma de comércio eletrônico pela Internet (O'CONNOR, 1999). Através de uma pesquisa realizada entre 454 hotéis nos Estados Unidos, 85% classificaram a Internet como sendo de vital importância para o desenvolvimento da indústria hoteleira (HOOF; COMBRINK, 1998). E segundo Jeong and Lambert (2001), a Internet já tem modificado a estratégia competitiva de alguns hotéis nessa indústria.

Dessa forma, os hotéis deverão passar por uma adaptação interna e externa dos setores, de maneira a criar soluções que lhes possibilitem responder com sucesso e rapidez a este novo desafio (OLSEN; CONNOLLY, 2000). E caso a Internet/TI seja utilizada de forma eficaz e eficiente, os hotéis estarão melhores preparados para enfrentar o futuro, oferecendo serviços de qualidade aos seus clientes, além de atingir seu objetivo principal que é a obtenção de lucros através da *web* (SIGUAW; ENZ, 1999).

De acordo com a pesquisa realizada por Abreu e Costa (2000), verificou-se que apesar de algumas falhas em operações através da Internet, as pessoas estão comprando e comprarão cada vez mais através da *web* e esta é uma informação imprescindível para os hotéis que desejem sobreviver numa era tão competitiva.

O artigo apresenta e discute os resultados de uma pesquisa exploratória que teve como objetivo avaliar o estágio em que se encontra o comércio eletrônico na hotelaria, além de verificar como os hotéis estão utilizando os serviços propiciados pela Internet.

2 METODOLOGIA

O delineamento da pesquisa consiste de uma abordagem descritiva qualitativa, de um estudo de múltiplos casos realizado em três hotéis da cidade do Natal – RN: Monza, Marsol e Pizzato (sendo os dois primeiros hotéis de quatro estrelas e o último de três estrelas). As fontes de coletas de dados utilizadas foram entrevistas estruturadas, através de um roteiro previamente enviado, contendo nove perguntas, acompanhadas de observação direta intensiva.

O objetivo da pesquisa foi realizar uma avaliação do estágio em que se encontra o comércio eletrônico na hotelaria utilizando o modelo ICDT

(ANGEHRN, 1997), além de verificar de que maneira os hotéis estão utilizando os serviços propiciados pela *web*.

A escolha de realizar um estudo de múltiplos casos se justifica pelo fato de que fica mais generalizada as observações constatadas, em contrapartida do estudo baseado num caso único em que a empresa escolhida deve ser um exemplo crítico de teoria bem formulada, o caso deve ser extremo e único, além de possuir características reveladoras para a pesquisa.

Conforme Yin (1994), quando as fronteiras entre o fenômeno e as suas implicações não estão ainda bem definidas é justificável a adoção da metodologia de estudo de caso. Portanto, a escolha deste método é perfeitamente ajustada para esta pesquisa, pois as empresas estão trabalhando com aplicações de Internet nos negócios há pouco mais de três anos.

3 ANÁLISE DO USO DA INTERNET NA HOTELARIA

O uso da informática dentro da hotelaria evoluiu bastante nas últimas décadas. No início (na década de 70), quando os sistemas de informações ainda eram manuais, trazia muito trabalho braçal para se obter as informações. Depois, durante a década de 80, com a introdução dos microcomputadores em alguns setores do hotel, facilitou e agilizou as tarefas transacionais e operacionais dos hotéis. E a partir da década de 90, com o surgimento dos sistemas de informações gerenciais e de apoio à decisão, e que funcionava também integrado com todos os sistemas de cada setor do hotel, os gerentes passaram a tirar mais proveito de informações de valor estratégico, além dos processamentos de transações já presentes nos sistemas que existiam anteriormente.

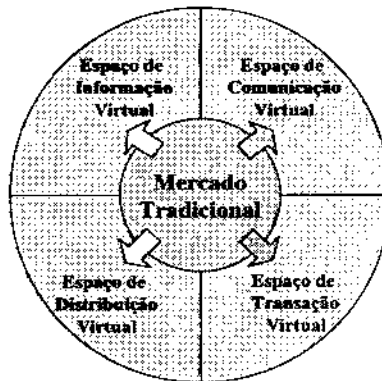
Agora, com a chegada da Internet, os sistemas de informação estão passando por algumas adaptações para se adequar à essa nova realidade. Trazendo mais uma vez benefícios para a indústria hoteleira.

Portanto, de acordo com os resultados obtidos através das entrevistas, procurou-se enquadrar a evolução da utilização da Internet na hotelaria utilizando o Modelo ICDDT (Information, Communication, Distribution, Transaction) proposto por Angehrn (1997), permitindo avaliar em que estágio se encontra o comércio eletrônico na rede hotelaria de Natal-RN.

O Modelo ICDT (Figura 1) é dividido em quatro partes:

- Espaço de Informação Virtual (Virtual Information Space – VIS): o espaço que se refere às informações fornecidas sobre os produtos e serviços da empresa;
- Espaço de Comunicação Virtual (Virtual Communication Space – VCS): espaço onde se estabelece relacionamentos, troca de idéias e opiniões;
- Espaço de Distribuição Virtual (Virtual Distribution Space – VDS): espaço que se refere à entrega de produtos e serviços;
- Espaço de Transação Virtual (Virtual Transaction Space – VTS): espaço que se refere à negociação.

Figura 1 – Modelo ICDT



Fonte: adaptado de Angehrn (1997)

A seguir, foram utilizadas as entrevistas para avaliar em quais espaços virtuais os hotéis se enquadraram.

3.1 Espaço de Informação Virtual

Os hotéis que responderam o questionário possuem basicamente a mesma resposta com relação aos serviços prestados por eles através da Internet. Os serviços disponibilizados são os seguintes: fotos de cada tamanho dos quartos (*single, double e triple*), fotos da faixa do hotel, fotos das piscinas e restauran-

tes, mapa do hotel, mapa da cidade, localização do hotel, percurso do hotel para outros pontos, roteiros turísticos da cidade, praias mais próximas e informações sobre os costumes da cidade.

Assim, podemos verificar a importância que o hotel dá, não apenas para sua infraestrutura, mas também às informações necessárias para que o hóspede possa também desfrutar dos serviços oferecidos pela cidade durante o período em que ele irá permanecer no hotel.

Os entrevistados responderam também que está sendo mais prático e cômodo utilizar a Internet para enviar e receber informações para clientes e fornecedores, do que antigamente quando se usava o aparelho de fax para a transmissão de relatórios. Além disso, os entrevistados afirmaram que a Internet seria um tipo de mídia mais barato de divulgar informações pertencentes a cada hotel, do que às formas tradicionais existentes de divulgação.

Outra vantagem percebida pelos respondentes foi que o cliente agora pode obter com mais facilidade as informações sobre o hotel (localização, tarifas, classificação hoteleira, tamanho de quarto) através da *web*. Com isso evita que o cliente chegue no hotel sem saber qual é o padrão dos apartamentos, opções de lazer, serviços oferecidos e etc. Conhecendo um pouco do ambiente onde irá se hospedar.

3.2 Espaço de Comunicação Virtual

Segundo os respondentes, o setor Comercial utiliza a Internet para mandar e-mails de aniversários para clientes que já se hospedaram no hotel ou de boas vindas pelo retorno. Utiliza a Internet também para fazer mala-direta para seus clientes especiais, informando-os, por exemplo, sobre promoções . Além disso, um dos hotéis respondeu que possui um *mailing* (um banco de dados que contém os e-mails de vários clientes) e através dele envia boletins periódicos contendo informações do hotel e da cidade do Natal para aqueles que se cadastrarem na home-page do hotel. Os hotéis procuram também cadastrar o seu endereço eletrônico em portais conhecidos dos internautas, de forma a facilitar a divulgação do contato digital do hotel.

Enquanto que o setor de Reservas do hotel é onde se trabalha mais com a Internet, pois os três hotéis que participaram desta enquête possuem em sua home-page um cadastro de reserva, que através dela o cliente pode enviar os seus dados para hospedagem, e a partir daí ter a sua presença confirmada no hotel por e-mail.

Com o uso da Internet o hotel poderá disponibilizar formulários em sua home-page de forma que os visitantes respondam suas preferências, e a partir daí o hotel poderá personalizar seus serviços de acordo com a comodidade do cliente.

3.3 Espaço de Distribuição Virtual

De acordo com as respostas dos entrevistados, o Espaço de Distribuição Virtual ainda não é utilizado nos hotéis de Natal. O fato é que não ocorre a entrega de serviços ou produtos hoteleiros através da Internet.

3.4 Espaço de Transação Virtual

Dos três hotéis pesquisados, dois não possuem pagamento eletrônico direto e dessa forma o cliente deve efetuar o depósito no banco em conta corrente do hotel ou então enviar e-mail com o número do cartão de crédito do cliente para se realizar o pré-pagamento da fatura. O terceiro hotel possui em sua página do site um link com um banco em que ao clicar nele é acessado o banco e realizado pagamento total ou parcial das diárias para se garantir as reservas.

De qualquer forma, essa nova maneira de se realizar pagamento pela Internet gera um custo maior para o hotel desenvolver esse novo processo, e cabe também ao cliente romper o paradigma de que comprar pela Internet é mais perigoso do que pela forma tradicional de se efetuar pagamentos.

No que se refere ao hotel utilizar a Internet para realizar compras, o que se percebeu entre os entrevistados foi que setores, como por exemplo: Administrativo e Alimentos e Bebidas, realizam pesquisa de preços dos produtos dos seus setores, porém não se efetua a compra pela rede, ou seja, utiliza-a apenas para consulta.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rede hoteleira de Natal utiliza o Espaço de Informação Virtual pois os hotéis estão divulgando e fornecendo informações sobre eles através da Internet. E como consequência desse espaço, os entrevistados responderam que após a implantação da Internet no hotel, o volume de reservas aumentou relativamente. Outro hotel respondeu que atualmente 40% das reservas estão sendo efetuadas pela *web*. Ou seja, antes da chegada dessa tecnologia o setor

reservas tinha que correr atrás de novos clientes, hoje em dia são eles que estão aparecendo.

Outro fato gerado pelo Espaço de Informação Virtual é que a quantidade de turistas estrangeiros aumentou consideravelmente após a implantação da Internet no hotel. Isso acontece principalmente porque o endereço eletrônico do hotel passou a fazer parte dos portais de serviços da *web* e dos sites de busca que trazem os hotéis que fazem parte da localidade que se deseja viajar.

No que se refere ao Espaço de Comunicação Virtual, os hotéis da cidade de Natal estão estabelecendo relacionamentos, troca e opiniões através da Internet com os seus clientes. Isso possibilita que o hotel informe aos seus clientes sobre promoções e outras informações importantes com mais rapidez. Em compensação o cliente ao enviar um e-mail para o gerente do hotel, por exemplo, tem uma expectativa de resposta muito mais rápida do que se fosse através de uma carta tradicional.

Dentro do Espaço de Comunicação Virtual é importante ressaltar que o hotel deve saber controlar o número de mensagens promocionais enviadas aos seus clientes, pois caso contrário, a quantidade excessiva de mensagens poderá aborrecer o cliente, e isso não irá causar uma boa imagem para o estabelecimento.

O Espaço de Distribuição Virtual ainda não é disponibilizado pela rede hoteleira natalense. Os hotéis não estão entregando produtos ou serviços através da Internet.

Com relação ao Espaço de Transação Virtual, dois dos hotéis responderam que estão utilizando a Internet para enviar e-mails de confirmação de reservas e de comprovante de pagamentos referentes às reservas solicitadas pelos clientes. Apenas um deles realiza o pagamento eletrônico pela rede.

Seria importante que houvesse uma conscientização por parte dos empresários e dos clientes em utilizar os benefícios de se pagar os serviços do hotel pela Internet. Para o hotel seria bom porque o dinheiro já entraria na conta corrente ou do cartão de crédito, enquanto que para o cliente se tornaria muito mais cômodo e conveniente realizar o pagamento dos serviços do hotel através do computador instalado em sua casa.

Segundo Abreu e Costa (2000), a Internet na hotelaria é utilizada como ferramenta de segundo plano pelos empresários e que eles não têm consciência

de todas as potencialidades que a Internet possui, e não está se disponibilizando tempo e recursos financeiros na utilização da Internet como ferramenta estratégica para o comércio eletrônico na hotelaria.

Portanto, como podemos perceber o espaço que se sobressai dentre os quatro já citados, é o de Informação Virtual. Esse espaço é também o mais simples entre os demais, e o hotel aproveita para disponibilizar e divulgar informações sobre o hotel e sobre a cidade.

No geral as empresas estão também utilizando mais o Espaço de Informação Virtual. Segundo Albertin (2000), as empresas atualmente utilizam as aplicações de comércio eletrônico para realizar a divulgação de informações sobre produtos e serviços. E a previsão para as empresas é que os próximos processos a serem mais utilizados será o Espaço de Transação Virtual.

A utilização da Internet na rede hoteleira de Natal-RN cresce a cada dia. Em alguns hotéis o uso dessa tecnologia ainda está engatinhando, enquanto que em outros hotéis a sua usabilidade está em pleno vapor. Caberá aos empresários desses hotéis procurar incentivar mais políticas de utilização da Internet dentro do ambiente de negócio para que se possa estar antenado com essa nova realidade e de competir de igual para igual com os grandes concorrentes.

Existem praticamente dois empecilhos que inviabilizam a iniciação do hotel dentro da Internet. A primeira se refere ao custo de se desenvolver e de manter a home-page desenvolvida para o hotel. E a segunda ocorre devido a falta de conhecimento técnico por parte dos donos do hotel em saber utilizar a Internet como ferramenta poderosa para se obter a vantagem competitiva no mercado.

Faz-se necessário considerar também que o desenvolvimento de uma nova tecnologia como a Internet, não adianta apenas tentar implantá-la como uma forma tradicional de se alcançar agilidade em processos operacionais e estratégicos. O ideal é que utilize essa tecnologia procurando explorar ao máximo seu potencial, tirando proveito de todos os seus recursos.

Para os hotéis de pequeno porte as dificuldades serão maiores de se integrar com a Internet, pois até a utilização de computadores dentro desses hotéis ainda é incipiente. Mas com o decorrer do tempo a tendência é que eles possam também desfrutar dos benefícios trazidos pela *web*.

Um fator crítico de sucesso para o hotel será procurar oferecer cada vez mais produtos pela Internet aos seus clientes de forma a vinculá-lo aos serviços

prestados pelo hotel. Dessa forma o estabelecimento estará ganhando mais um parceiro, que seria o cliente, para divulgar suas informações e também utilizar mais ainda o hotel.

Neste trabalho foi possível analisar a situação de três hotéis e dar uma contribuição no sentido de oferecer uma avaliação do panorama de utilização do comércio eletrônico nos hotéis de Natal-RN. Porém, pelo seu caráter temporal e de estudos de casos, tem-se a expectativa de que outras pesquisas possam complementar e ampliar esta base de conhecimento sobre os impactos da utilização da Internet nos hotéis.

REFERÊNCIAS

ABREU, N. R.; COSTA, E. B. Um estudo sobre a viabilidade da utilização de marketing na internet no setor hoteleiro de Maceió. In: ENCONTRO DA ANPAD, 24., 2000, [S.l.]. **Anais...**

ANGEHRN, Albert. Design mature Internet business strategies: the ICDDT model. **European Management Journal**, v. 15, n. 4, ago.1997, p. 361-369.

ALBERTIN, Alberto Luiz. Evolução do comércio eletrônico no mercado brasileiro. In: ENCONTRO DA ANPAD, 24., 2000, [S.l.]. **Anais...**

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 6. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

FLECHA, Angela Cabral; DAMIANI, Wagner Bronze. Avanços da tecnologia da informação: resultados comparados de *sites* da indústria hoteleira. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 24., 2000, São Paulo. **Anais...** São Paulo: [s.n.], 2000.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. **Sistemas de informação com internet**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

MATOSO, J.M.G. **A informática na hotelaria e turismo**. Lisboa: Plátano Ed.Técnicas, 1996.

MONTEIRO, Paula. Automação 5 estrelas: sistemas de administração hoteleira invadem o mercado. **Automação**, maio 1999, p. 30-33.

NAMASIVAYAM, Karthik; ENZ, Cathy A.; SIGUAW, Judy A. How wired are we? The selection and use of new technology in U.S. hotels. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, v. 41, n. 6, dez. 2000, p. 40-48.

O'CONNOR, P. **Electronic information distribution in tourism and hospitality**. Wallingford: CAB International, 1999.

OLSEN, Michael D.; CONNOLLY, Daniel J. Experience-based travel. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, v. 41, n. 1, fev. 2000, p. 30-40.

PHILLIPS, P. A.; MOUTINHO, L. **Strategic planning systems in hospitality and tourism**. Wallingford: CAB International, 1998.

SHELDON, P. **Tourism information technology**. CAB International, Wallingford, UK, 1997.

SIGUAW, Judy A.; ENZ, Cathy A. Best practices in information technology. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, v. 40, n. 5, out. 1999, p. 58-71.

WERTHNER, Hannes; KLEIN, Stefan. **Information technology and tourism – a challenging relationship**. New York: Springer, 1999.

WTTC. **World Travel & Tourism Council**. Disponível em: <www.wttc.org>. Acesso em: maio 2001.

YIN, Robert K. **Case Study Research: design and methods**. Applied Social Research Methods Series. 2. ed. London: Sage Publications, 1994.

Abstract

The Hotels are increasingly providing services through the Internet. That way, Hotels not only will be more prepared for the future, but also they will offer quality services and increase their profit through the web. This paper derived from an interview survey applied in three hotels located in Natal - RN. The main purpose of this survey was to analyze how the stage of the electronic commerce in the hotels is, and verify which way they are using the services that the World Wide Web can offer. At the end, the conclusion was that the hotels in Natal are gradually developing their services on the web, but they are still not using its fullest potential to gain competitive advantages and differentiate them from the others hotels in the city.

Key words: *Electronic commerce in the hotels, web; virtual information; tourism.*

COOPERATIVAS DE TRABALHO E SUAS CONDIÇÕES DE OCUPAÇÃO E RENDA: um estudo exploratório na cidade do Natal/RN

Catarina da Silva Souza¹
Dinah dos Santos Tinoco²

Resumo

Este trabalho investiga as condições de ocupação e renda das cooperativas de trabalho da cidade do Natal. Para realizá-lo foram pesquisadas 15 cooperativas em atividade. Levantou-se dados sobre os tipos de serviços oferecidos, motivos de formação, determinação dos rendimentos, tipo de contratação, além de benefícios, vantagens e dificuldades encontradas nas cooperativas de trabalho. Os resultados evidenciam que a prestação de serviços é o ramo de atividade predominante, principalmente os serviços que exigem pouca qualificação. A geração de ocupação e renda é um dos fatores que motivam a constituição das cooperativas de trabalho, havendo assim um crescimento acentuado no período entre 1995 a 1997, quando se destacou a constituição de cooperativas com um maior grau de qualificação dos cooperados. Os rendimentos distribuíram-se equitativamente entre os níveis de renda: maior que um e menor que três salários mínimos; e maior que três e menor que cinco salários mínimos. Quanto aos benefícios, apresentaram-se pouco significativos. As maiores dificuldades referem-se a ausência de recursos próprios e a falta de conscientização dos cooperados sobre o cooperativismo, enquanto que a principal vantagem apontada pelos entrevistados diz respeito a geração de ocupação e renda

Palavras-chave: *Cooperativas de trabalho; cooperativismo; geração de ocupação e renda.*

1 INTRODUÇÃO

O mundo do trabalho tem sido alvo de vários debates e questionamentos principalmente nesta última década do milênio. Percebe-se que o trabalho tradici-

¹ Mestre em Administração pela UFRN; professora do curso de Administração da FARN. E-mail: cssou@ig.com.br

² Doutora em Urbanisme Amenagement du Territoire pela Université de Paris XII; professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRN. E-mail: dinah@natalnet.com.br

onal com carteira assinada em tempo integral passa por modificações e o mercado de trabalho já não consegue absorver todos aqueles que compõem a camada da população em idade de trabalhar. Nem mesmo os já empregados desfrutam de segurança e garantia de seus empregos.

Diante da falta de perspectivas, as pessoas desempregadas procuram novos meios de inserção no mercado de trabalho, buscando alternativas para o desemprego, seja através do ingresso no mercado informal ou por meio da criação de pequenos negócios. Contudo, uma atividade, apesar de não ser recente, vem adquirindo um significativo crescimento entre os profissionais, qualificados ou não, pertencentes as mais diversas áreas é a atividade cooperativista, a qual, nos últimos anos, vem apresentando um expressivo crescimento no meio urbano, principalmente, no que concerne a formação de cooperativas de trabalho.

Diferentemente das primeiras cooperativas criadas, hoje, as cooperativas, principalmente as de trabalho, são vistas; em primeiro lugar, como uma alternativa ao desemprego para seus cooperados. Segundo Chastinet (apud DUTRA, 1999, p. 153), as cooperativas de trabalho podem ser definidas como:

Organizações de pessoas físicas, reunidas para o exercício profissional em comum, em regime de autogestão democrática, tendo como base primordial o retorno ao cooperado do resultado de sua atividade laborativa, deduzidos exclusivamente os impostos e os custos administrativos.

Sendo uma organização sem fins lucrativos, na qual os sócios se beneficiam enquanto autônomos dos serviços por ela intermediados, a cooperativa não mantém vínculo empregatício com seus cooperados. Por outro lado, verifica-se que os associados também ficam desprotegidos de alguns direitos trabalhistas como décimo terceiro salário, férias, FGTS, aposentadoria, etc., a menos que a cooperativa mantenha fundos de reserva que sirvam para fornecer benefícios aos associados.

Assim, é possível afirmar que as cooperativas de trabalho não se apresentam como uma alternativa ao desemprego, mas entende-se, que, a proliferação das cooperativas de trabalho apresenta-se tanto como alternativa para geração de ocupação e renda, quanto mão-de-obra de baixo custo para as empresas que fazem uso da terceirização de trabalhadores vinculados às cooperativas. Tal fato, ocorre mediante a reestruturação produtiva e organizacional por meio da qual, várias empresas submetem-se com o objetivo precípuo de eliminação de custos

de produção, fugindo dos encargos trabalhistas. Para tanto, utilizam-se de empresas terceirizadas, sendo várias delas cooperativas cujos membros, em muitos casos, são oriundos das empresas contratantes, os quais foram demitidos ou aderiram a planos de demissão voluntária.

Observa-se a expansão do cooperativismo no país e também no Rio Grande do Norte onde ocorre um incremento considerável na constituição de cooperativas de trabalho, conforme apresentado no quadro abaixo.

QUADRO 01 : EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE COOPERATIVAS DE TRABALHO NO RIO GRANDE DO NORTE

ANO	QUANTIDADE	TAXA DE CRESCIMENTO
1977	1	-
1987	8	700%
1990	9	12.5%
1996	16	77.77%
1997	27	68.75%
1998	35	29.63%

FONTE: OCERN/1998

Em 1977, as cooperativas de trabalho tiveram início no estado com a criação da Cooperativa dos Jornalistas de Natal Ltda., hoje inativa. Posteriormente, foram criadas outras cooperativas constituídas por diversos profissionais como: taxistas, artistas, costureiras, artesões etc. Vale ressaltar que, trata-se de um fenômeno recente, visto que seu desenvolvimento se fez ao longo das duas últimas décadas. Atualmente o segmento de trabalho no Rio Grande do Norte teve acentuado crescimento no período entre 1996 e 1998, correspondendo a 118,75%, através da constituição de dezenove cooperativas de trabalho.

Entendendo-se que o cooperativismo pode ser considerado uma alternativa de geração de ocupação e renda e em um meio de minimização de custos para os seus contratantes, o presente artigo objetiva analisar as condições de ocupação e renda proporcionadas pelas cooperativas.

Em termos metodológicos, este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória-descritiva, cuja amostra foi representada por 20 cooperativas localizadas na cidade do Natal. No momento da aplicação da pesquisa, cinco dessas

cooperativas não estavam funcionando. Sendo assim, a amostra contou com a participação de 15 cooperativas ativas, relacionadas no quadro 02. Foram aplicados formulários com dirigentes cooperativistas: presidentes e/ou secretários, além de consulta as fontes secundárias: documentos, relatórios, artigos, pesquisas, publicações, legislação e estatísticas que deram subsídios à análise.

2 AS COOPERATIVAS DE TRABALHO DE NATAL POR SETOR DE ATIVIDADE

Considerando-se por definição que as cooperativas de trabalho constitui um segmento no qual congrega profissionais de diversas áreas, identificou-se na presente pesquisa amostra pesquisada os seguintes setores de atividades: 86,67% são prestadoras de serviços, dentre elas: consultoria e assessoria; transporte; estivagem; limpeza; educação e moto entrega. O segundo setor de atividades com 13,33% trata-se das cooperativas de produção e comercialização artesanal.

Por meio da análise desses setores de atuação, foi possível constatar que o profissional cooperado em geral apresenta baixa qualificação com exceção das atividades de consultoria/assessoria e educação, nas quais exige-se a conclusão de curso superior. Dos 2.834 cooperados ligados as cooperativas de trabalho pesquisadas, 2.608 desenvolvem atividades que requerem pouco grau de qualificação, principalmente aqueles associados às prestadoras de serviços de limpeza, moto entrega e transporte.

QUADRO 02: RELAÇÃO DAS COOPERATIVAS EM ATIVIDADE QUE COMPÕEM A AMOSTRA

Nº	COOPERATIVAS	Nº SÓCIOS	FUNDAÇÃO
01	COOMUNAT – Cooperativa Comunitária dos Trabalhadores de Natal	500	1997
02	COOPSERN – Cooperativa dos Prestadores de Serviços de mão-de-obra do Estado do RN	200	1997
03	COOTALIMP - Cooperativa dos Trabalhadores na Limpeza do Rio Grande do Norte	210	1993
04	COOPTEC – Cooperativa de Trabalho Multi Profissionais.	26	1997
05	COOSITRAB – Cooperativa Sistema Integrado de Trabalho	58	1997

06	COOPELETRIC – Cooperativa de Multi Serviços dos Eletricitários do RN	42	1997
07	COOPERN – Cooperativa dos professores do Rio Grande do Norte	43	1996
08	COOPENAT - Cooperativa dos Educadores de Natal	29	1996
09	COOPACERN – Cooperativa de Profissionais de Assessoria e Consultoria Educacional do Rio Grande do Norte	28	1996
10	COPALA – Cooperativa dos Produtores Artesanais do Rio Grande do Norte Ltda.	518	1963
11	COPERCUTAC – Cooperativa Artesanal dos Assistidos do Crutac	300	1970
12	COOPTAX – Cooperativa dos Proprietários de Táxi de Natal	784	1983
13	COOPERESTIVA - Cooperativa dos Trabalhadores em Estivagem e Desestivagem de cargas	44	1996
14	COOPMOTO – Cooperativa dos entregadores de mercadorias e serviços de Natal.	22	1996
15	COOPEREXPRESSO – Cooperativa dos motoqueiros expresso de Natal	30	1998
TOTAL		2.834	

FONTE: OCERN, 1998

Existe uma concentração de cooperativas surgidas no período compreendido entre 1996 e 1997, quando dez das quinze cooperativas pesquisadas foram fundadas. É possível inferir que a situação financeira do país marcada pelo desemprego, pelo incentivo às aposentadorias precoces, juntamente com programas de demissão voluntária e crescimento do setor informal contribuiu para o surgimento de novas cooperativas de trabalho. Como exemplo, Souza (1999) cita a constituição da COOPELETRIC, formada por ex-funcionários da COSERN (Companhia Energética do Rio Grande do Norte), bem como a

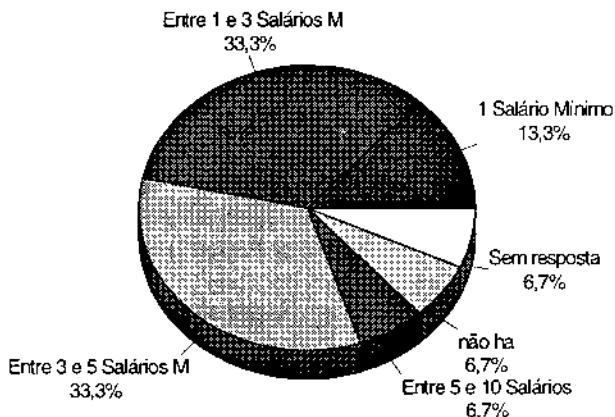
COOTALIMP, constituída por funcionários ameaçados de demissão pela Urbana (Companhia de Serviços Urbanos de Natal).

Percebe-se que nesse período (1996 e 1997), das dez cooperativas fundadas, todas são prestadoras de serviços, o que pode ser explicado também pela ampla terceirização de serviços que vem ocorrendo nas empresas mercantis, constituindo-se em um mercado de atuação potencial para essas cooperativas, fato este, incentivado pelo acréscimo do parágrafo único ao artigo 442 da CLT, o qual refere-se ao contrato de trabalho, que estipula a não existência de vínculo empregatício entre a cooperativa e os cooperados e entre esses e o tomador de serviços. Diante do contexto apresentado, a alternativa para geração de ocupação e renda predominou como a principal motivação para a criação das cooperativas de trabalho.

No que toca a determinação dos salários e rendimentos no âmbito das cooperativas de trabalho, constatou-se quanto ao nível de rendimento, que os mesmos distribuem-se equitativamente entre os níveis de renda: maior que 01 até 03 salários mínimos (33,3%) e maior que 03 até 05 salários mínimos (33,3%), representando então 2.008 cooperados associados a nove cooperativas prestadoras de serviços e uma cooperativa de produção artesanal. Esses rendimentos demonstram que a renda auferida com as atividades intermediadas pelas cooperativas de trabalho não difere da renda proporcionada pelo mercado formal de trabalho. Verificou-se também, que a remuneração dos cooperados é definida ora conforme o nível de produção das atividades desenvolvidas (60% da amostra), ou variável conforme as condições de cada contrato (26,7% da amostra). No que diz respeito aos tipos de contrato existentes, os mesmos coadunam-se com a legislação cooperativista, já que, em sua maioria não possuem vínculo empregatício (73,3%), os demais são os funcionários das cooperativas.

Com relação aos benefícios proporcionados pelas cooperativas de trabalho aos seus cooperados, verificou-se que 46,7 %, não oferecem nenhum tipo de benefício. No que se refere aos serviços disponibilizados pelas demais cooperativas esses foram são classificados em: convênio com farmácias; vale transporte; vale alimentação e seguro saúde (observado em apenas uma cooperativa). Foram detectadas, além desses benefícios, outras práticas como: empréstimos e auxílios na ocorrência de acidentes. Dessa forma, verifica-se a fragilidade no que concerne aos benefícios proporcionados pelas cooperativas, o que é justificado pelas mesmas, devido ao pouco tempo de atividade e ausência de receita que possibilite a oferta de benefícios significativos.

3 NÍVEIS DE RENDIMENTOS DOS COOPERADOS DAS COOPERATIVAS DE TRABALHO DE NATAL-RN



De modo geral, quanto as vantagens proporcionadas pelas cooperativas aos seus cooperados, as mesmas coadunam-se com os motivos de formação, visto que são oferecidas as seguintes vantagens: oportunidade de trabalho e economia na compra de bens e insumos, os quais estão ligados aos motivos de formação das cooperativas de trabalho, como: alternativa a geração de ocupação e renda e economia na compra de bens e insumos apontados pelos entrevistados.

Por fim contemplando-se as dificuldades enfrentadas pelas cooperativas de trabalho, a ausência de conscientização dos cooperados é marcante, sendo enfrentada por 12 das 15 entrevistadas (80%), seguidas pelas dificuldades financeiras (73,3%), dificuldades estruturais/organizacionais (60%), jurídicas (20%) e finalmente as dificuldades legais (6,7%). As dificuldades financeiras apontadas indicam a limitação de recursos próprios de acesso a financiamentos. A nível estrutural/organizacional a principal dificuldade está centrada na ausência de sede própria, de capacitação e treinamento.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi observado ao longo deste estudo, as cooperativas de trabalho da cidade do Natal concentram-se na prestação de serviços. Embora algumas cooperativas desenvolvam atividades especializadas, sobretudo as de consultoria, assessoria e educação, a grande maioria dos seus cooperados desenvolve atividades que requerem, em geral, baixo grau de qualificação.

A grave situação econômica do país nos anos 90, marcada pelo desemprego, incentivo as aposentadorias precoces, programas de demissão voluntária, crescimento do setor informal e do trabalho autônomo teve sem sombra de dúvida influência no fortalecimento e expansão das cooperativas de trabalho da cidade do Natal. Dessa maneira ficou claro que a principal motivação para criação dessas cooperativas foi a geração de ocupação e renda.

Por tratar-se de um movimento recente, o cooperativismo de trabalho ainda possui algumas distorções quanto a sua forma de atuação, conscientização dos cooperados e capacitação dos dirigentes. Conforme demonstrou o estudo, verifica-se que as condições de ocupação e renda ainda não atingiram uma situação totalmente satisfatória que a diferenciasse das empresas mercantis. Pois na maioria das cooperativas, os cooperados ficam desprovidos de benefícios que possam suprir a ausência de 13º, férias, rescisões, seguro saúde etc. Contudo, não se pretende aqui responsabilizar as cooperativas colocando-as na berlinda, mas alertar para que o movimento cooperativista se fortaleça, preparando-se para lidar com uma nova ordem de competitividade e flexibilidade. Para tanto, é necessária uma forte sensibilização dos cooperados no sentido de não assumirem a velha postura de meros empregados, mas sim, de sócios efetivos das cooperativas, procurando-se evitar que as cooperativas contribuam para a precarização do trabalho, esvaziando o cooperativismo da sua doutrina, distanciando-se dos ideais de justiça social.

REFERÊNCIAS

COOPERATIVISMO e a cooperativa de trabalho: origens, princípios, conceitos, estrutura e funcionamento. São Paulo: SERT, 1998.

DOCTRINA e Organização Cooperativista. [Natal] :OCERN, [199 - ?].

IRION, João Eduardo. **Cooperativismo e economia social**: a prática do cooperativismo como alternativa para uma economia centrada no trabalho e no homem. São Paulo: STS, 1997.

LEGISLAÇÃO cooperativista: ... 4. ed. [Brasília]: OCB, 1993.

BRASIL, Ministério do Trabalho. **Manual de Cooperativas**. Brasília: SEFTT, 1997.

MATTOSO, Jorge. **A desordem do trabalho**. São Paulo: Página Aberta, 1995.

O COOPERATIVISMO no Rio Grande do Norte. Natal: OCERN, 1996. (Coleção Histórica do Cooperativismo).

PEDROZO, Eugênio Avila. Análise das cooperativas agrícolas através da utilização de estratégias industriais. In: ENAMPAD. Salvador, **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 1993. p.122-136.

PERIUS, Vergílio (org.). **Cooperativas de trabalho: manual de organizações.** São Leopoldo: UNISINOS, 1997. (Série Cooperativismo, 41).

PINHO, Diva Benavides. **O processo cooperativo e o cooperativismo brasileiro.** [São Paulo]: CNPq, [1982]. v.1. (Manual do Cooperativismo,1).

PINTO, Luís Costa. Cooperativas deixam 2,5 milhões sem direitos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 18 jan. 1998. Caderno Brasil, p.12.

QUEIROZ, Carlos Alberto Ramos Soares de. **Manual da cooperativa de serviços e trabalho: cuidados, formas de constituição, riscos, benefícios, legislação e vantagens.** 4. ed. São Paulo: STS, 1997.

RECH, Daniel. **Cooperativas: uma alternativa de organização popular.** Rio de Janeiro: FASE, 1995.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos.** São Paulo: Makron Books, 1995.

RIOS, Gilvando Sá Leitão. **O que é cooperativismo.** 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989. (Coleção primeiros passos).

SILVA, Josué Pereira da. A crise da sociedade do trabalho em debate. **Revista Lua Nova.** São Paulo, n. 35, p. 167-181, 1995.

BRASIL. **Sistema de contas nacionais Brasil: resultados preliminares 1998.** Rio de Janeiro: IBGE, 1999. (Contas Nacionais, 2).

SOCIEDADES Cooperativas: Como funcionam estas empresas facilitadoras de negócios. Brasília: SEBRAE, 1993. (Série associativismo).

SOUZA, Catarina da Silva. **Cooperativas de Trabalho na cidade do Natal: formação, composição e condições de geração de ocupação e renda.** Natal/RN, 1999. Dissertação (Mestrado) – PPGA, UFRN.

TEIXEIRA, Paulo César. "O emprego acabou". **Isto é**, n. 1380, p. 4-5, mar.1996.

Abstrac

This work researches the conditions of the occupation and income of the work cooperative of natal city. To achieve this, 15 cooperatives were researched. It was making a survey of kinds of services offered, reasons of formation of cooperatives, determination of decisions, salaries and efficiency, kind of employment, besides the benefits, advantages and difficulties found at work cooperatives. As prevailing activity, mainly are the services that ask no on profits qualification. The alternative for generation of occupation and income is one of the factors that motivate the constitution at work's cooperatives, so there is a high growth between 1995 and 1997, when was show the constitution of cooperatives with a highest level of qualification of the cooperates. The profits distributed similarly between the levels of income that is higher than one and shorter than three minimum wages and higher than three and shorter than five minimum wages. Regarding the benefits, they are of little significations. The big difficulties these days refer to the lack of own resources and there isn't awareness from cooperates about the cooperatives, while that the main advantage shown by interviewers talk about the occupation and income.

Key words: *Work cooperatives; cooperativism; income and occupation generator.*

MARKETING DE RELACIONAMENTO: um diferencial competitivo para os profissionais da Odontologia

Fátima Cristina de Lara Menezes Medeiros¹
Violeta Marques Silva Lima²

Resumo

A realidade econômica no Brasil permitiu o renascimento do conceito de valor, provocando mudanças nos hábitos e expectativas do consumidor, que se tornou mais exigente. A cada dia o consumidor descobre e insere novos e diferentes produtos ou serviços em sua vida. Há excesso de informação, de apelos e de novas ofertas invadindo o mercado. A manutenção do cliente leal, tarefa essencial à sobrevivência das empresas, vem se tornando cada vez mais complexa. Hoje, qualquer empresa que deseja firmar-se no mercado, onde novas opções e tecnologias surgem muito rapidamente, precisa, mais do que em qualquer outra época, manter relações firmes e duradouras com os clientes. Quanto mais antigo é o cliente, maior a probabilidade de ele recomendar a empresa às pessoas de seu relacionamento. Nesse contexto, o presente artigo oferece à Odontologia uma contribuição no sentido de incrementar essa atividade, permitindo que o cirurgião-dentista possa oferecer serviços de qualidade e definir estratégias de conquista, manutenção e lealdade do cliente através do marketing de relacionamento.

Palavras-chave: *Marketing de relacionamento; mercado; cliente; serviços.*

1 INTRODUÇÃO

Até meados de 1998, as atividades de marketing eram pouco conhecidas e praticadas pelos cirurgiões-dentistas, pois para a maioria desses profissionais, o marketing era tido como uma atividade desnecessária e pouco profissional, em virtude das normas impostas pelo Código de Ética Profissional de Odontologia

¹ Mestre em Administração (UFPB), Professora dos Cursos de Administração de Empresas e de Administração com Habilitação em Marketing da FARN. E-mail: adm@farn.br

² Doutora em Administração (Universidade de Rennes, França), Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPB. E-mail: violima@bol.com.br

quanto às estratégias de comunicação. Hoje em dia, com o mercado em constantes mudanças, com a globalização da economia e da cultura, juntamente com um novo comportamento do consumidor brasileiro, os cirurgiões-dentistas buscam adotar algumas estratégias que venham proporcionar grande capacidade de entendimento desses movimentos. Nesse contexto, o marketing, principalmente o de relacionamento, aparece como uma ferramenta apropriada para empresas e profissionais liberais que desejam participar de um mercado de serviços altamente competitivo, iniciar ou manter os seus negócios e atingir os objetivos de sobrevivência, crescimento e lucratividade dos mesmos.

2 A NOVA REALIDADE DO MARKETING

O marketing, tal como é concebido hoje, é uma das mais recentes disciplinas formais do mundo contemporâneo. Confundido com propaganda e venda, as quais são consideradas por Kotler e Armstrong (1998) partes de um grande composto de marketing (conjunto de ferramentas que trabalham juntas para atingir o mercado), o marketing adota como característica básica a troca e, como postulado fundamental, a satisfação das necessidades, desejos e expectativas dos indivíduos. Para Mattar (1998), este postulado deve ser descrito sob três diferentes dimensões: a filosófica, a funcional e a operacional. A dimensão filosófica do marketing refere-se à orientação para o consumidor; a funcional diz respeito às condições de troca que proporcionem um grau de satisfação, inexistente antes de sua ocorrência; e a operacional retrata o que precisa ser feito em termos de administração para promover as trocas que visam a satisfação das necessidades e dos desejos dos consumidores.

Hoje estamos passando por uma descontinuidade tecnológica, e, com isso, o marketing tem incorporado novos paradigmas. A nova era do marketing baseia-se na construção de relacionamento com os colaboradores, com os fornecedores e os distribuidores, com os acionistas e com outros grupos de interesse da empresa, incluindo a comunidade. Mas, sua atenção especial está sendo dada à satisfação do cliente a longo prazo. Dessa forma, o marketing transacional (estabelecer trocas individuais e isoladas de curto prazo) está sendo substituído pelo marketing de relacionamento (estabelecer e manter relacionamentos de troca de longo prazo).

3 MARKETING TRANSACIONAL X MARKETING DE RELACIONAMENTO

Durante anos, a maior parte das organizações abordou o marketing como um conjunto de transações não-interligadas entre vendedor e cliente. Observa-se

que no Marketing Transacional, os vendedores colocam o foco em trocas individuais e isoladas que satisfazem às necessidades de um cliente, e tendem a concentrar mais atenção na atração de novos clientes para futuras trocas do que estimular trocas adicionais para desenvolver relacionamentos mais estreitos com os clientes atuais. No Marketing de Relacionamento, as organizações estabelecem e mantêm relacionamentos de longo prazo, mutuamente benéficos entre seus clientes, empregados e outros grupos de interesse (NICKELS; WOOD, 1999). Para Matthyssens e Van Den Bulte (1994), o marketing transacional está centrado no binômio produto/mercado, tendo como unidade de análise o mercado visto de forma ampla e as aplicações que o produto ofertado pode possuir, enquanto o marketing de relacionamento parte da premissa de que a unidade de análise é o cliente, tendo toda ação mercadológica direcionada para contas individuais.

Gordon (1998), por sua vez, preocupa-se em ajudar a organização a crescer em um ambiente competitivamente desafiador, mostrando que o marketing de relacionamento oferece uma oportunidade para a empresa romper com as estruturas existentes e fixarem-se dentro da mente e da carteira do cliente, e diferencia as variáveis administrativas gerenciadas no marketing transacional, os 4 P's: Produto, Preço, Praça e Promoção (descrição usada pela 1ª vez por E. Jerome McCarthy no início dos anos 60); do novo cardápio de variáveis do marketing de relacionamento, os 11 C's: Cliente, Custo, Cadeia de relacionamentos, Comunicação, interação e posicionamento, Categorias, Capacidades, lucratividade e valor, Controle do contato com os processos monetários, Colaboração e integração, Customização, Cálculos sobre o cliente, Cuidados com o cliente (descrição designada inicialmente pelo professor Lauterborn (apud COBRA, 1997).

4 O MARKETING DE RELACIONAMENTO

Os relacionamentos, conforme Gordon (1998), são os únicos bens verdadeiros da empresa que fornecem rendimentos a longo prazo e de baixo risco. Muitos clientes e empresas buscam ativamente relacionamentos de longo prazo. As pessoas desejam relações duradouras com seus médicos, dentistas, cabeleiros, costureiros e outros fornecedores de serviços pessoais. Para Turano (2000), o relacionamento dentista-paciente é fator significativo quanto ao sucesso ou insucesso no tratamento odontológico. Esse autor enfatiza a importância dos primeiros cinco minutos de contato na primeira visita do paciente ao consultório ou à clínica odontológica, pois são esses momentos que farão a diferença. Esse primeiro contato que o profissional mantém com o cliente é chamado por Jan Carlzon, presidente executivo da SAS (Scandinavian Airlines System), de "momento da verdade", no qual os representantes de uma organização de serviços

devem provar aos seus clientes que a sua empresa é a melhor alternativa para a solução de seus problemas, como sugerem Heskett; Sasser; Hart (1994).

Neste sentido, McKenna (1992) ressalta que o marketing de relacionamento é a resposta para as empresas enfrentarem esse momento, pois se baseia na experiência e exige o domínio do conhecimento sobre seus clientes; a tecnologia inerente à sua atividade; seus concorrentes; e sua própria organização, capacidades, recursos, planos e formas de negociar. Segundo Gordon (1998, p. 31), marketing de relacionamento “é o processo contínuo de identificação e criação de novos valores com clientes individuais e o compartilhamento de seus benefícios durante uma vida toda de parceria”. Isso envolve a compreensão, a concentração e a administração de uma contínua colaboração entre fornecedores e clientes.

Assim, o objetivo do marketing de relacionamento é oferecer valor e satisfação a longo prazo aos clientes. Isso exige que se construa bons relacionamentos em vários níveis – econômico, social, técnico e jurídico – que resultem em alta lealdade do cliente.

4.1 Níveis de Relacionamento

Levitt (apud ABREU, 1996) faz uma analogia quanto à administração dos níveis de relacionamento entre empresa e consumidor e o casamento. Para ele, a venda consome o *namoro*; depois, começa o *casamento*. O sucesso deste casamento está intimamente relacionado com a atuação do vendedor, por ocasião da venda. Isso determina se haverá negócios continuados e se serão expandidos, ou haverá problemas e, conseqüentemente, o *divórcio*.

Para Kotler e Armstrong (1998) e Bretzke (2000), pode-se distinguir cinco diferentes níveis de relacionamento com clientes, independentemente da natureza dos produtos e/ou serviços transacionados: Básico ou Impessoal: o vendedor vende o produto, mas não faz qualquer acompanhamento posterior; Reativo: o vendedor vende o produto e incentiva os clientes a ligarem sempre que tiverem algum problema ou dúvida; Confiável ou Responsável: o vendedor liga para o cliente após a venda para verificar se o produto satisfaz suas expectativas ou se houve decepções; Pró-ativo: o vendedor ou outra pessoa da empresa liga para o cliente de tempos em tempos com sugestões sobre melhor uso do produto ou novos produtos úteis; Parceria: a empresa trabalha continuamente com o cliente para identificar meios de oferecer melhor valor.

Em geral, o desafio para as empresas é estabelecer quais desses tipos de relacionamento devem ser aprimorados, com quais clientes, alinhados com os componentes do marketing de relacionamento.

4.2 Componentes do Marketing de Relacionamento

Na visão de Vavra (1993), os componentes-chaves do marketing de relacionamento são: a qualidade do serviço prestado ao cliente e o pós-marketing. O pós-marketing é o fortalecimento da lealdade dos clientes indo ao encontro de suas expectativas. A qualidade, que muda conforme a época e as exigências do mercado, descreve o grau de excelência ou superioridade de mercadorias e serviços de uma empresa, sob a ótica do cliente (BOGMANN, 2000).

Gordon (1998) aponta oito componentes essenciais no marketing de relacionamento: **Cultura e Valores:** devem reconhecer a importância das pessoas, sejam elas clientes internos ou externos e ser conduzidos para formar relacionamentos duradouros. **Liderança:** deve ver a partilha como uma virtude e entender o significado real de um relacionamento. **Estratégia:** precisa ser centrada no cliente, observando o mix de marketing. **Estrutura Física:** deve facilitar a estratégia da empresa, aperfeiçoando e dedicando-se às capacidades que aprimoram os relacionamentos. **Pessoal:** deve ser treinado, desenvolvido e transformado em precursor de um processo que busca criar aliança com o cliente. **Tecnologia:** deve ser empregada para dispor de um sistema de memória mais eficiente sobre os clientes. Deve-se dar aos clientes opções de comunicação que eles querem para ajudá-los a repetir a experiência de compra. Segundo Peppers e Rogers (1997), a tecnologia da informação torna disponível para as empresas três novas e importantes capacidades: o banco de dados que permite que a empresa distinga seus clientes e lembre-se de cada um deles; a interatividade que possibilita o cliente conversar com a empresa; e a customização que habilita as empresas oferecer produtos e serviços de forma individualizada às necessidades dos clientes e consumidores. Para esses autores, a combinação dessas três capacidades cria um “ciclo de *feedback* do cliente”. **Conhecimento e Percepção:** deve-se garantir recursos para investimento constante e intensamente no conhecimento e percepção do cliente individual durante prazos mais longos. **Processos:** deve-se concentrar as etapas dos processos em torno dos clientes existentes, dando a cada um o valor que deseja, e comunicando a todos como desejam se envolver com a empresa.

A aplicação desses componentes servirão para nortear as empresas que desejam adotar o marketing de relacionamento como diferencial para competir no mercado globalizado e em tempo real. Assim sendo, os autores pesquisados sugerem que, para competir em tempo real, é preciso dotar a empresa de meios, estratégias e benefícios que permitam conhecer e relacionar-se de forma mais produtiva com os clientes.

4.3 Benefícios do Marketing de Relacionamento

Ribeiro, Grisi e Saliby (1999) afirmam que é comum o questionamento quanto aos benefícios do Marketing de Relacionamento. Berry e Parasuraman (1995), Evans e Laskin (1994), Storbacka, Strandvik e Grönroos (1995) apontam os seguintes resultados positivos: maior qualidade de produtos e serviços: alcançada por meio do conhecimento do valor demandado pelo cliente; maior satisfação do cliente: obtida pela oferta de valor adequada ao cliente que leva a uma maior probabilidade para a manutenção de um relacionamento duradouro; lealdade do cliente: permite uma base maior de conhecimento acerca deles; e maior lucratividade: alcançada não somente pela geração de maior receita por mais tempo, mas também ocorre porque reter clientes custa menos que conquistar novos clientes.

Os principais benefícios que uma empresa obtém com o conhecimento mais profundo do cliente, segundo Bretzke (2000), são: integrar o cliente à empresa como um participante do processo de desenvolvimento e adaptação de serviços e produtos, facilitando o processo de inovação no desenvolvimento de novos produtos e serviços; permitir à empresa conquistar o mercado com menos custo, pois possibilita customização, isto é, responder de forma individualizada às necessidades dos clientes e consumidores; manter um canal permanente de comunicação para criar e sustentar um relacionamento efetivo com seus clientes, fornecedores e o público interno; e transformar produto em serviço e serviço em produto, criando um valor superior para o cliente, conquistando e mantendo uma posição competitiva favorável.

Oatway (apud POR qual caminho seguir?, 2000, p. 38) afirma que “é possível obter sucesso na implementação do Marketing de Relacionamento, trazendo benefícios tanto para a empresa quanto para o cliente”. Para que este sucesso ocorra, sugere que a empresa adote a estratégia certa, a tecnologia adequada, os produtos e serviços corretos, os canais de fornecimento ideais, o foco mais ajustado, a métrica perfeita, cerque-se de pessoas habilidosas e competentes, estipule recompensas pertinentes e gerencie o suporte e a cultura.

5 O NOVO CONTEXTO DA ODONTOLOGIA

Estamos assistindo ao mundo inteiro enveredar-se pelo caminho da globalização, cujas conseqüências ainda não sabemos ao certo. O que sabemos é que a imensa evolução tecnológica e a automação de processos industriais vêm tornando a mão-de-obra convencional cada vez menos necessária, principalmem-

te no setor industrial. Além das implicações emocionais em todas as pessoas envolvidas direta ou indiretamente com a substituição do homem pela máquina, há reflexos também sobre toda a economia, pois pessoas desempregadas não têm dinheiro para comprar produtos ou serviços que supram suas necessidades, e não comprando, outros setores passam a sofrer tais problemas. O resultado direto é que os profissionais liberais, como os cirurgiões-dentistas, sofrem hoje as conseqüências do baixo poder aquisitivo da população brasileira.

Para Ferreira (1998), até a década de 70, a Odontologia contava com um reduzido número de profissionais na área. Atualmente, o mercado de trabalho mais competitivo é disputado por mais de 150 mil cirurgiões-dentistas. O cenário odontológico brasileiro apresenta cerca de 154 mil cirurgiões-dentistas em atividades e mais de 8 mil novos profissionais ingressando no mercado a cada ano. Temos aproximadamente 11% dos dentistas do mundo e o índice de crescimento deste contingente é bem maior que a taxa de crescimento da população. No Nordeste existe um cirurgião-dentista para cada 2.383 habitantes. Mas o Rio Grande do Norte surpreende, superando de longe a estimativa da Organização Mundial da Saúde (um cirurgião-dentista para cada 1500 habitantes): a proporção é de um dentista para cada 1300 habitantes, e na Capital, a proporção é invejável: um profissional para cada 568 habitantes (PONTES, 2000).

Castro (1998) acrescenta que frente a essa realidade, vemos claramente o que ocorre no mercado odontológico: o excesso de profissionais. Tomaz (1999) assinala que os jovens ao ingressarem numa faculdade de odontologia vislumbram com o sucesso do exercício da profissão, porém o despreparo administrativo e mercadológico dificulta os recém-formados realizarem esse sonho.

6 A ODONTOLOGIA E O MARKETING DE RELACIONAMENTO

Há 30 anos, a conquista de clientes, no setor odontológico, era ditada pela qualidade do serviço profissional. Qualidade, atualmente, não constitui mais um diferencial, por ser uma exigência dos clientes, imposta pela competitividade dos serviços no mercado. O sucesso atual está ligado às variáveis não-clínicas como: contato permanente com o cliente, fazer da primeira consulta uma experiência agradável, mostrar um ambiente organizado e aprazível, apresentar um orçamento do plano de tratamento viável, que são algumas estratégias de marketing que os odontólogos podem adotar para conquistar e manter clientes. (Marketing, 1999). Neste sentido, Manoel (1997) sugere que os cirurgiões-dentistas, para conquistar e manter clientes, devem investir cada vez mais em suas clínicas/consultórios para sobreviverem e competirem entre si; investir em funcionários

competentes e bem treinados; investir em recepções agradáveis e confortáveis; detectar, através da pesquisa de marketing, as necessidades, desejos e expectativas dos clientes; e oferecer serviços que possam satisfazê-los, na melhor relação custo-benefício, como fazem as empresas. Silva (2000) enfatiza que o cirurgião-dentista, ao abrir a sua clínica ou consultório odontológico, deve vê-lo como uma microempresa e se preocupar com a administração, a produtividade e os clientes, ou seja, cuidar da venda de seu serviço.

Cabrera (apud FERREIRA, 1998) assinala que o cirurgião-dentista assim como um alto-executivo, tem de demonstrar criatividade e capacidade de gerenciamento; aprender a lidar com as pessoas e com as informações; e ter domínio da tecnologia. Guimarães Júnior (1993) afirma que a base para o sucesso clínico do cirurgião-dentista depende do conhecimento; da habilidade técnica; mas, também, da confiança, da motivação e da qualidade da relação cliente-profissional. E ainda, do uso intensificado dos componentes do marketing de relacionamento, acrescenta Medeiros (2001).

Assim, para que os cirurgiões-dentistas se habilitem a competir no mercado globalizado, é imprescindível conhecer as estratégias de marketing que conquistem e mantenham clientes, oferecendo-lhes diferenciais competitivos, que resultem em forte lealdade, obtida através do Marketing de Relacionamento.

7 CONCLUSÃO

Ao definir-se empresa como toda atividade que organiza recursos, quer sejam estes materiais, humanos ou financeiros, com ou sem fins lucrativos, uma clínica odontológica poderá ser chamada de empresa. O intenso avanço tecnológico em equipamentos, materiais e técnicas tende a fazer com que todos os cirurgiões-dentistas pareçam ser iguais aos olhos do cliente. Se hoje isso já é uma verdade, num futuro próximo esta percepção poderá se acentuar. O que precisa ser feito é buscar a diferenciação, ou seja, buscar o aprimoramento em pontos que o destaquem de sua concorrência e que façam o cliente se tornar leal à clínica. O Marketing de Relacionamento, portanto, configura-se como uma excelente alternativa estratégica; uma nova maneira de realizar negócios; uma nova forma de praticar marketing; uma nova filosofia empresarial; e um importante instrumento da gestão empresarial, cuja essência é oferecer valor de longo prazo que construa bons relacionamentos e resulte em alta lealdade do cliente.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. B. Serviço pós-venda: a dimensão esquecida do marketing. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 24-31, jul./set. 1996.

BERRY, L. L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing**. 3. ed. São Paulo: Maltese, 1995.

BOGMANN, I. M. **Marketing de relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Nobel, 2000.

BRETZKE, M. **Marketing de relacionamento e competição em tempo real com CRM: (customer relationship management)**. São Paulo: Atlas, 2000.

CASTRO, M. A.S. Marketing para o sucesso profissional do cirurgião-dentista. **Revista ABO Nacional**, Porto Alegre, v. 5, n. 6, p. 402-404, dez. 1997-jan. 1998.

COBRA, M. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

EVANS, J. R.; LASKIN, R.L. The relationship marketing process: a conceptualization and application. **Industrial Marketing Management**, v. 23, p. 439-452, dec. 1994.

FERREIRA, R. A. E agora, José?. **Revista da APCD**, São Paulo, v. 52, n. 5, p. 343-350, set./out. 1998.

GORDON, I. **Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar cliente e mantê-los para sempre**. Tradução de Mauro Pinheiro. São Paulo: Futura, 1998.

GUIMARÃES JR., J. Relação paciente/profissional: base para o sucesso clínico. **Revista da APCD**, São Paulo, v. 47, n. 2, p. 1013-1018, mar./abr. 1993.

HESKETT, J. L.; SASSER JR. W. E.; HART, C. W. L. **Serviços revolucionários: mudando as regras do jogo na prestação de serviços**. São Paulo: Pioneira, 1994.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Tradução de Vera Whately. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.

MANOEL, S. T. C. L. Marketing e comunicação na Odontologia. **Jornal de Assessoria e Prestação de Serviço ao Odontologista**, Curitiba, v. 1, n. 3, p. 1-2, maio/jun. 1997.

MARKETING para atrair clientes. **Revista Odontológica do Brasil Central**, v. 8, n. 26, p. 10, jan. 1999.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: execução e análise. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998. v.2.

MATTHYSSENS, P.; VAN DEN BULTE, C. Getting closer partnerships in the supply chain. **Long Range Planning**, p. 72-83, 27 jan. 1994.

McKENNA, R. **Marketing de relacionamento**: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente. Tradução Outras Palavras Consultoria Lingüística e Serviços de Informática. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

MEDEIROS, F. C. L. M. **A utilização dos componentes do marketing de relacionamento pelas clínicas odontológicas privadas da cidade de Natal/RN**. João Pessoa, 2001. Dissertação (Mestrado) – CCSA, UFPB.

NICKELS, W. G.; WOOD, M. B. **Marketing**: relacionamentos, qualidade, valor. Tradução de Luís Roberto Maia Gonçalves. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1999.

PEPPERS, D.; ROGERS, M. **Empresa 1:1**: instrumentos para competir na era da interatividade. Tradução de Lenke Peres. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PONTES, A. Estado detém maior índice de perda de dente. **Tribuna do Norte**, Natal, p. 1-2. 23 jan. 2000.

POR qual caminho seguir?: o que deve e o que não deve ser feito ao decidir adotar uma solução de CRM. **Consumidor Moderno**, São Paulo, v. 6, n. 38, p. 40, set. 2000.

RIBEIRO, A. H. P.; GRISI, C. C. H.; SALIBY, P. E. Marketing de relacionamento como fator-chave de sucesso no mercado de seguros. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 31-41, jan./mar. 1999.

SILVA, M. Os dez mandamentos da documentação a ser realizada num consultório odontológico. **Revista ABO Nacional**, Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 42-44, fev./mar. 2000.

STORBACKA, K.; STRANDVIK, T.; GRÖNROOS, C. Managing customer relationship for profit: the dynamics of relationship quality. **International Journal of Service**, v. 5, n. 5, p. 21-38, 1994.

TOMAZ, P. A. R. **Marketing para dentistas**: conquistando e mantendo clientes. São Paulo: Navegar, 1999.

TURANO, L. M. Relacionamento paciente-profissional, fator de sucesso e insucesso em prótese total. **Revista Paulista de Odontologia**. São Paulo, v. 22, n. 3, p. 41-44, maio/jun. 2000.

VAVRA, T. G. **Marketing de relacionamento**: aftermarketing. Tradução de Ailton Bomfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1993.

Abstract

Brazilian economic reality has permitted to the people to recover concept of value, changing habits and expectations of the consumer which became more demanding. Each day the consumer finds out and includes new and different products or services to his life. There is an excess of information, appeals and new offers overflowing the market. An essential task to the company's survival such as to keep a faithful client, is becoming more complex each day. In the present days, to take a place in a changing market where new options and technologies become available very fast, any company needs to keep strong and long lasting relations with the clients. As older the client is, the greater is the possibility for him to recommend the company to the people of his relationship. In this sense, this work intends to contribute to the Dentists in order to improve the quality of their services and to define strategies to get, keep and make faithful clients by means of the relationship marketing.

Key words: *Relationship marketing; market; client; services.*

PERCEPÇÃO DE MARCAS NA MENTE DO CONSUMIDOR

Franklin Marcolino de Souza¹

Sônia Trigueiro de Almeida²

Resumo

O presente artigo procura analisar como funciona a percepção de marcas na mente dos consumidores, através de uma análise sobre estratégias de posicionamento de marcas, do valor patrimonial da marca, da qualidade percebida, da sua natureza emocional, do nível de recordação estimulada e espontânea de marcas, obtidas em pesquisas top of mind, e da lealdade às marcas. Este trabalho procura recomendar uma maior união entre supermercadistas e fornecedores no intuito de conhecerem as atitudes dos consumidores diante de milhares de marcas expostas e a influência de suas percepções no processo de compra, assim como a busca por estudos mais aprofundados e específicos que possam indicar os resultados práticos das estratégias de comunicação, posicionamento de marcas, entre outras, sobre os consumidores no momento em que estão exercendo o direito de consumir.

Palavras-chave: *Marcas; consumidor; marketing; estratégias de comunicação.*

1 INTRODUÇÃO

A influência da marca para o sucesso da empresa tornou-se cada vez mais incontestável diante do poder por ela demonstrado em criar associações positivas que possam garantir ao produto posições firmes no mercado consumidor, persistindo durante longo período de tempo e ainda sendo capaz de resistir aos avanços da concorrência (PINHO, 1996).

¹ Mestre em Marketing e Professor do curso de Administração da Faculdade Natalense Para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte – FARN.

E-mail: fmarco@digicom.br.

² Doutora em Marketing e Professora do Programa em Administração da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. E-mail: soniatrigueiro@uol.com.br

Sendo a marca o maior patrimônio da economia global (MARTINS; BLECHER, 1997), as percepções que o consumidor possui sobre ela são consequências de um conjunto de estratégias de marketing produzido para levar essa marca a ocupar um espaço na mente dos indivíduos responsáveis por influenciar, comprar e/ou usar os produtos correspondentes a estas marcas. Conhecer como funcionam essas percepções se tornou fundamental para os profissionais de marketing, publicitários em geral, supermercadistas, fabricantes de bens de consumo, dentre outros segmentos que tentam conduzir elementos racionais, psicológicos e emocionais para fundamentar estratégias que viabilizem o sucesso de suas marcas.

2 POSICIONAMENTO

O posicionamento é um conceito criado por Ries e Trout (1996), que começa com o produto, uma peça de merchandising, um serviço, uma empresa, instituição, e até mesmo com você. Posicionamento é o que você faz na mente do cliente em perspectiva, ou seja, você posiciona o produto na mente do comprador em potencial.

“O posicionamento de produto ou marca é resultado de um bem-sucedido aprendizado que faz com que haja discriminação, diferenciando estes produtos ou marcas dos outros. [...] A imagem de um produto ou marca é resultante de significados simbólicos percebidos e atribuídos a esta marca ou produto” (GADE, 1998, p.80).

Quando uma empresa decide posicionar a sua marca como “número um” em um determinado atributo, estará contribuindo para que os consumidores venham a lembrar das mensagens “número um”, principalmente em uma sociedade de comunicação excessiva. “Os posicionamentos ‘número um’ mais comumente promovidos são: ‘melhor qualidade’, ‘melhor serviço’, ‘preço mais baixo’, ‘melhor valor’, ‘mais seguro’, ‘mais veloz’, ‘mais customizado’, ‘mais conveniente’ e ‘tecnologia mais avançada’” (KOTLER, 1998, p. 266).

“O campo de batalha final do marketing é a mente; quanto melhor você compreender como funciona a mente, melhor vai compreender como funciona o posicionamento” (TROUT; RIVKIN, 1996, p. xxii). Para se compreender o processo de posicionamento é preciso conhecer os cinco componentes mentais mais importantes neste processo (TROUT; RIVKIN, 1996):

1. **As mentes são limitadas** — os profissionais de marketing adoram proclamar vários argumentos sobre as virtudes de seus produtos. Es-

ses argumentos encontram obstáculos em mentes que não estão mais dispostas a trabalhar com tanta informação. Nossa percepção é seletiva e a nossa memória, ainda mais.

2. **As mentes odeiam confusão** — se a memória é tão importante, qual o segredo para ser lembrado? John Sculley, ex-CEO da Apple Computer, disse o seguinte a respeito: “Tudo o que aprendemos na sociedade industrial nos leva a criar mais e mais complicação”. A idéia é simplificar e não complicar, à medida que a sociedade do conhecimento vai crescendo e tomando forma.
3. **As mentes são inseguras** — as mentes sempre tendem a ser mais emotivas, e menos racionais. Por que as pessoas compram o que compram? Por que as pessoas agem como agem no mercado? Elas não sabem, ou não vão dizer. Mas o certo, é que na decisão de compra, a mente convive com cinco tipos de risco: O Risco monetário – a possibilidade de perder dinheiro por uma escolha equivocada; O Risco funcional – a possibilidade de comprar algo que não vai funcionar; O Risco físico – a possibilidade física de se ferir; O Risco social – a possibilidade de a decisão não ser aprovada por amigos e parentes; e o Risco psicológico – a possibilidade de culpa pela realização da compra.
4. **As mentes não mudam** — uma imagem gravada na mente é praticamente impossível de ser mudada. A Coca Cola perdeu prestígio e dinheiro tentando convencer o mercado de que tinha uma coisa melhor do que a própria “Coca”. Ninguém comprou sua Nova Coca (New Coke).
5. **As mentes podem perder o foco** — quando uma empresa envereda pelo caminho da diversificação e ampliação de sua linha de produtos com uma mesma marca, começa a produzir “ruídos” e “distorções” na percepção das pessoas. A mente inicia um perigoso processo de perda de foco.

3 MARCAS

3.1 Conceitos e Considerações

“Uma marca é um nome diferenciado e/ou símbolo (tal como um logotipo, marca registrada, ou desenho de embalagem) destinado a identificar os bens ou

serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores e a diferenciar esses bens e serviços daqueles dos concorrentes” (AAKER, 1998, p. 7). “A marca exerce função importantíssima no processo de compra. Essa função está ligada aos aspectos psicológicos do comportamento do consumidor” (ROCHA; CHRISTENSEN; 1999, p. 93). Caropreso (1997, p. 14) fornece uma definição de marca associada às emoções humanas: “Marca é uma percepção, uma sensação indelevelmente cunhada na cabeça e no coração das pessoas. É uma rica e delicada tapeçaria de associações, sentimentos, emoções, conclusões, que derivam de uma idéia”.

Existem sete tipos de termos de marcas, a saber (CHURCHILL; PETER, 2000):

- **Marca Nominal** – é a parte de uma marca que pode ser expressa em palavras. Pode ser composta de números, letras ou palavras, como Natura, Amor aos Pedacos, 7Up.
- **Símbolo de Marca** – é a parte de uma marca que não pode ser expressa em palavras. Pode ser composta de um símbolo ou *design* gráfico, como os arcos dourados do McDonald’s ou o símbolo da Nike.
- **Marca Registrada** – é a marca que tem *status* legal por ter sido registrada no governo federal.
- **Marca de Serviço** - é a marca para um serviço que tem *status* legal por ser registrada no governo federal.
- **Marca Comercial** – é o nome legal sob o qual uma empresa opera. Por exemplo, a Nestlé é a marca comercial de uma empresa que possui muitas marcas nominais, tais como Nescafé, Yopa e Passatempo.
- **Extensão de Marca** – é a prática de usar uma marca existente para um novo produto. A extensão de marca pode ser eficaz se a marca já for bem-sucedida e respeitada.
- **Marca da Família** – é o uso da mesma marca nominal para toda uma linha de produtos. Um exemplo bem-sucedido é o da Gillette que usa a marca da família Gillette Series para uma linha de produtos de barbear masculinos, antiperspirantes/desodorantes, e loções após barba. Como a marca Gillette goza de uma boa reputação entre os seus consumidores, a empresa tira benefícios por transportar a sua marca de um produto para outro.

A agência de propaganda DMB&B classificou as marcas em quatro categorias, em função do tipo de relacionamento da marca com seus consumidores (ROCHA; CHRISTENSEN, 1999):

- **Marcas de excelência** – são aquelas que inspiram uma confiança racional, em função do excelente desempenho de produto e serviço, como, por exemplo, a marca Leite Moça, da Nestlé;
- **Marcas de identidade** – são aquelas com as quais o consumidor se identifica, em função de sua personalidade ou de seu estilo de vida. Um exemplo seria o cartão de crédito American Express;
- **Marcas de aventura** – são aquelas que se encontram na fronteira das mudanças sociais e tecnológicas. Como exemplos teríamos a marca de relógios de pulso Swatch, por sua ousadia em design, e a marca de calçados esportivos Nike, por seus avanços no campo dos esportes;
- **Marcas ícones** – são aquelas que se associam a determinada fantasia ou sonho do consumidor. Como exemplo, podem-se citar os diamantes De Beers, que prometem a eternidade.

Existem diversos critérios e metodologias para se determinar o valor das marcas, uma das propostas mais conhecidas é elaborada pela Interbrand Group, consultoria inglesa especializada na administração de marcas, e adotada por quase todos os estudiosos sobre marcas (confira o Quadro 1). A Interbrand estabelece sete pontos para definir o valor e a força de uma marca, a saber (MARTINS; BLECHER, 1998):

1. **Liderança** é a capacidade que uma marca tem de influenciar o seu mercado, estabelecer preços, comandar a distribuição e dificultar a entrada de novos concorrentes.
2. Quanto maior o grau de **internacionalização** que uma marca confere, maiores serão suas vantagens competitivas. É a possibilidade de abrir novas frentes de consumo quando o mercado de origem estiver estagnado.
3. **Estabilidade ou tradição** – quanto mais prolongada for a existência da marca em seu setor de atuação, maiores serão as chances de obter fidelidade e lembrança espontânea dos consumidores.

4. **Mercado** – uma marca pode ser mais ou menos valiosa dependendo do setor em que opere. Alimentos e bebidas são tidos, por exemplo, como mais promissores do que vestuário.
5. **Tendências** – relaciona-se à capacidade da marca em evoluir com o tempo sem perder sua identidade.
6. **Suporte** – investimentos contínuos em comunicação, pesquisa e desenvolvimento de novos produtos facilitam o posicionamento de uma marca no mercado.
7. **Proteção legal** – uma marca não existe até que esteja legalmente protegida.

QUADRO 1 -- As marcas mais valiosas do mundo.

Classificação	Marcas	País	Valor (bilhões de dólares)
1	Coca-Cola	EUA	83,845
2	Microsoft	EUA	56,654
3	IBM	EUA	43,781
4	General Electric	EUA	33,502
5	Ford	EUA	33,197
6	Disney	EUA	32,275
7	Intel	EUA	30,021
8	McDonald's	EUA	26,231
9	AT&T	EUA	24,181
10	Marlboro	EUA	21,048

Fonte: Interbrand (apud Churchill Jr. e Peter, 2000).

3.2 Percepção de Marcas

O marketing, nos dias de hoje, é menos Produto, Preço, Promoção e Ponto-de-venda, e mais do que nunca Percepção. Isso quer dizer que o marketing poderia ser resumido a apenas um “P” (Percepção), aquele que realmente está fazendo a diferença num mercado saturado por uma quantidade quase infinita de marcas e estímulos de comunicação de massa (NÓBREGA, 1999).

Percepção é o processo pelo qual os consumidores selecionam, organizam, e interpretam estímulos que fazem sentido para eles. Os

estímulos serão, provavelmente, mais percebidos quando eles: Se adequam às experiências passadas dos consumidores; Se adequam às crenças atuais dos consumidores sobre uma marca; Não são muito complexos; São confiáveis; Se relacionam a um conjunto de necessidades atuais; Não produzem medos excessivos e ansiedades (ASSAEL, 1998, p. 84, tradução nossa).

Quando os clientes apanham e escolhem entre várias marcas dispostas em prateleiras de estabelecimentos como um supermercado ou uma drogaria, ocorre um grande volume de compras e que a venda, na verdade, está na marca (RIES; RIES, 2000). “Na mente do consumidor, não há diferença entre o nome de uma empresa, produto e o nome de uma marca” (RIES; RIES, p. 3). “O poder de uma marca reside em sua capacidade de influenciar o comportamento de compra. Mas um nome de marca em uma embalagem não é a mesma coisa que um nome de marca na mente” (RIES; RIES, p. 4).

Se o marketing é uma batalha de percepções, porque certos produtos não são percebidos como os melhores? “É melhor ser o primeiro na mente do que ser o primeiro no mercado. [...] Ser o primeiro na mente é tudo em marketing. Ser o primeiro no mercado é importante apenas na medida em que lhe permite chegar à mente primeiro” (RIES; TROUT, 1993, p. 11).

As grandes marcas replicam-se de mente em mente através de um processo análogo ao dos vírus, e são instruídos sob a ordem “copie-me e espalhe-me”. É isso que as mensagens publicitárias, slogans, melodias, idéias etc. fazem na mente das pessoas (NÓBREGA, 1999).

No mundo inteiro, uma das formas mais tradicionais de se avaliar o nível de percepção ou de recordação de uma marca na mente do consumidor em perspectiva, são as pesquisas “Top of Mind” que procuram verificar o que está no topo das memórias na mente do consumidor. Aqui no Brasil, a pesquisa mais importante, realizada anualmente nessa área, é a “Top of Mind” do instituto Datafolha e publicada no jornal Folha de São Paulo.

3.3 Lealdade às Marcas

Que a marca é importante, ninguém mais duvida. Bilhões de dólares são investidos a cada ano em todo o mundo para a criação e sustentação de marcas de produtos e serviços. O resultado desse esforço de marketing deságua diariamente na mente dos consumidores, numa torrente infindável de mensagens e comerciais de TV, rádio, jornais, revistas, Internet etc. Com mais produtos e serviços

disponíveis e muito mais informação, o consumidor está arisco. Ele busca o que lhe é conveniente, deixando de lado, muitas vezes, a lealdade às marcas mais conhecidas. Ponto para as novas marcas, que surgem freneticamente para disputar a atenção da clientela. Com a tecnologia à mão, reduz-se a diferença qualitativa entre produtos e serviços. Pequenas e grandes empresas passam então a competir em preço e qualidade (GERENCIAMENTO de marcas, 2000).

Um dos fatores que realmente vem contribuindo para a diminuição da lealdade às marcas é o crescimento, em importância, das marcas próprias, principalmente na França, Inglaterra, Estados Unidos e, em geral, nos países desenvolvidos (CHETOCHINE, 1999). Aqui no Brasil, para ganhar mercados, as grandes redes de supermercados, há algum tempo, investem em marcas próprias, oferecendo preços mais baixos e novas opções para o consumidor. "Em redes como Carrefour e Bompreço, esses produtos fazem parte de 2% a 3% do universo dos itens comercializados" (MARTINS, 1999, p. 1).

O consumidor só muda de marca quando vê vantagens em fazê-lo, por exemplo: 1. O consumidor muda de marca sobretudo em função do preço; 2. O consumidor está satisfeito e não vê razão para mudar de marca; 3. O consumidor está satisfeito e incorreria em custos para mudar de marca; 4. O consumidor valoriza a marca e a vê como uma amiga; 5. O consumidor é devoto da marca, ou seja, é fã incondicional dela (COBRA; RIBERIO, 2000).

Com a preocupação de aproximar o consumidor cada vez mais de suas marcas e produtos, as empresas já estão aderindo a uma nova onda conhecida por marketing sensorial ou da experiência sensorial que procura participar da construção do produto e propõe a experiência de uso como a melhor forma de conquistar a lealdade do consumidor (COBRA; RIBEIRO, 2000).

4 CONCLUSÃO

É necessário que as grandes marcas façam uma redefinição urgente de suas estratégias de preço, de modo a competir nessa área cada vez mais valorizada pelo consumidor com as marcas regionais e populares, procurando agregar valor perceptível a quem o produto se destina, de modo que a sua comunicação não caia no vazio. Os grandes fabricantes precisam se conscientizar de que os consumidores, em sua maioria, mesmo aqueles que fazem "cara feia" para as marcas mais conhecidas e "batem no peito" ao afirmarem que só compram pelo preço, comprariam os seus produtos se eles estivessem em uma faixa de preço tal que permitisse um maior acesso do seu poder aquisitivo às prateleiras que contêm esses produtos (SOUZA, 2001).

As empresas que pretendem fazer de suas marcas, ícones presentes nas mentes e nos corações de seus clientes, levando-os a níveis maiores de lealdade, precisam investir cada vez mais na ascendente economia da experiência introduzindo o novo conceito de marketing experimental, desenvolvendo programas e atividades que procurem envolver cada vez mais as pessoas em relação às suas marcas, oferecendo experiências significativas e inesquecíveis aos atuais e futuros clientes através de eventos que divirtam e emocionem ao mesmo tempo aqueles que tiverem o prazer de usufruí-los. Um dos exemplos da prática do marketing experimental já vem sendo feito pela Coca-Cola que, tradicionalmente, patrocinava eventos esportivos espalhando o seu logotipo pelos estádios, mas na Olimpíada de Atlanta, em 1996, passou a vender experiência através de um estande montado pela empresa para que as pessoas pudessem se divertir proporcionando, dessa forma, o reforço dos valores da marca (MANO, 2001).

E por último, recomenda-se o uso de estudos contínuos sobre percepção de marcas em diversos setores, ampliando o espectro de produtos e se utilizando de mais recursos humanos, financeiros, materiais e de tempo, com o objetivo de se aprofundarem no assunto, no sentido de não só conhecer, a cada ano, as marcas que estão no topo da mente, mas também cada atributo, associação mental, tipo de qualidade percebida, nível de conhecimento da marca, ou seja, todos os níveis que envolvem a percepção que o consumidor tem sobre marcas que consome e sobre marcas que não consome (SOUZA, 2001).

REFERÊNCIA

AAKER, David A. *Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca*. Tradução de André Andrade. São Paulo: Negócio, 1998.

ASSAEL, Henry. *Consumer behavior and marketing action*. 6. ed. Cincinnati: South-Western College Publishing, 1998.

CAROPRESO, Percival. Planejamento estratégico de comunicação. In: **Laboratório de Marketing**. São Paulo: Nobel, 1997. p. 11-46.

CHETOCHINE, Georges. *A Derrota das marcas: como evitá-la*. Tradução de Maria Whitaker Ribeiro Knof. São Paulo: Makron Books, 1999.

CHURCHILL JR., Gilbert A.; PETER, J. Paul. *Marketing: criando valor para os clientes*. Tradução de Cecília Camargo Bartalotti; Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2000.

COBRA, Marcos; RIBEIRO, Áurea. **Marketing: magia e sedução**. São Paulo: Cobra, 2000.

GADE, Christiane. **Psicologia do consumidor e da propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.

GERENCIAMENTO de Marcas: a imprevisível dança das marcas. Disponível em: <http://members.tripod.com.br/Mauricio_Pedro/marcas.htm>. Acesso em: 8 out. 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Tradução de Ailton Bonfim Brandão. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MANO, Cristiane. Vendedores de sensações. **Revista Exame**, São Paulo, ed. 738, p. 102-106, n. 18 abr. 2001.

MARTINS, José Roberto; BLECHER, Nelson. **O império das marcas: como alavancar o maior patrimônio da economia global**. 2. ed. São Paulo: Negócio, 1997.

_____. Quanto vale a Coca? e a Nike? e a...? **Revista Exame**, São Paulo, ed. 662, p. 56-58, 20 maio. 1998.

MARTINS, Paula. Consumidor muda marcas para fugir dos preços. **Tribuna do Norte**, Natal, 11 set. 1999. Seção Economia. Disponível em: <<http://www.trinbunadonorte.com.br/eco1.html>>. Acesso em: 7 abr. 2001.

NÓBREGA, Clemente. Queremos você. **Revista Exame**, São Paulo, ed. 686, p. 92-114, 21 abr. 1999.

PINHO, J. B. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996.

RIES AI; RIES, Laura. **As 22 consagradas leis de marcas: como transformar seu produto ou serviço em uma marca mundial**. Tradução Ernesto Yoshida. São Paulo: Makron Books, 2000.

RIES, AI; TROUT, Jack. **As 22 consagradas leis do marketing**. Tradução de Bárbara Theoto Lambert. São Paulo: Makron Books, 1993.

_____. **Posicionamento: a batalha pela sua mente**. Tradução de José Roberto Whitaker Penteadó. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

ROCHA, Angela da; CHRISTENSEN, Carl. **Marketing**: teoria e prática no Brasil. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SOUZA, Franklin Marcolino de. **Como funciona a percepção de marcas na mente do consumidor de supermercados da cidade de Natal-RN?** 2001. Dissertação (Mestrado) – PPGA/UFPB, João Pessoa, 2001.

TROUT, Jack; RIVKIN, Steve. **O novo posicionamento**: a última palavra sobre estratégia de negócios no mundo. Tradução Ernesto Yoshida. São Paulo: Makron Books, 1996.

Abstract

This present paper tries to analyze as the perception of brands works in the consumers' minds through an analysis of brand positioning strategies, the patrimonial value of brand, the noticed quality, its emotional nature, the level of stimulated and spontaneous remembrance of brands, obtained on top of mind researches, and the brand loyalty. This paper looks for to recommend a larger union between super marketers and vendors with the goal of knowing the consumers' attitudes ahead of thousands of exposed brands and the influence of their perceptions in the purchase process, as well as the seek for deepened and specific studies that can indicate the practical results of the communication strategies, brand positioning, among others, on the consumers in the moment in that they are exercising their right of consuming.

Key words: Brands; consumer; marketing; communication strategies.

TEORIA DAS EXPECTATIVAS: uma análise da força motivacional dos funcionários do Banco do Brasil

Antonio Alves Filho¹

Maria Arlete Duarte de Araújo²

Resumo

Este artigo é resultado de uma pesquisa realizada para analisar à luz da Teoria das Expectativas de Victor Vroom a Força Motivacional dos funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil nas agências da cidade do Natal/RN, tendo como pano de fundo o Programa de Desligamento Voluntário – PDV. Os resultados demonstram que a Força Motivacional destes funcionários está direcionada mais fortemente para os resultados relacionados à Justiça no Trabalho, Exigências Sociais, Realização Pessoal e Familiar e Sobrevivência Pessoal e Familiar e menos direcionada aos resultados relacionados a Esforço Corporal e Desumanização. Por fim, demonstram ainda, que a Força Motivacional Geral dos funcionários é baixa, estando diretamente relacionada aos aspectos organizacionais.

Palavras-chave: *Teoria da motivação; motivação no trabalho; teoria hierárquica das necessidades; teoria da motivação social; teoria ERC – Existência, Relacionamento, Crescimento.*

1 INTRODUÇÃO

A instabilidade e insegurança criadas com a implementação de programas de enxugamento de pessoal, fazem com que os funcionários passem a questionar a antiga perspectiva motivacional que o trabalho apresentava dentro de suas vidas profissionais.

Dentre as empresas que têm adotado tais medidas, o Banco do Brasil destaca-se como uma das mais eficazes. A partir de 1986, com os diversos planos

¹ Mestre em Administração e professor da FARN.

e-mail: fifa@ufnet.br

² Doutora em Administração e professora do Programa de Pós-graduação em Administração da UFRN.

e-mail: dfb@digl.com.br

de estabilização econômica, o Banco procurou ajustar suas estruturas de funcionamento com redução de despesas e quadro de pessoal, através do Programa de Desligamento Voluntário (PDV), intenso processo de automação e desenvolvimento de serviços, racionalização de suas redes de distribuição e adequação de políticas voltadas à sua clientela.

Em consequência desse processo de reestruturação, no período de fevereiro de 1995 a dezembro de 1997, o Banco registrou uma redução de 35% no quadro de pessoal e de 38% na mão-de-obra total.

Para esta redução no quadro de pessoal, o PDV (Programa de Desligamento Voluntário), em apenas 18 dias, foi responsável por 33% das demissões ocorridas no período de 35 meses (fev.1995/dez.1997). Esse Programa foi lançado no Banco em 03.07.95 e tinha como meta atingir 15.000 adesões.

No Rio Grande do Norte, o número de demissões voluntárias pelo PDV foi de 368 pessoas. Dados levantados junto à Superintendência Estadual do Banco do Brasil, mostram que 132 servidores não aderiram ao PDV neste Estado.

Esse conjunto de políticas tem gerado uma situação de incerteza, insegurança e desmotivação, tendo em vista que a estabilidade não mais existe. Além disso, tais políticas têm afetado a forma de como os funcionários do Banco do Brasil percebem a organização em sua totalidade.

Partindo desse cenário, este trabalho pretendeu analisar à luz da Teoria das Expectativas a Força Motivacional dos funcionários do posto efetivo do banco do Brasil, categoria duramente atingida pelo PDV.

2 CONSIDERAÇÕES SOBRE TEORIAS DA MOTIVAÇÃO NO TRABALHO

Uma grande preocupação das organizações atuais é a questão da *motivação no trabalho*. Desta forma, a busca de explicações para a motivação do trabalhador em relação ao seu trabalho tem sido tema constante em várias pesquisas efetuadas por cientistas do comportamento humano.

Durante a década de 1950, período fértil no desenvolvimento dos conceitos de motivação, três teorias específicas foram formuladas: a teoria da hierarquia das necessidades, as teorias X e Y e a teoria da motivação-higiene. Além destes, outros numerosos modelos foram construídos e testados: Adelfer, McClelland, Adams e Vroom são nomes que atravessaram fronteiras.

Campbell (apud LOBOS, 1978), apresenta um esquema de classificação que reduz esta confusão. Nesse esquema todas essas teorias podem ser reagrupadas em duas categorias: teorias motivacionais de “conteúdo” e de “processo”.

2.1 Teorias motivacionais de conteúdo

Este grupo de teorias fundamenta-se sobre a noção de necessidade, encontrando seu ponto de partida na observação do componente mais simples. O esquema mais conhecido é a Teoria da Hierarquia das Necessidades (Maslow), seguido de outros, tais como: Teoria X e Y (McGregor), Teoria da Motivação Social (Maclelland), Teoria da Motivação – Higiene (Herzberg) e Teoria E.R.C – Existência, Relacionamento, Crescimento – (Clayton Alderfer).

O primeiro modelo foi desenvolvido por Abraham H. Maslow e denominado de Teoria da Hierarquia das Necessidades. Maslow (1974) identifica cinco necessidades (motivos) fundamentais: necessidade fisiológica, necessidade de segurança, necessidade de amor, necessidade de estima, necessidade de auto-realização, dispostas hierarquicamente.

McGregor (1992), baseado nos estudos de Maslow, propôs uma teoria baseada em certas premissas da natureza humana que denominou de Teoria “X” e Teoria “Y”, que relaciona a natureza do homem em relação ao trabalho. A teoria “X” afirma basicamente que a natureza humana é indolente e não gosta de trabalhar; já a teoria “Y” propõe que os seres humanos são bons e direcionados para o trabalho.

A partir do esquema de Murray, David McClelland desenvolveu o estudo da motivação de maior significado no comportamento administrativo e no desenvolvimento econômico. Para ele, são três os motivos sociais mais exaustivamente percebidos em seus estudos e que governam as ações das pessoas: realização, afiliação e poder. A combinação destes três motivos faz com que alguns indivíduos sejam mais indicados para certas funções, enquanto outros se desempenham melhor em outros cargos (SOUZA, 1996).

Durante a década de 50, tomando como referência a Teoria da Hierarquia de Maslow, Frederick Herzberg desenvolveu a teoria da motivação dos dois fatores: higiênicos e motivacionais. Os fatores higiênicos compreendem a política e a administração da empresa, supervisão, relações interpessoais, condições de trabalho, salário, situação e segurança; enquanto que os fatores motivacionais compreendem realização, reconhecimento da realização, o próprio trabalho, responsabilidade e desenvolvimento ou progresso.

Baseado nos modelos anteriores de necessidades (principalmente o de Maslow) e procurando superar algumas falhas destes modelos, Clayton Adelfer propôs uma hierarquia modificada de necessidade que apresenta somente três níveis: Necessidade de Existência, Necessidade de Relacionamento e Necessidade de Crescimento - ERC (DAVIS; NEWSTRON, 1992).

2.2 Teorias motivacionais de processo

Estas teorias têm como objetivo explicar o processo pelo qual a conduta se inicia, se mantém e termina. Elas operam com variáveis maiores do processo e explicam a participação de cada uma e a natureza de interação, bem como procuram analisar na sua seqüência, o processo motivacional (LÉVY-LEBOYER, 1994) e os fatores que dirigem o comportamento (BOWDITCH; BUONO, 1997). Neste segundo grupo, duas teorias despontam: a de Equidade de Adams e a da Expectativa, de Vroom.

O Modelo da Equidade foi desenvolvido por J. Stacy Adams. Seu conteúdo principal é baseado no direito da igualdade e no sentimento de justiça.

Um outro modelo amplamente aceito sobre motivação é o modelo da expectativa, também conhecido como Teoria da Expectativa. Este modelo foi desenvolvido por Victor H. Vroom, tendo sido ampliado e refinado por Porter e Lawler entre outros, e é formado pelos seguintes componentes: Expectativa, Instrumentalidade e Valência. A motivação é um produto desses três fatores.

A teoria tem cinco partes principais: resultados do trabalho, valência, valor instrumental (instrumentalidade), expectativa e força motivacional. (MUCHINSKY, 1996).

1. *Resultado do trabalho* – são as “coisas” que uma organização pode proporcionar a seus trabalhadores, tais como salário, promoções e períodos de férias.
2. *Valência* – as valências são os sentimentos dos trabalhadores acerca dos resultados e geralmente se definem em termos de atração ou de satisfação antecipada.
3. *Valor Instrumental* – o valor instrumental se define como o grau de relação percebido entre a execução e obtenção dos resultados e esta percepção existe na mente dos trabalhadores.
4. *Expectativa* – é a relação percebida entre o esforço e o rendimento.

5. *Força Motivacional* – é o último componente. É a quantidade de esforço ou pressão de uma pessoa para motivar-se.

Do ponto de vista matemático é o produto da valência, o valor instrumental e a expectativa, expressa pela seguinte fórmula: $FM = E [\sum V_i I_i]$ onde, FM= Força Motivacional, E= Expectativa, V= Valência e I= Instrumentalidade.

A partir da pontuação (resultado) obtido da força, pode-se considerá-la como o preditor de quão motivado está uma pessoa.

Portanto, a Teoria da Expectativa mostra-se como um bom diagnóstico dos componentes da motivação e proporciona uma base racional sobre como avaliar o esforço investido pela pessoa.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente trabalho trata-se de um “*estudo de caso*” que busca apreender a totalidade de uma situação em um contexto particular. A pesquisa orientou-se pelos seguintes objetivos:

- *Analisar quais os resultados do trabalho que apresentam para os funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil maior expectativa, valência e instrumentalidade; e*
- *Analisar quais os resultados do trabalho que apresentam para os funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil maior força motivacional.*

A população desta pesquisa compreendeu o conjunto de funcionários ocupantes do cargo denominado posto efetivo das 13 agências do Banco do Brasil localizadas na cidade de Natal/RN, totalizando 74 funcionários. O posto efetivo caracteriza-se por ser um cargo não comissionado, com a função de atender ao público, executar serviços de natureza administrativo-operacional e participar no processo produtivo segundo diretrizes estabelecidas.

Como instrumento de coleta de dados utilizou-se o questionário adaptado do Inventário do Significado do Trabalho – IST elaborado por Borges (1997, 1998 e 1999). O IST composto de 68 itens foi adaptado com o objetivo de incorporar aos atributos descritivos e valorativos do trabalho, as dimensões de valência, instrumentalidade e expectativa. Após adaptação ganhou mais 5 novos itens e uma nova denominação: Inventário de Motivação e Significado do Traba-

lho – ISMT, cuja composição passou a ser de 73 itens. As respostas também consistem em designar de 0 a 4 pontos.

Para a presente pesquisa, foram eleitos os fatores primários dos atributos valorativos (Exigências Sociais, Justiça no Trabalho, Esforço Corporal e Desumanização, Realização Pessoal e Familiar e Sobrevivência Pessoal e Familiar) como os Resultados do Trabalho (RT) a serem considerados. A atribuição de pontos a estes resultados, indicando quanto eles devem ser, ou quanto são desejados, ou tomados como certo, será compreendida como a valência atribuída a cada resultado

No ISMT, os Resultados do Trabalho (RT), passaram a ter a seguinte composição:

Exigências Sociais: Fazer diariamente tarefas parecidas, contribuir para o progresso da sociedade, usar o pensamento na execução das tarefas, reconhecimento da autoridade dos superiores, sentir-se atarefado, sentir-se gente, sentir-se ocupado e fazer a tarefa

Justiça no Trabalho: Assistência merecida, contar com a adoção de todas as medidas de segurança recomendáveis no meu trabalho, igualdade de esforços entre todos os trabalhadores, cumprimento das obrigações da organização para comigo, ganhar suficiente, equipamentos necessários e adequados, reconhecimento pelo que faço, limpeza no ambiente de trabalho, sentir-se querido pelos colegas de trabalho, conforto nas formas de higiene, disponibilidade de materiais, equipamentos adequados e conveniência de horário, igualdade de direitos para todos que trabalham, cuidados necessários à higiene no ambiente de trabalho, sentir que os chefes confiam em mim e influenciar nas decisões (contribuindo para a formação de opiniões).

Esforço Corporal e Desumanização: Concluir minhas tarefas com pressa, sentir-se como uma máquina ou um animal, esforço físico (corporal) na execução do trabalho, discriminação pelo meu trabalho, exigência de rapidez, sentir-se esgotado e ganhar pouco para o esforço que faço.

Realização Pessoal e Familiar: benefício para os outros (usuários, clientes e pessoas em geral), uso do meu pensamento ou da cabeça, retorno econômico merecido, sentimento de ser tratado como pessoa respeitada, sentir-se produtivo, desenvolvimento das minhas habilidades interpessoais e oportunidade de expressão de minha criatividade.

Sobrevivência Pessoal e Familiar: Meu sustento, minha sobrevivência, assistência para mim e minha família, responsabilidade para enfrentar os problemas do trabalho, garantia e existência humana, exercitar o meu corpo e salário.

Esta composição é a base para a compreensão da questão motivacional dos funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil, através das dimensões da Teoria da Expectativa.

A análise dos dados do presente estudo foi processada de forma a identificar a partir dos diversos procedimentos estatísticos desenvolvidos pelo programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences), quais as Expectativas, Valências e Instrumentalidade, a Força Motivacional Geral, bem como a Força motivacional dos Resultados do Trabalho relacionados a Exigências Sociais, Justiça no Trabalho, Realização Pessoal e Familiar, Sobrevivência Pessoal e Familiar e Esforço Corporal e Desumanização, dos funcionários que ocupam o cargo de posto efetivo nas agências do Banco do Brasil na cidade do Natal.

4 RESULTADOS

QUADRO 01 - Médias das Expectativas, Valência e Instrumentalidades

RESULTADO	Média da Expectativa	Média da Valência	Média da Instrumentalidade
1 Justiça no Trabalho	3,44	3,66	2,51
2 Sobrevivência Pessoal e Familiar	3,39	3,65	2,61
3 Realização Pessoal	3,35	3,64	2,88
4 Exigências Sociais	3,19	3,27	2,82
5 Esforço Corporal e Desumanização	1,52	1,32	1,94

Sobre as médias das Expectativas e Valências, a primeira observação a ser feita é que quatro delas são elevadas. Estas se referem aos resultados de Justiça no Trabalho, Sobrevivência Pessoal e Familiar, Realização Pessoal e Exigências Sociais. Observa-se também, que com relação a esses quatro resultados, a valoração se sobrepõe as expectativas, apesar destas serem bastante elevadas. Tomando como exemplo Justiça no Trabalho, observa-se que é o resultado que possui maior

expectativa de ocorrência, entretanto, mais do que esperado, ele é valorizado. O mesmo ocorre com os Resultados de Sobrevivência Pessoal e Familiar, Realização Pessoal e Exigências Sociais.

Uma outra observação que pode ser feita com relação a esses quatro resultados é que, apesar de muito esperados e valorizados, apresentam instrumentalidade mediana. Isto significa, por exemplo, que Justiça no Trabalho é um resultado muito esperado e valorizado. No entanto, o trabalho (desempenho) é percebido moderadamente como um meio para sua obtenção, o que pode afetar diretamente a Força Motivacional para este resultado. Da mesma forma, ganhar suficiente, ter assistência merecida, equipamentos necessários e reconhecimento pelo que se faz (itens de Justiça no Trabalho, entre outros), são itens mais valorizados do que esperados. No entanto, apesar de serem muito valorizados e esperados, os funcionários não percebem relação entre seu desempenho e a obtenção destes.

4.1 Força Motivacional dos Resultados do Trabalho e Geral

De acordo com o QUADRO 02, pode-se verificar que a Força Motivacional dos funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil direciona-se mais fortemente para os resultados relacionados à Justiça no Trabalho com média de 457,00. Em segundo plano estão os resultados relacionados a Exigências Sociais com Força Motivacional média de 318,79. Em terceiro plano com médias de Força Motivacional aproximadas (254,00 e 242,14) estão, respectivamente, os resultados relacionados a Realização Pessoal e Familiar e Sobrevivência Pessoal e Familiar. Por outro lado, verifica-se que os resultados que apresentam Força Motivacional de menor intensidade, apresentando média de 44,60, são os relacionados a Esforço Corporal e Desumanização.

QUADRO 02 - Força Motivacional dos Resultados do Trabalho e Geral

FORÇA MOTIVACIONAL			
RESULTADOS	Mínimo	Máximo	Média
1 Justiça no Trabalho	100,00	784,00	457,00
2 Exigências Sociais	17,11	581,10	318,79
3 Realização Pessoal e Familiar	65,57	448,00	254,00
4 Sobrevivência Pessoal e Familiar	46,43	432,00	242,14
5 Esforço Corporal e Desumanização	,00	251,43	44,60
GERAL	28,39	224,81	127,12

5 CONCLUSÕES

A Teoria da Expectativa mostrou-se adequada para diagnosticar os componentes da motivação (expectativa, valência e instrumentalidade) dos funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil, proporcionando uma base racional sobre como avaliar o esforço investido pela pessoa em seu trabalho.

Os funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil esperam que ocorra com o seu trabalho, em um primeiro nível de expectativas, os resultados relacionados à Justiça no Trabalho e Sobrevivência Pessoal e Familiar. Os resultados relacionados à Realização Pessoal e Familiar e Exigências Sociais, situam-se em um segundo nível de expectativas e, por último, com menor expectativa de que ocorram com o seu trabalho, estão os resultados relacionados a Esforço Corporal e Desumanização.

Os resultados que apresentam maior valência para os funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil, portanto situados em um primeiro nível, são os relacionados à Justiça no Trabalho, Sobrevivência Pessoal e Familiar e Realização Pessoal. Em um segundo nível, mas também bastante valorizados, estão os resultados relacionados a Exigências Sociais. Já os resultados com menor valência, portanto menos valorizados por estes funcionários, são aqueles relacionados a Esforço Corporal e Desumanização.

As valorações atribuídas aos resultados de Justiça no Trabalho, Sobrevivência Pessoal e Familiar, Realização Pessoal e Exigências Sociais são mais elevadas do que as expectativas destes mesmos resultados, apesar destas serem bastante elevadas, o que evidencia o grande peso das valências na força motivacional. Em outras palavras, a energia que canaliza o comportamento do indivíduo para um determinado resultado do trabalho é decorrente do valor que ele atribui ao que ele espera com a execução do trabalho.

Outrossim, o trabalho realizado pelos funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil não foi muito percebido como sendo um meio eficaz para obtenção dos resultados esperados: Justiça no Trabalho, Sobrevivência Pessoal e Familiar, Realização Pessoal e Familiar, Exigências Sociais e Esforço Corporal e Desumanização. No entanto, os resultados que apresentaram maior instrumentalidade foram aqueles relacionados à Realização Pessoal e Exigências Sociais. Em um segundo nível, com instrumentalidade mediana, os resultados relacionados à Sobrevivência Pessoal e Familiar e Justiça no Trabalho. Por último, com baixa instrumentalidade, os resultados relacionados a Esforço Corporal e Desumanização.

Como a força motivacional é a quantidade de esforço ou pressão de uma pessoa para motivar-se e é o produto das expectativas, valências e instrumentalidades dos resultados do trabalho, a força motivacional dos funcionários do posto efetivo do Banco do Brasil direciona-se mais fortemente para os resultados relacionados à Justiça no Trabalho. Em seguida, estão os resultados relacionados a Exigências Sociais com força motivacional média. Em terceiro plano, os resultados relacionados à Realização Pessoal e Familiar e Sobrevivência Pessoal e Familiar. Por outro lado, os resultados que apresentam menor força motivacional, são os relacionados a Esforço Corporal e Desumanização.

Outrossim, o PDV gerou um clima de insegurança e instabilidade fazendo com que os funcionários avaliem o Banco como uma instituição que não garante mais um emprego seguro nem carreira profissional. Além disso, o ambiente é de pressão e os salários estão baixos. Todos esses dados vão de encontro às expectativas, valências e instrumentalidades dos funcionários do posto efetivo com relação aos resultados do trabalho, o que explica a desproporcionalidade entre, de um lado, as altas expectativas e valências de um determinado resultado e, de outro lado, a baixa instrumentalidade atribuída a estes resultados.

Importa ressaltar, que a Teoria da Expectativa é uma teoria de processo, portanto toda a configuração que a motivação dos funcionários do posto efetivo assumir pode alterar-se com as próprias mudanças que venham a ocorrer no contexto organizacional do Banco ou até mesmo fora deste. Isso implica em dizer que os resultados a que se chegou não devem ser encarados como estanques. Desta forma, devem ser constantemente reavaliados.

REFERÊNCIAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Revisão crítica dos conceitos tradicionais de motivação e levantamento de um perfil motivacional brasileiro**. São Paulo, 1983. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo.

BORGES, L.O. A estrutura fatorial dos atributos descritivos e valorativos do trabalho: um estudo empírico de aperfeiçoamento e validação de um questionário. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 4, n. 1 p. 107-139, jan./jun., 1999.

_____. Os atributos e a medida do significado do trabalho. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 13, n. 2, p. 211-220, 1997.

_____. **Significado do trabalho e socialização organizacional**: um estudo empírico entre trabalhadores da construção habitacional e de redes de supermercados. Brasília, 1998. Tese (Doutorado em Psicologia) – Universidade de Brasília.

BOWDITCH, James L.; BUONO, Antony F. **Elementos de comportamento organizacional**. Tradução de José Henrique Lamendorf. São Paulo: Livraria Pioneira, 1997.

DAVIS, Keith, NEWSTROM, John W. **Comportamento humano no trabalho**: uma abordagem psicológica. São Paulo: Pioneira, 1992.

LOBOS, Júlio A. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Atlas, 1978.

MASLOW, A. H. Uma teoria da motivação humana. In: BALCÃO, Yolanda Ferreira, CORDEIRO, Laerte Leite. **O comportamento humano na empresa**: uma antologia. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1979.p.337-68.

MUCHUINSKY, Paul M. **Psicologia aplicada al trabajo**: una introducción a la psicología industrial y organizacional. Tradução Olga Maiz, Maria Luiza Lupardo. [S.l.]: Desclée de Brouwer, 1994.

LÉVY-LEBOYER, Claude. **A crise das motivações**. São Paulo: Atlas, 1994.

McGREGOR, Douglas. **O lado humano da empresa**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

SOUZA, Wander Pereira. **Motivação e produtividade**: um estudo de caso de uma empresa de transporte de carga líquida do estado de Rondônia. Natal, 1996. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

VROOM, Victor Harold. **Work and motivation**. New York: Originally published, 1964.

Abstract

This article is a results of a research carried out to analyse, trough the Theory of Expectations, by Victor Vromm, the Motivational Power of the Banco do Brasil staff in Natal/RN, having as a backgound the Voluntary Detachment Program (VDP). The results demonstate that those staff Motivacional Power is strongly directed to the results related to Work Justice, Social Demanding, Personal and Familiar Realization and Personal and Familiar Survival and it is also less directed to the results related to Body Stenght and Dishumanization. In the end, the results still show that the staff General Motivational Power is low and directly related to the organization aspects.

Key words: *Theory of motivation; motivation in the work; hierarchical theory of the necessities; theory of motivation social; theory ERG – Existence, relationship, growth.*

A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA ESTATÍSTICA ANÁLISE DAS CORRESPONDÊNCIAS COMO ESTRATÉGIA PARA ANÁLISE DE DADOS RELATIVOS À SATISFAÇÃO NO TRABALHO E PERCEPÇÃO SOBRE QUALIDADE EM SERVIÇOS.

Ana Maria da Silva Souza¹

Mário Varela Amorim²

Rubens Eugênio Barreto Ramos³

Resumo

Este trabalho é resultante de uma pesquisa que discute a aplicação da técnica estatística denominada análise das correspondências aplicada a avaliação da satisfação no trabalho e da percepção sobre um serviço de qualidade, junto a um grupo de funcionários de uma rede brasileira de supermercados, de capital nacional. Inicialmente os autores dissertam a respeito da análise das correspondências, apresentando uma revisão teórica sobre o tema abordado em seguida mostram a aplicação prática de tal metodologia utilizada para avaliação da satisfação no trabalho, bem como a compreensão dos funcionários sobre a qualidade em serviços e sua percepção no atendimento às expectativas dos clientes, visando identificar os atributos mais relevantes.

Palavras-chave: *Qualidade; serviço de qualidade; satisfação no trabalho.*

¹ Mestranda em Engenharia de Produção e Professora da FARN.

² Mestre em Ciências da Engenharia da Produção e Diretor da CONSULT Engenharia.

³ Doutor em Engenharia da Produção. Coordenador e Professor do Mestrado em Ciências da Engenharia da Produção da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

1 INTRODUÇÃO

O ser humano nesta última década tem sido motivo de destacada atenção dos gestores empresariais uma vez que as pessoas começam a serem reconhecidas como o que existe de mais valioso nas companhias para que elas possam alcançar os mercados com vantagens competitivas. As pessoas são quem detêm as habilidades e a criatividade necessárias para alavancar transformações nos processos e, hoje, as empresas de classe mundial desenvolvem esforços constantes visando preparar seu pessoal para este ambiente.

As organizações que buscam a qualidade em seus serviços necessitam de um ambiente onde prevaleça uma permanente interação entre as pessoas, com vista à materialização de sua missão. Neste propósito, a organização precisa constantemente está atendendo às necessidades dos seus clientes. Segundo Möller (1992, p. 17), “é difícil imaginar uma empresa satisfazendo com consistência os requisitos de qualidade do mundo exterior, a menos que seus bens e serviços sejam produzidos e prestados por pessoas com alto nível de qualidade pessoal”.

Neste entendimento, a qualidade numa organização começa nas pessoas. Elas são quem interagem nos diversos subsistemas da organização para transformarem os processos em realizações que revelam satisfação nos clientes. Afirma Medeiros (1999, p. 31) que:

já estamos vivendo na 4ª onda, marcada pelo sentimento, pela paixão e pela sensibilidade. Nesse contexto a qualidade é buscada através das pessoas. O foco de atenção mudou de posição, ele incide sobre a qualidade de vida humana. É a preocupação com o ser humano enquanto tal e em sua totalidade. Este é o objetivo da gestão empresarial emergente.

O homem, em algumas sociedades desenvolvidas, já não busca somente o emprego, ele procura o trabalho onde possa ser reconhecido pelos seus valores e pelo aproveitamento de sua capacidade de realização.

Desta maneira será utilizada a análise das correspondências para análise da satisfação dos funcionários e sua percepção a respeito da qualidade dos serviços prestados pela empresa pesquisada.

2 A ANÁLISE DAS CORRESPONDÊNCIAS

A análise de correspondências foi desenvolvida na França por Jean-Paul Benzécri no final da década de 60, mas somente na década de 80 ganhou popularidade nos países de língua inglesa, sendo atualmente largamente utilizada por pesquisadores das mais diversas áreas em todos os países.

De acordo com Greenacre (1993) os pesquisadores que trabalham com dados qualitativos obtidos a partir de variáveis nominais enfrentam constantemente a necessidade de quantificar tais dados. A análise das correspondências apresenta uma alternativa para a resolução de tais problemas, consistindo de uma técnica descritiva/ exploratória desenvolvida com o propósito de analisar dados mensurados em categorias de uma escala, como por exemplo, a escala de Likert (escala composta de cinco categorias na qual o entrevistado indica o seu grau de concordância ou discordância: 1. Discorda Totalmente 2. Discorda 3. Não concorda nem discorda 4. Concorda 5. Concorda totalmente) e apresentados na forma de tabelas de contingências ou tabelas cruzadas. A análise das correspondências diferente de outras técnicas está habilitada a interpretar dados com tais características bem como estabelecer seus relacionamentos. A técnica realiza uma redução dimensional similar a análise fatorial fornecendo um mapeamento no qual as categorias são representadas em um espaço multidimensional, tendo os seguintes objetivos básicos:

1. Associação entre categorias de linhas ou colunas - a técnica pode ser utilizada para examinar a associação entre as categorias das linhas ou colunas, as categorias podem ser comparadas com o objetivo de visualizar se podem ser combinadas, (ou seja, se estão próximas), como também se fornece uma discriminação (ou seja, se estão localizadas separadamente);
2. Associação entre linhas e colunas – a ferramenta evidencia também a existência de associação, isto é de relacionamento de dependência, entre as categorias das linhas e colunas para dados qualitativos o que não é possível com a utilização de métodos paramétricos.

A análise das correspondências requer apenas uma matriz retangular de dados (tabulação cruzada) com valores não negativos. As linhas e colunas devem representar as respostas de uma ou mais variável categórica. A análise de uma tabulação cruzada de mais de duas variáveis também pode ser realizada pela análise das correspondências, em um procedimento que é similar ao utilizado para tabelas de dupla entrada, onde as variáveis são ajustadas e todas as categorias são dispostas em um mesmo espaço multidimensional.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 A empresa pesquisada

A empresa objeto deste estudo atua no setor brasileiro de supermercados, tendo uma posição de destaque no setor. Essa empresa foi escolhida pelos autores face estar desenvolvendo durante alguns anos, um Programa de Gestão da Qualidade Total e por estar alinhada com um dos objetivos deste trabalho qual seja, avaliação da compreensão dos funcionários sobre um serviço de qualidade. Tendo a organização uma gestão empresarial que vem implantando métodos e equipamentos de vanguarda do setor, a pesquisa revela a compreensão dos funcionários sobre a qualidade em serviços bem como sua percepção no atendimento às expectativas dos clientes.

3.2 A definição da amostra

Mediante as necessidades desta pesquisa, foi estabelecida como população alvo todos os funcionários da empresa objeto de estudo, perfazendo um total de 1036 funcionários. Com base na relação do número de funcionários fornecida pela área de Recursos Humanos da Empresa, foi realizado um plano amostral probabilístico estratificado proporcional em dois estágios, segundo a lotação e função do empregado, considerando como unidade amostral o funcionário. O cálculo para dimensionamento da amostra foi feito com base num erro de estimativa de 2,5% e um nível de confiança de 90,00%, chegando-se a 90 empregados. Os autores decidiram, porém, entrevistar 119 funcionários para melhorar a representatividade de algumas funções.

3.3 A formulação do instrumento de pesquisa

Para construção do instrumento de coleta de dados, preliminarmente foi utilizado um questionário com perguntas abertas, testado através de uma pesquisa piloto. A partir das respostas obtidas foi definida a versão final. Esta versão foi estruturada e composta de duas partes: dados de identificação e questões que visavam aferir a percepção do funcionário em relação ao objeto da pesquisa. Para elaboração das questões relativas à avaliação da satisfação no trabalho e da percepção sobre serviço de qualidade foi adotada a escala de Likert.

3.4 Coleta de dados

A coleta de dados para análise do objeto de pesquisa foi realizada pelos autores, no período de 01 a 17 de março de 2000, nas seis unidades de vendas da

empresa, através de entrevistas individuais, com a utilização de um questionário estruturado.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos resultados foi realizada através da utilização de análise descritiva de dados e análise das correspondências. O trabalho computacional para tabulação e análise dos dados foi desenvolvido no software “Statistica”, versão 6.0.

4.1 Perfil dos entrevistados

Para caracterização do perfil dos entrevistados foram observadas as seguintes variáveis: sexo, grau de instrução, idade, função, tempo de serviço e lotação.

Da amostra pesquisada, a maioria das pessoas foi do sexo masculino, com 61,34% dos entrevistados; com relação ao grau de escolaridade, observou-se que 77,31% das pessoas concluíram o segundo grau.

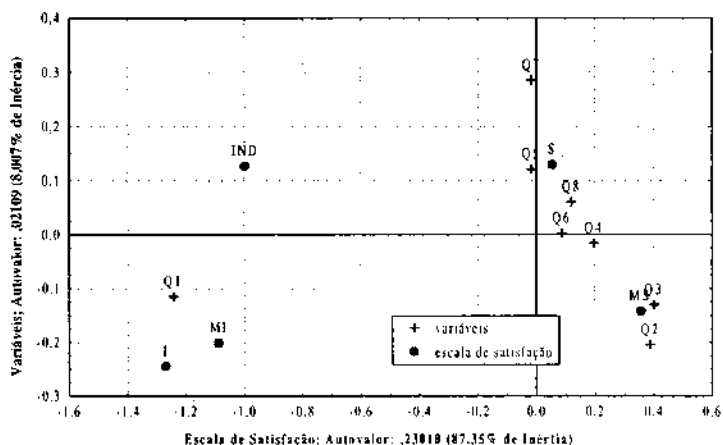
A distribuição dos pesquisados com relação à idade mostrou que há uma grande concentração de funcionários com idade entre 18 e 30 anos, correspondendo a 75,63% dos entrevistados. O tempo de serviço da maioria dos empregados está compreendido entre 1 e 10 anos, equivalente a 87,39%.

4.2 Revelação da satisfação no trabalho

Analisando-se a distribuição e associação dos pontos da figura 1 observa-se que a revelação dos resultados da pesquisa mostrou que o próprio trabalho não é visto pelos entrevistados como sendo a forma com que eles têm a maior satisfação no trabalho. Este aspecto, possivelmente, revela que os empregados estão desenvolvendo suas atividades mais pelo convívio social do que pela essência do próprio trabalho, que deve ser entendido como fator importante do negócio da empresa.

Outro aspecto que está revelado nos resultados diz respeito ao salário. Apesar de estarem muito satisfeitos com o emprego e o relacionamento interpessoal, os entrevistados se mostraram insatisfeitos com o salário, que, certamente, está limitando seus anseios, privando-os de atender suas necessidades fisiológicas básicas pregadas na teoria de Maslow, (apud Hersey; Blanchard, 1986) tais como, alimentação, moradia e vestuário.

Figura 1 - Revelação da Satisfação dos Funcionários



Fonte: Pesquisa realizada no período de 01/03/2000 a 17/03/2000

CÓDIGOS	VARIÁVEIS	CÓDIGOS	ESCALA
Q1	Salário	MS	muito satisfeito
Q2	Estar empregado	S	satisfeito
Q3	Amizade com os colegas de trabalho	IND	indiferente
Q4	Contato com o cliente	I	insatisfeito
Q5	Ambiente de trabalho	M1	muito insatisfeito
Q6	Estar fazendo o que gosta		
Q7	O próprio trabalho		
Q8	Estar empregado numa empresa boa de trabalhar		

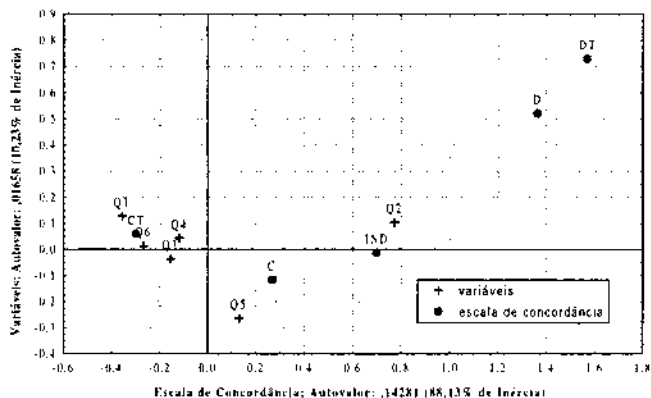
4.3 Percepção sobre serviço de qualidade

Na percepção das pessoas entrevistadas, com base nas variáveis analisadas, realizar suas atividades com perfeição e atenção contribui com maior intensidade na produção de um serviço de qualidade dessa empresa, do que o atendimento as expectativas do cliente. Isto revela que a prática cotidiana das pessoas, pode estar sendo diferente daquilo que eles aprenderam nos treinamentos sobre qualidade.

Chama atenção, também, o fato dos entrevistados se mostrarem indiferentes em realizar atividades desejadas pela empresa. Esta revelação, possivelmente, mostra que existe uma distância entre as atitudes gerenciais pregadas e a conduta gerencial cotidiana, pois sendo os entrevistados apáticos em relação ao planejamento da empresa, a qualidade no serviço pode tornar-se mais vulnerável.

A padronização no atendimento ancorado num dos princípios da qualidade, qual seja, garantia da qualidade, requer que sejam disseminados junto aos empregados maiores esclarecimentos acerca da importância desse procedimento. Justifica-se esta necessidade por entender que não estando configurada nas respostas, uma compreensão segura de que os serviços de todas pessoas, em relação a esta variável, é valiosa para um serviço de qualidade, pode promover, se este entendimento persistir, algumas dificuldades na materialização das conformidades que geram qualidade.

Figura 2 - Entendimento sobre Serviço de Qualidade



Fonte: Pesquisa realizada no período de 01/03/2000 a 17/03/2000

CÓDIGOS	VARIÁVEIS	CÓDIGOS	ESCALA
Q1	Fazer o trabalho com perfeição	CT	concordo totalmente
Q2	Fazer o que a empresa quer	CT	concordo
Q3	Aquele que atende às expectativas do cliente	IND	indiferente
Q4	A limpeza do ambiente de trabalho	D	discordo
Q5	Atendimento aos padrões	DT	discordo totalmente
Q6	Serviço feito com atenção		

4.4 Importância do trabalho dos funcionários para a qualidade do serviço

Atualmente, as empresas mundiais têm dedicado grande atenção às pessoas, algumas inclusive, revelando que elas são o seu diferencial competitivo. Deste modo, este quesito apresentou respostas que favorecem a empresa pesquisada a busca de uma posição competitiva no mercado em que se insere. Analisando-se a figura 3, observa-se que quase a unanimidade dos funcionários entrevistados entende que um bom atendimento ao cliente contribui para o serviço de qualidade. Seguramente, um bom atendimento requer o atendimento das expectativas dos clientes.

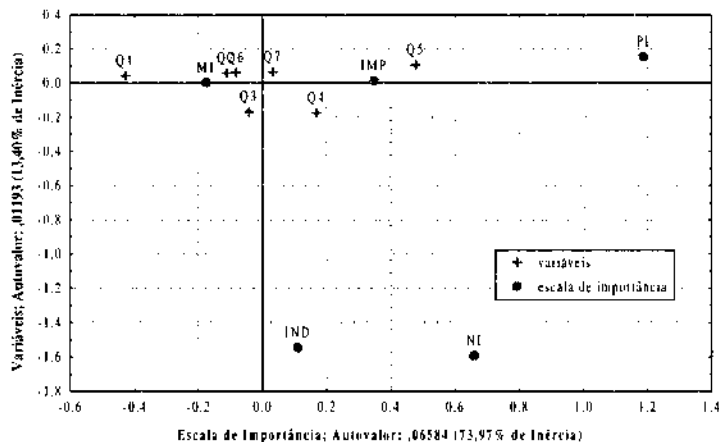
Um aspecto revelado também com evidência pelos funcionários, diz respeito à necessidade de requalificação das suas atividades profissionais. Esta resposta se alinha com exatidão com um dos princípios de qualidade, que se refere, ao “aperfeiçoamento contínuo”. Esta manifestação assegura à empresa, possivelmente, que seus funcionários detém nível de maturidade funcional adequado, pois quando eles requerem a renovação do conhecimento, estão querendo ser mais eficientes para atingir as metas da organização.

O sorriso para o cliente, também foi interpretado pelas pessoas entrevistadas como sendo de muita importância para um serviço de qualidade. Entretanto, esta resposta deve merecer atenção, pois o sorriso é algo que o cliente recebe no primeiro instante, mas, posteriormente, as necessidades dos clientes passam a ser outras em busca do atendimento de suas expectativas.

Dentre as respostas dadas a este quesito, merece ser analisada com mais esmero pela empresa, a relação existente entre a compreensão dos empregados sobre um bom atendimento e o que eles entendem por desempenhar suas atividades de acordo com as exigências estabelecidas pela empresa.

Pelas respostas dadas a estas duas variáveis – bom atendimento e fazer o trabalho de acordo com as exigências da empresa – evidencia-se uma certa distância na compreensão dos empregados, sobre essa visão, revelando outra face, onde eles percebem que o bom atendimento depende apenas de sua conduta individual e não está relacionado com o planejamento da empresa e prática gerencial.

Figura 3 - Importância do Trabalho para a Qualidade do Serviço



Fonte: Pesquisa realizada no período de 01/03/2000 a 17/03/2000

CÓDIGOS	VARJÁVEIS	CÓDIGOS	ESCALA
Q1	Bom atendimento	MI	muito importante
Q2	Ser eficiente	I	importante
Q3	Sorrir para o cliente	IND	indiferente
Q4	Fazer correto desde a primeira vez.	PI	pouco importante
Q5	Fazer o trabalho de acordo com as exigências da empresa	NI	nada importante
Q6	Orientar, treinar e informar como fazer correto		
Q7	Ajudar aos colegas		

4.5 Revelação da satisfação dos funcionários no trabalho

Um dos aspectos favoráveis ao negócio da empresa estudado nas respostas deste quesito diz respeito à disponibilidade das pessoas para o trabalho quando elas estão satisfeitas. Isto, que pode ser confirmado como revelação da satisfação no trabalho, através do desejo de realizar algo mais, teve um índice de resposta de 78,87%. A explicação deste resultado pode ser obtida através da necessidade de auto-realização contemplada na teoria de Maslow, que significa o desejo das pessoas maximizarem o seu próprio potencial.

Outros pontos que merecem ser evidenciados são: o reconhecimento pelo trabalho realizado, que foi considerado por 68,93% dos entrevistados como fator motivador para a satisfação no trabalho. Confirma, por conseguinte, o atendimento da necessidade de estima contemplada na teoria de Maslow, ratificando a tendência observada no item 4.2, onde os funcionários sustentaram a importância do relacionamento interpessoal.

Alguns resultados observados nesta questão se relacionam com a subjetividade do homem, que deve ser observada no planejamento da produção. Afirmações como tratar o cliente com alegria, realizar o trabalho com amor e se sentir feliz com o que faz, foram valores considerados importantes para a satisfação no trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, os autores identificaram através de pesquisa o entendimento sobre serviço de qualidade e como a satisfação no trabalho se revelava para um grupo de pessoas que trabalha numa rede brasileira de supermercados, de capital nacional.

No entanto, o que chamou a atenção dos autores foi o fato das pessoas terem revelado que não é costume receberem reconhecimento pelo esforço que

desenvolvem no trabalho. Este exemplo está relacionado com as necessidades de estima, da teoria de Maslow, comentadas anteriormente e, que não estão sendo atendidas com vista à motivação dos funcionários.

Outro aspecto que chamou atenção nas respostas dos entrevistados foi que realizar um serviço com perfeição e atenção precede ao atendimento das expectativas do cliente. Este resultado deve ser analisado com mais esmero pela administração da empresa, pois esta revelação possivelmente está mostrando que ocorre uma distância entre aprendizado da teoria da qualidade e a prática gerencial adotada no cotidiano. Na realidade, as perguntas desta questão dizem respeito a manifestações de qualidade para diferentes entendimentos. Entretanto, atender aos requisitos do cliente tem sido uma definição de qualidade mais usual e consagrada e precede a outros entendimentos. Segundo Möller (1992, p. 155), “a qualidade do serviço, em termos de mercado, pode ser definida como o grau até o qual um serviço satisfaz as exigências, os desejos e as expectativas do seu recebedor”.

No que diz respeito à contribuição que os funcionários podem dar para proporcionar um serviço de qualidade foi afirmado com convicção que um bom atendimento é muito importante para alcançar este estágio dentro de um programa de qualidade. Esta conclusão reforça a importância que eles dão ao atendimento das necessidades de estima e auto-realização, as quais devem ser vistas como sinalizadoras para uma adequada gestão das pessoas.

Associadas às necessidades de serem reconhecidos pelo trabalho que realizam, eles entendem que a melhoria do salário, uma melhor qualificação profissional e um adequado respeito à condição humana contribuirão para ampliar a satisfação deles, conduzindo-os a melhor qualidade de vida.

As pessoas, embora tenham demonstrado uma acentuada afinidade emotiva com a organização, requerem por outro lado a implantação de métodos gerenciais que permitam uma maior aproximação com os superiores, realização de atividades recreativas, maior espaço nos processos decisórios e elogios pelos acertos no trabalho.

Convém sublinhar que os funcionários desta empresa demonstraram uma inequívoca disposição para o trabalho e entendem que as condições de trabalho oferecidas são adequadas. Finalmente, a revelação por parte dos funcionários de que a satisfação deles no trabalho é manifestada pela vontade de querer fazer algo mais além de suas atribuições, ratifica a necessidade dos gestores entenderem de que a vantagem competitiva da empresa está nas pessoas, portanto, a contínua qualificação e manutenção de um programa de desenvolvimento

dessas pessoas associada à implantação de processos de vanguarda do setor, possivelmente contribuirão na conquista de posições vantajosas no mercado.

A utilização da ferramenta análise das correspondências, possibilitou a efetivação destes resultados de uma forma clara e simples mostrando-se uma técnica adequada para a análise de dados dispostos em tabelas de contigência.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar seus clientes**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

ALMEIDA, Sérgio. **Cliente, eu não vivo sem você: o que você não pode deixar de saber sobre qualidade em serviços e clientes**. Salvador: Casa da Qualidade, 1995.

DEMING, W. Edwards. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.

_____. **The new economics: for industry, government, education**. Cambridge: MIT, 1993.

FROMM, Erich. **Análise do homem**. 12. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

GREENACRE, Michael J. **Correspondence analysis in practice**. San Diego: Academic Press, 1993.

HERSEY, Paul, BLANCHARD, Kenneth H. **Psicologia para administradores: a teoria e as técnicas da liderança situacional**. São Paulo: EPU, 1986.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing: ed. compacta**. São Paulo: Atlas, 1996.

MCGREGOR, Douglas. **O lado humano da empresa**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

MEDEIROS, José Rafael. **O amor renovando o trabalho**. Petrópolis: Vozes, 1999.

MÖLLER, Claus. **O lado humano da qualidade**: maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas. 7. ed. São Paulo: Pioncira, 1994.

MORIN, Edgard. Epistemologia da Complexidade. In: SCHNITMAN, Dora Fried. **Novos paradigmas, cultura e subjetividade**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p. 274-286.

NÓBREGA, Kleber Cavalcanti. **Gestão da qualidade em serviços**. São Paulo, 1997. 328p. Tese (Doutorado) Departamento de Engenharia de Produção, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo.

NORMANN, Richard. **Administração de serviços**: estratégia e liderança na empresa de serviço. São Paulo: Atlas, 1993.

STATISTICA. 6.0. [S.l.]: Tulsa, c.1995. 1 CD-ROM.

TÉBOUL, James. **Gerenciando a dinâmica da qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1991.

_____. **A era dos serviços**: uma nova abordagem de gerenciamento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

WEST, Micahel, PATTERSON, Malcolm. **People Management**. Recuperado em 26 de dez. 1999. Disponível em: <www.proquest.com/pqdweb>. Acesso em: 26 dez. 1999.

WHITELEY, Richard C. **A Empresa Totalmente Voltada para o Cliente**: do planejamento à ação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

Abstract

This work is the result that discusses the application of the statistical technique denominated correspondence analysis applied to the evaluation of the job satisfaction and of the perception about a quality, joined by a group of a Brazilian net of supermarkets, of capital. Initially the authors lecture regarding the correspondence analysis, presenting a theoretical revision about the theme approached followed shows the practical application of such methodology used for evaluation of the job satisfaction, as well as the employee's understanding about the quality in services and its perception in the attendance to the customer's expectations, seeking to identify the most important attributes.

Key words: *Quality; quality in services; satisfaction in the work.*

O CONTROLE DA GESTÃO PÚBLICA E A LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL

Cristóvão Ferreira de Lima¹

Resumo

Com o advento da Lei de Responsabilidade Fiscal, a Atividade Pública passou a ser exercido mais intensamente sob a ótica do controle concomitante mencionado na Lei 4320/64. A Contabilidade Pública renasce com uma função mais dirigida à gerência da Gestão Pública. Com isso temos o surgimento da Contabilidade Gerencial Pública. O controle da Gestão Fiscal Pública através da Lei de Responsabilidade Fiscal possibilita ao usuário da informação uma ampla transparência das atividades do Estado Organizado. A utilização de demonstrações que eram exclusivas da Contabilidade do setor privado, agora proporcionam ao gestor público elementos substanciais para uma melhor tomada de decisões.

Palavras-chave: *Lei de responsabilidade fiscal; gestão públicas; Lei 4.320/64.*

1 INTRODUÇÃO

Uma das maiores dificuldades encontradas pela Administração Pública consiste em colocar em prática um dos seus princípios fundamentais: o **controle da execução da Lei Orçamentária Anual**. O principal fator que origina essa dificuldade é o crescimento incessante da atividade estatal, pois, de acordo com a **Teoria Keynesiana**, o setor público cresce sempre com taxas mais elevadas, em relação ao crescimento do nível de renda do país. Assim, o Estado fica cada vez mais gigante, tornando difícil o controle da execução orçamentária.

Na Administração Pública moderna é essencial que o controle esteja também suprido de elementos, como, por exemplo, um modelo de apuração de custos que possibilite ao Gestor Público uma tomada de decisão que vise sempre ao bem-estar da população, aqui denominamos de “lucro social”.

¹ Especialista em Contabilidade Gerencial. Professor da FARN.

Procura-se, dessa forma, demonstrar a importância da Lei de Responsabilidade Fiscal para a Contabilidade Pública, os tipos de controle, elementos indicadores de Avaliação de Desempenho e a transparência na Gestão da Atividade estatal.

2 TIPOS DE CONTROLE

O Decreto-lei 200/67 (Reforma Administrativa) já cita o controle como um dos cinco princípios fundamentais da Administração Pública. O mencionado Decreto-lei não é o único que se preocupa em abordar esse princípio. A Lei 4320/64 (Lei do Orçamento) também enumera o controle como elemento indispensável à conclusão do ciclo orçamentário e classifica-o em três tipos: **prévio, concomitante e subsequente**.

O controle prévio se materializa através de um planejamento que contemple os anseios da população e justifique seus objetivos, sempre observando o prescrito nos instrumentos legais que disciplinam sua materialização. Esse planejamento recebe o nome de Orçamento Público. O Orçamento Público, também denominado de Lei Orçamentária Anual, tem como principal objetivo satisfazer o contido na Lei 4320/64, com relação ao controle prévio.

O controle concomitante tem como base estrutural a Ciência Contábil em suas várias funções. O Projeto de Lei Complementar 18/99, que foi transformado na Lei Complementar 101/2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal) aborda com bastante correção os campos orçamentário, financeiro e contábil. E foi nesse contexto que teve origem a Contabilidade Gerencial Aplicada à Gestão Pública. Dessa forma, a Lei de Responsabilidade Fiscal tenta responder às expectativas da sociedade, tornando informações que eram produzidas apenas de caráter jurídico-administrativo em informações gerenciais que proporcionam ao usuário uma perfeita análise do comportamento da Gestão Pública em determinado momento.

3 CONTROLE E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

A Lei de Responsabilidade Fiscal proporcionou um melhor aproveitamento do controle subsequente, que consiste na verificação e avaliação do desempenho da execução orçamentária, tornando mais fácil o entendimento pelo usuário e proporcionando ao Gestor Público modelos de **Avaliação de Desempenho** mais amplos, atingindo aspectos como **custos, qualidade, adequação, eficiência, eficácia, efetividade e satisfação do cliente**. Com isso, a Lei de Responsabilidade Fiscal concretizou o nascimento da **Contabilidade Gerencial Pública**, o instrumento de controle mais novo da Gestão Fiscal Pública.

A Responsabilidade Fiscal, objetivamente contemplada no texto legal, possibilita ao usuário maior confiabilidade na informação produzida. Demonstrações que constam na Lei 6.404/76 (Lei das Sociedades Anônimas), agora também integram a rotina da atividade pública, procurando garantir ao usuário o maior objetivo da Contabilidade que é a transparência da Gestão.

Com relação à **disclosure** na Gestão Pública, a Lei de Responsabilidade Fiscal, em seu artigo 48, enumera como instrumentos principais: **os Planos, Orçamentos (fiscal, investimentos e seguridade social), Lei de Diretrizes Orçamentárias, Prestação de Contas e Relatório Prévio, Relatório Resumido da Execução Orçamentária e Relatório da Gestão Fiscal.**

Destarte, o profissional da Contabilidade Gerencial Pública pode dispor de elementos que satisfaçam as exigências contidas na Resolução CFC 785/95, garantindo **confiabilidade, tempestividade, compreensibilidade e comparabilidade**, que são os atributos da informação contábil.

Para a produção da informação contábil destinada ao controle da execução orçamentária, a Contabilidade Gerencial Aplicada à Gestão Pública passa a ter agora vários instrumentos de evidenciação contábil que comporão o mais novo Parque Contábil da **Administração Pública Moderna.**

4 CONCLUSÕES

A Lei de Responsabilidade Fiscal certamente resgata a função da Contabilidade Pública, que é produzir informações úteis a todos os usuários, de tal maneira que a transparência no setor público sirva como instrumento de capacitação e convite ao crescimento econômico.

A possibilidade de utilização da Contabilidade Gerencial na atividade pública faz com que princípios como o controle agreguem valor moral e institucional, valorizando cada vez mais a Ciência Contábil.

Enfim, dotar os gestores públicos de ferramentas como a Lei de Responsabilidade Fiscal, foi construir um ambiente propício e efetivo ao controle gerencial da Gestão Pública.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Decreto-Lei 200/67.**

BRASIL. **Lei Complementar 101/200.**

R. FARN, Natal, v.1, n.1, p. 83 - 86, jul./dez. 2001.

BRASIL. Lei 4320/64.

_____. **Princípios fundamentais de Contabilidade e normas brasileiras de Contabilidade**. 2. ed. Brasília: CFC, 2000.

LIMA, Cristóvão Ferreira de. **A despesa pública: uma revisão conceitual**. Natal: UFRN, 2001. (Monografia de Especialização em Contabilidade Gerencial).

MUSGRAVE, Richard A. **Teoria das finanças públicas: um estudo da economia governamental**. São Paulo: Atlas, 1976.

Abstract

Inspection responsibility law, the public activity started being practiced more intensely under the control mentioned in the Law 4320/64. The Public Accounting reborns with a function more directed to the Public Administration. With that came the rise of the Public Managing Accounting. The control of the Public Inspection Administration through the Law of Inspection Responsibility gives the user a transparent view of activities of the Organized State. The use of demonstrations that used to be exclusive for the Private Accounting Sector now provides the Public Administrator, substantial elements for decision-making.

Key words: *Law of Inspection Responsibility; public administration; Law 4320/64.*

A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO NO EXERCÍCIO DA PROFISSÃO CONTÁBIL

Jomara Fernandes Temóteo¹
Halcima Melo Batista²

Resumo

A contabilidade tem um papel social que será reconhecido quando se efetivar o processo comunicativo entre o contador (a fonte produtora da mensagem) e os usuários das informações contábeis (o receptor decodificador da mensagem). Este trabalho objetiva contribuir para esta evolução. Aborda os seguintes assuntos: o processo de comunicação; as informações contábeis e seus usuários; como conhecer o usuários da informação contábil e uma conclusão denotando a importância do processo de comunicação para o exercício da profissão contábil. Para tanto, foi utilizada a pesquisa bibliográfica. Conclui-se que é urgente o aperfeiçoamento do processo de comunicação entre a contabilidade e os seus usuários para que a informação seja acurada, tornando-se uma verdadeira fonte para tomada de decisões.

Palavras-chave: *Contabilidade; processo de comunicação; informações contábeis.*

1 INTRODUÇÃO

Muito se tem falado na responsabilidade social da contabilidade através de seus representantes (contadores e contabilistas) e de seus instrumentos de atuação. A comunicação apresenta-se como uma ferramenta para que a informação contábil possa cumprir seu papel social de esclarecer a situação econômica e financeira das entidades públicas e privadas.

A dificuldade está em como fazer com que as demonstrações contábeis – não apenas as obrigatórias por lei – sejam assimila-

¹ Bacharel em Comunicação Social (UFRN). Aluna do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte (FARN).

² Especialista em Auditoria (UFRJ) e em Contabilidade Gerencial (UFRN). Mestre em Administração (UFRN). Professora da FARN.

das pelos diversos tipos de usuários, inclusive os usuários potenciais, já que a contabilidade, durante muito tempo, foi feita por contadores e para contadores.

Como o mundo está vivendo na era da informação, a informação tornou-se fundamental em qualquer atividade, seja ela econômica ou não.

Para fazer com que as informações contábeis cheguem até seus usuários é preciso que haja comunicação, mas para haver comunicação é importante que os contadores entendam o processo comunicativo, pois assim ficará muito mais fácil desenvolver métodos e técnicas que facilitem o estabelecimento da comunicação entre as partes interessadas.

A comunicação efetiva de uma informação contábil agrega valor a essa informação. É preciso que a sociedade tenha consciência do papel social da classe contábil e, assim, mude a sua visão de que a contabilidade serve apenas para escriturar fatos contábeis em atendimento a exigências fiscais e legais.

Para que isso aconteça, o contador tem a obrigação de se fazer entender perante a sociedade, cumprindo o principal objetivo da contabilidade: o de satisfazer as necessidades informativas de seus usuários.

A proposta deste trabalho é demonstrar cada um dos elementos que compõem o processo de comunicação como estrutura e, ainda, propor uma mudança de atitude na relação contador-usuário através de uma ênfase dada ao receptor, que, no caso, é o usuário das informações contábeis, já que a fonte (o contador) só existe e a comunicação só acontece por causa do receptor, que é o alvo ao qual tudo é destinado.

Este trabalho pretende contribuir para a evolução do papel social da contabilidade, ou seja, para que o produto da contabilidade não fique restrito apenas aos especialistas e às grandes empresas, mas que possa ser socializado de forma a servir de subsídio para o próprio exercício da cidadania.

2 O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

"Tu tens o teu idioma e não o meu, assim como eu não tenho o da rosa, nem esta o do rouxinol".

Juan Ramón Jiménez

Todos os sinais, verbais e não verbais, que têm algum significado para as pessoas podem e são usados na comunicação. Esta acontece "cada vez que

um organismo pode afetar um outro, modificando-o ou modificando sua ação, a partir da transmissão de uma informação” (HESKETH, 1985, p. 249). Porém a falta de “compreensão do processo, das determinantes e dos efeitos da comunicação” (BERLO, 1999, p. 7) causa problemas práticos em vários campos, sejam eles inter ou intra-pessoais, ou organizacionais.

As conceituações do fenômeno comunicativo não conseguem obter a abrangência adequada do mesmo. Esta dificuldade começa no fato de a comunicação ser um processo, e como tal, tem as características de não possuir um começo ou fim determinados, uma seqüência fixa de eventos, além da influência mútua que os ingredientes do processo exercem entre si. Mesmo assim uma forma de tentar compreendê-lo é o estudo dos principais elementos: emissor (ou fonte-codificador), mensagem, canal e receptor (ou receptor-decodificador).

Segundo Thayer (1972, p. 40-43), a maioria das teorias da comunicação são variantes da equação: $A \rightarrow B = X$, em que se lê: “A comunica algo para B com efeito ou resultado X”. Considerando que “todo comportamento de comunicação tem um objetivo, uma meta que é produzir certa reação” (BERLO, 1999, p. 2), a comunicação só será eficaz se o resultado X for pretendido por A.

Por isso é fundamental que o objetivo da comunicação esteja claramente definido, bem como a quem se destina e como atingi-lo. Embora pareça uma ação habitual, é primordial a definição desses pontos como uma primeira providência para a fidelidade da comunicação.

A segunda providência é conhecer as características e expectativas do receptor. Silveira (2000, p. 60), em seu artigo “Me ouça, por favor”, enumera, como um dos itens para que um funcionário seja ouvido por seu diretor ou presidente, o conhecimento do estilo de seu interlocutor:

“Jamais parta para uma negociação com seu diretor ou presidente sem conhecer o estilo dele. Converse com pessoas que convivem diretamente com seu interlocutor para obter mais detalhes (...) De acordo com as respostas, é possível traçar a estratégia certa para prender sua atenção e fazer com que ele compre sua idéia”.

Uma outra forma de conhecer diversos tipos de receptores é classificá-los em públicos. Para isto, primeiramente é preciso estar claro que não há um só tipo de público, mas sim diferentes públicos, e que estes são

formados a partir de um interesse comum básico em relação à determinada atividade, instituição ou ideologia. Assim, é preciso identificar qual é o público que determinado receptor faz parte e a partir das características deste público adequar a mensagem.

Além de definir o objetivo e de conhecer as características e expectativas do receptor, é preciso também o conhecimento de cada elemento do processo de comunicação, das habilidades comunicativas, da influência das atitudes, do nível de conhecimento e do sistema sócio-cultural.

As habilidades comunicativas básicas são cinco: duas codificadoras, duas decodificadoras e uma codificadora e decodificadora. As primeiras dizem respeito à escrita e à palavra, podendo incluir a música, o desenho, a pintura, os gestos; as segundas são a leitura e a audição, que são equivalentes à visão, ao olfato, ao tato etc; a última habilidade é o pensamento.

No caso da fonte-codificador essas habilidades vão influenciar na hora da escolha da codificação da mensagem, pois é através delas que se codifica o pensamento em forma de mensagem. Como também deve ser levada em consideração a maior clareza possível quando da decodificação.

A importância do conhecimento dessas habilidades comunicativas, por parte da fonte-codificador, pode ser ilustrada no artigo de Peter Drucker quando diz que as pessoas, para auto-gerenciarem suas carreiras, têm que descobrir características pessoais.

“A primeira coisa a saber a respeito do jeito de trabalhar de uma pessoa é se ela é leitora ou ouvinte. Poucas sabem que há leitores e ouvintes e muito poucas são ambos. Menos ainda sabem a qual categoria pertencem. Mas alguns exemplos mostram como é prejudicial não saber” (DRUCKER, 1999, p. 16).

O autor continua citando os casos de Lyndon Johnson e Dwight Eisenhower, que tiveram seus desempenhos e suas realizações prejudicadas quando tiveram que enfrentar situações não compatíveis com suas habilidades comunicativas.

O segundo fator a ser observado é a atitude que pode ser favorável ou desfavorável em três níveis: para consigo, para com o assunto e para com o

receptor. Quando a fonte tem uma atitude favorável para com estes três níveis a mensagem tende a ser codificada assegurando sua fidelidade, quando não, a fidelidade da mensagem tende a ser comprometida.

O terceiro fator é o nível de conhecimento. Este implica em a fonte-codificador não apenas ter domínio da mensagem a ser transmitida, como também saber transmiti-la compreensivelmente. Ainda quanto ao nível de conhecimento, o comportamento de comunicação da fonte-codificador “é influenciado por quanto ela sabe sobre as próprias atitudes, sobre as características do receptor, sobre os meios pelos quais poderá produzir ou tratar as mensagens, sobre as várias escolhas que poderá fazer de canais de comunicação, etc.” (BERLO, 1999, p. 50).

Além dos fatores pessoais – habilidades comunicativas, atitudes e nível de conhecimento – há os fatores sócio-culturais (valores e padrões, posição na classe social, posto hierárquico, etc.) que também agem sobre a fonte (fonte-codificador) influenciando seu comportamento comunicativo.

Um outro elemento é o receptor-decodificador, que é a extremidade do processo de comunicação. É muito similar ao codificador-fonte, pois também possui habilidades comunicativas (ouvir, ler, pensar); tem atitudes favoráveis ou desfavoráveis para consigo mesmo, para com a fonte e para com o conteúdo da mensagem; tem determinado nível de conhecimento sobre o assunto, sobre os elementos e o processo de comunicação; e também é influenciado por seu sistema sociocultural.

O receptor-decodificador é ainda o elemento mais importante do processo de comunicação, pois só adiantará enviar uma mensagem se houver condições do receptor pretendido decodificá-la corretamente. Assim, todas as decisões a serem tomadas pela fonte-codificador têm que levar em consideração as características particulares do receptor-codificador. Afinal, a fonte só existe e a comunicação só acontece por causa do receptor. Este é o alvo ao qual tudo é destinado.

É bom lembrar que mais importante que a análise separada dos elementos é a análise do relacionamento entre a fonte e o receptor, pois é a congruência entre as habilidades da fonte e do receptor que vão determinar a fidelidade da comunicação. Não adiantaria se tanto a fonte quanto o receptor tivessem excelentes habilidades comunicativas, se não houvesse uma interação que possibilitasse a efetivação do objetivo pretendido. Esta é a análise didática do processo e é dentro deste tipo de análise que o processo deve ser estudado e observado.

A mensagem pode ser definida como o produto físico real da fonte-codificador e para analisá-la três fatores são relevantes, tanto ao nível de ele-

mento como de estrutura. São eles: o código, o conteúdo e o tratamento. Antes de analisá-los convém definir que elementos são as partes que, organizadas de determinada maneira, formam a estrutura e é o objetivo e/ou o nível do debate que irá definir quem será elemento ou estrutura.

Assim, o código é “qualquer grupo de símbolos capaz de ser estruturado de maneira a ter significação para alguém” (BERLO, 2000, p. 58). Tanto o código como estrutura (considerando os símbolos como elementos) e a forma de estruturá-lo (neste nível considerando o código como elemento) precisam ser bem conhecidos pela fonte-codificador para que a mensagem seja estruturada da maneira mais positiva possível.

Para se entender o conteúdo convém antes “distinguir entre aquilo que é potencialmente disponível (dados) e aquilo que é imediatamente consumível (informações)” (THAYER, 1972, p. 48). Assim, o conteúdo é formado por dados que, estruturados formam as informações que, estruturadas, formam a mensagem.

O tratamento da mensagem é a escolha, a tomada de decisão que a fonte-codificador faz quanto a que código utilizar, como estruturá-lo, quais informações serão passadas, em que ordem (em que estrutura) etc. Essas escolhas devem ser baseadas nas características da própria (fonte-codificador) e do receptor (receptor-codificador), buscando alcançar o objetivo preestabelecido da comunicação.

Por fim, o canal, que é a forma pela qual a mensagem vai da fonte-codificador ao receptor-decodificador, é a via de circulação das mensagens. Sua escolha deve levar em consideração suas características, limites e abrangências, relacionadas às características dos demais elementos do processo. É importante observar que há uma diferença entre meios e canais.

“O termo meios se refere aos aspectos tecnológicos da produção, disseminação, aquisição e consumo das mensagens. A palavra canais se refere às diretrizes, regras ou práticas comunicativas funcionais, que ligam os indivíduos em sistemas comuns de comunicação” (THAYER, 1972, p. 150).

Alguns autores incluem o ruído como um elemento do processo de comunicação. Na verdade, ele é uma interferência que provoca uma diver-

gência de significados entre a intenção (o objetivo da fonte-codificador) e a reação (o entendimento do receptor-codificador). Segundo Hesketh (1985, p. 256) são “todos os fenômenos parasitas que vão deturpar a mensagem e tornar difícil sua compreensão”.

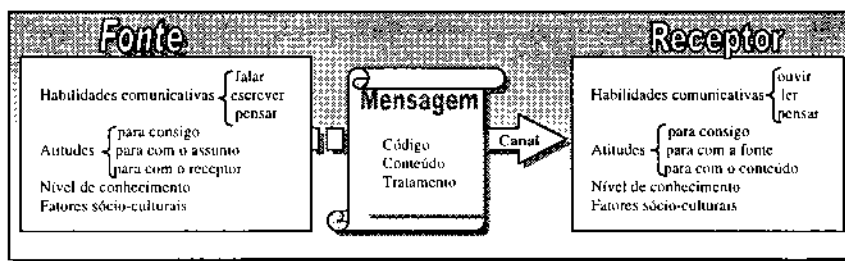


Figura 1 – Processo comunicativo.

A figura 1 ilustra os elementos inseridos no processo comunicativo.

3 AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEUS USUÁRIOS

“A contabilidade surgiu na prática, quando o gestor do patrimônio, precisando conhecer, controlar, medir o resultado, obter informações sobre quais produtos lhe eram mais rentáveis, ter dados que lhe ajudassem no processo de fixação de preço e saber os períodos de maior evolução etc., passou a criar rudimentos de escrituração que atendessem a tais necessidades.” (IOB Bol.19/2000-TC/Bal.)

Nesta época, geralmente, o gestor do patrimônio era também o proprietário. Assim, surgiram as duas categorias de usuários das informações contábeis: o proprietário e o administrador do patrimônio.

No final do século XI ao XIII, devido às sucessivas cruzadas na Europa e Ásia, o comércio expandiu-se principalmente entre as cidades italianas e o Oriente. Essa rota era marítima e dada à realidade tecnológica da época havia muito risco.

Para compartilhar esse risco surgiram as sociedades, em forma de commendas, que “permitiam que os riscos da navegação marítima de longo curso

fossem compartilhados e que as riquezas do capitalista fosse combinada à audácia dos jovens mercadores” (HENDRIKSEN, 1999, p. 43). Com as sociedades o proprietário deixa de ser único, aumentando assim o número de usuários das informações contábeis.

Com as cruzadas, as doenças foram facilmente levadas de um lugar a outro e entre elas a peste bubônica atingiu dois terços da população européia. Com a morte de tantas pessoas, a demanda por mão-de-obra foi maior que a oferta proporcionando um aumento de salários. Essa oferta de salários e as guerras por terra fizeram com que as pessoas saíssem do campo para as cidades. Era o fim do sistema feudal e o início do mercantilismo e da era dos descobrimentos.

A era dos descobrimentos trouxe consigo grandes viagens intercontinentais. Essas viagens eram caras e precisavam ser financiadas. Surgiram as companhias, como Companhia das Índias Orientais e Companhia dos Mares do Sul, que era um conjunto de indivíduos que se “reuniam para financiar um empreendimento, cada um recebendo direitos de participação proporcionais a seus investimentos. No final do empreendimento, os investidores eram reembolsados pelo total dos resultados, daí o termo participação de liquidação.” (HENDRIKSEN, 1999, p. 46). Surge aí mais uma categoria de usuários das informações contábeis: os investidores.

Atualmente, todas as pessoas, físicas ou jurídicas, que direta ou indiretamente tenham interesse na situação da empresa são, ou podem vir a ser, usuários das informações contábeis. O pensamento contábil americano, de forma geral, considera como usuários principais os acionistas, os investidores e os credores, e como secundários os funcionários, os clientes e os órgãos do governo. Já o europeu incluiria também entre os principais os funcionários e os órgãos do governo, e nos secundários, além dos clientes, a sociedade em geral.

A figura 2 ilustra o fluxo de informações contábeis nos ambientes interno e externo à empresa. No ambiente interno, no que diz respeito à produção, destaca-se, no item J, a apuração de alguns tributos, que assim se apresentam, tomando como base Iudicibus (2000, p. 91-8):

- ❖ ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e sobre prestação de Serviços) ⇒ De competência dos Estados e do Distrito Federal. Tem como fatos geradores as operações relativas à circulação de mercadorias e sobre a prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal de passageiros e de cargas e, ainda, sobre as de comunicações, mesmo que estas operações e prestações se iniciem no exterior. É, também, um imposto sobre minerais, energia elétrica, combustíveis e lubrificantes.

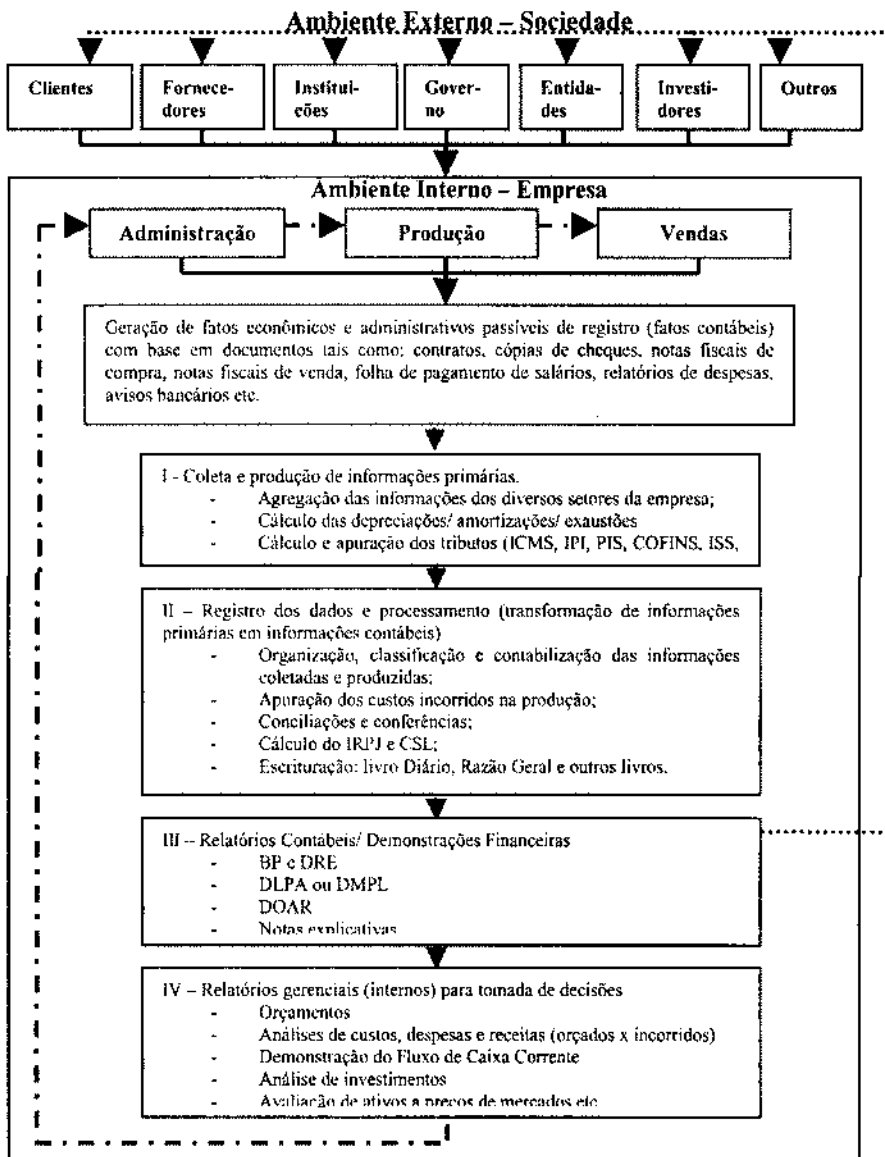


Figura 2 – Fluxo de informações contábeis.

Fonte: IOB Bol. 3/2001-TC/Bal.

- ❖ IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) ⇔ De competência da União (governo federal). Sua alíquota (taxa) varia de acordo com o produto, ou seja, tratando-se de produtos de primeira necessidade, a alíquota é baixa ou até mesmo zero (produtos alimentícios, vestuário, calçados, matéria-prima básica etc.); tratando-se de produtos supérfluos, a alíquota é elevada, podendo chegar, como é o caso de cigarros, próximo dos 400%. Outros produtos de alíquota elevada são: bebidas alcoólicas, perfumes, automóveis etc.
- ❖ PIS (Programa de Integração Social) ⇔ Visa proporcionar a participação dos trabalhadores no lucro das empresas, como uma poupança individual. Sua taxa (0,65%) incide sobre a soma das receitas que entram no cálculo do lucro operacional bruto, delas podendo ser excluídos alguns valores, tais como: as vendas canceladas, as devoluções de vendas, os descontos incondicionais, o IPI, as reversões de provisões e recuperações de créditos (que não representem ingresso de novas receitas), o resultado positivo da avaliação de investimentos pela equivalência patrimonial e os lucros/dividendos derivados de investimentos avaliados pelo custo de aquisição. Há exceções à regra geral da incidência desta taxa para as entidades sem fins lucrativos, os condomínios e as cooperativas, pois ela é aplicada sobre a folha de pagamento. É contabilizado no final de cada mês.
- ❖ COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social) ⇔ Foi criada pelo governo federal com a finalidade de carrear recursos para aplicações na área social. Sua taxa (3,0%) incide sobre a receita bruta de vendas, excluindo o IPI (quando destacado na nota fiscal), as vendas canceladas, devolvidas e os descontos concedidos. É contabilizado no final de cada mês.
- ❖ ISS (Imposto sobre Serviços) ⇔ É um imposto municipal com uma alíquota de 5%. Incide sobre as receitas de serviços. É um imposto mensal. As exceções são: Serviços de Transportes Intermunicipais e Interestaduais e Serviços de Comunicações.

Na figura 2, no ambiente interno, no que diz respeito à produção, destaca-se, no item II, o cálculo do IRPJ e CLS que assim se apresentam, tomando como base Iudícibus (2000, p. 273-282):

- ❖ IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica) ⇔ É um imposto calculado sobre o lucro das empresas. É um imposto federal e sua alíquota incide sobre uma base de cálculo definida no Regulamento do Imposto de Renda, ajustada por adições e exclusões previstas em lei.

- ❖ CSL (Contribuição Social sobre o Lucro) ⇒ Foi instituída pela Lei 7.689, de 15-12-1988 e tem por finalidade financiar a seguridade social oficial. Sua alíquota incide sobre uma base de cálculo ajustada por adições e exclusões previstas em lei.

Ainda na figura 2, no ambiente interno, no que diz respeito à produção, destacam-se, no item III, as seguintes demonstrações obrigatórias, de acordo com a Lei das Sociedades por Ações (Lei 6.404/76):

- ❖ BP (Balanço Patrimonial) ⇒ “Apresenta a situação financeira e patrimonial de uma entidade em determinada data. Exibe os recursos obtidos pela entidade (passivo e patrimônio líquido) e os investimentos realizados (ativo), ordenados segundo sua liquidez” (SILVA, 1999, p. 215).
- ❖ DRE (Demonstração do Resultado do Exercício) ⇒ “Apresenta, de maneira resumida, as operações realizadas pela entidade, durante um período de tempo, de forma a destacar o resultado líquido do período” (SILVA, 1999, p. 213). O resultado líquido do período pode ser lucro ou prejuízo e ele é obtido ao confrontar as receitas com as despesas.
- ❖ DLPA (Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados) ⇒ É uma demonstração que fornece a movimentação de uma única conta do patrimônio líquido chamada de lucros acumulados. Pode ser substituída pela Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido por esta ser mais completa (IUDÍCIBUS, 2000, p. 207).
- ❖ DMPL (Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido) ⇒ “Apresenta a movimentação ocorrida no capital próprio durante o exercício social. Representa, pois, um detalhamento das contas existentes no patrimônio líquido” (SILVA, 1999, p. 218).
- ❖ DOAR (Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos) ⇒ “Tem por finalidade explicar a variação ocorrida no Capital Circulante Líquido (CCL) entre dois momentos no tempo, via de regra, ocorrido de um ano para o outro” (IUDÍCIBUS, 2000, p. 213). O CCL é obtido pela diferença entre o Ativo Circulante e o Passivo Circulante.

4 COMO CONHECER O USUÁRIO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

"A leitura e a interpretação das demonstrações contábeis pertinentes a determinado exercício e a certa data tem por finalidade o conhecimento da situação patrimonial, financeira e econômica da empresa ou entidade, por parte de sua administração, de seus titulares sócios ou acionistas, de órgãos oficiais da administração pública, das bolsas de valores, dos investidores pessoais ou institucionais e, em certa medida, do público em geral" (CAMPIGLIA, 1997, p. 19).

Diante desta evidência se faz necessário identificar o usuário da informação contábil, pois atualmente, na era da informação, esta se torna cada vez mais necessária e a tendência é sempre crescer o número de usuários.

Como foi visto anteriormente, é preciso, para que haja fidelidade da comunicação, entre outras coisas, que se conheça o receptor, quais suas características e o que ele espera do ato comunicativo. E isso só é possível a partir do desenvolvimento de estudos para se conhecer quais as necessidades, as expectativas e as habilidades comunicativas dos usuários, não só os atuais mas também os potenciais, da informação contábil.

A primeira providência a tomar é separar os diversos usuários em públicos. Lembrando que cada público é formado por interesse comum básico em relação à determinada atividade.

Para classificá-los de acordo com seus interesses comuns é preciso antes identificar os interesses de cada usuário. Por exemplo: quais os interesses dos investidores, quais os interesses dos funcionários, quais os interesses do governo. Vale salientar que nem sempre o usuário saberá identificar com precisão quais são seus interesses e é papel do contador ajudar nesta identificação.

É necessário conhecer estes interesses e esta divisão em públicos para que o contador, no papel de emissor de um processo comunicativo, possa identificar qual tipo de mensagem será enviada a seu receptor (usuário), pois esta só será compreendida se houver interesse em decodificá-la.

Como subdivisão da cada público, os usuários da informação contábil podem ser classificados, também, quanto ao acesso às informações e quanto ao

nível de conhecimento contábil. Os primeiros podem ser internos, quando têm acesso às informações e às suas fontes diretamente, e externos, que não têm esse acesso. E os últimos podem ser especialistas, quando têm conhecimento contábil, e leigos, quando não têm conhecimento contábil.

O segundo ponto é conhecer: as habilidades comunicativas do receptor (ouvir, ler e pensar); a atitude que ele tem para consigo mesmo, para com a fonte e para o conteúdo da mensagem; o nível de conhecimento sobre o assunto, sobre os elementos e sobre o processo de comunicação; qual o sistema sociocultural que está inserido e até que ponto sofre influência deste.

Isto quer dizer que cada usuário terá suas características próprias. E é preciso levar essas características em consideração quando a mensagem está sendo codificada.

No trecho abaixo do livro *Pai Rico Pai Pobre*, a personagem tem uma atitude desfavorável para com a fonte (contadores) e não para o conteúdo da mensagem (contabilidade).

“- Sim – falou pai rico. – Mas na maioria das vezes as escolas de negócios treinam empregados que são contadores sofisticados. Que os céus não permitam que um contador domine uma empresa! Tudo o que eles fazem é olhar para os números, demitir gente e aniquilar o negócio. Sei disso porque contrato contadores. Tudo o que eles pensam é cortar custos e aumentar preços, o que causa mais problemas. A contabilidade é importante. Gostaria que mais gente a conhecesse, mas, ao mesmo tempo, ela não mostra tudo – acrescentou pai rico furioso.”
(KIYOSAKI, 2000, p. 53)

O sistema sociocultural em que está inserido a fonte pode ser considerado como o ambiente organizacional – que pode ser traduzido, segundo Muchinsky (1994, p. 466), como o conjunto de percepção das pessoas que serve para diferenciar as organizações em função dos seus procedimentos e práticas – e este normalmente influi no processo comunicativo limitando e dirigindo seu curso.

Em suma, não adianta, para um administrador (ou qualquer outro usuário), que não tem conhecimento contábil, receber todos os relatórios financeiros

se não souber interpretá-los. Para ele, aquilo será apenas mais um documento que será arquivado sem a devida importância, serão apenas dados – embora que para o contador seja informação.

O papel do contador, através do conhecimento dos interesses e das características de seu receptor (no caso o administrador), é codificar a mensagem (os relatórios contábeis) de forma que possa ser decodificada pelo receptor de forma a preservar a fidedignidade do processo comunicativo.

O contador não pode esquecer que “a necessidade da informação é determinada por seus usuários finais. Assim, a informação deve ser construída para atender a esses consumidores, e não para atender aos contadores” (RAUPP, 2000, p. 43).

5 CONCLUSÃO

A comunicação foi uma das determinantes para que o homem vivesse em sociedade e mais determinante ainda para a propagação da cultura. Evoluiu de rudimentares meios como a pintura em pedras, pergaminhos, tradição oral, para os modernos meios tecnológicos como a comunicação via satélite, internet. Mas o processo sempre foi o mesmo: uma fonte, um receptor e uma mensagem.

Embora o processo seja tão conhecido ainda há muito problema de comunicação, pois, por ser tão habitual normalmente as pessoas não se dão conta dos elementos que compõem e os fatores que garantem sua fidedignidade.

O contador não pode deixar de conhecer esses elementos e fatores para não comprometerem o principal objetivo da contabilidade: satisfazer as necessidades informativas do usuário.

Lembrando sempre que a própria história evidencia que foi a necessidade do usuário a razão de ser da contabilidade. E por isso o contador deve fazer a contabilidade para o usuário e não para o contador.

E os usuários são muitos. É preciso reconhecê-los e conhecê-los, pois será através deles que a contabilidade cumprirá seu papel social e será reconhecida como importante ferramenta de meio utilizada para tomada de decisões acertadas.

Diante do exposto neste trabalho, percebe-se a urgência no aperfeiçoamento do processo de comunicação entre a contabilidade e os seus usuários para

que a informação seja acurada, tornando-se uma verdadeira fonte para a tomada de decisões.

REFERÊNCIA

BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

Boletim IOB – Temática Contábil e Balanços. **Contabilidade**: teoria x prática, São Paulo: IOB, ano 34, n.19, maio de 2000.

Boletim IOB – Temática Contábil e Balanços. **Fluxo de informações contábeis**, São Paulo: IOB, ano 35, n.3, jan., 2001.

CAMPIGLIA, Américo Oswaldo. **Introdução à hermenêutica das demonstrações contábeis**. São Paulo: Atlas, 1997.

DRUCKER, Peter. Seja seu próprio gerente. **HSM Management**, São Paulo, set/out., 1999.

HENDRIKSEN, Eldon S.; REDA, Michael F. Van. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HESKETH, José Luiz; HESKETH, Miriam. **Fator humano no trabalho**. Natal: Editora Universitária UFRN, 1985.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Contabilidade intermediária**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER, Sharon L. **Pai rico pai pobre**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MUCHINSKY, P. M. **Psicologia aplicada al trabajo**. Bilbao: Desclée de Bower, 1994.

RAUPP, Elena Hahn. A contabilidade e o valor real das empresas mediante identificação dos valores internos. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**. n. 103, dez., 2000.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; TRISTÃO, Eduardo. **Contabilidade básica**. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVEIRA, Mauro. Me ouça, por favor. **Revista Você S.A.**, São Paulo, n. 23, ano 3, maio. 2000.

THAYER, Lee Osborne. **Comunicação**: fundamentos e sistemas na organização, na administração, nas relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 1972.

Abstract

The accounting has a social roll that will be recognized when we carry out the communicative process between the accountant (the productive message source) and the users of the accounting info (the message receptor decoder). This paper aims at contributing for this development. It deals with the following: the communication process; the accounting info and its users; how to know the accounting info users and a conclusion indicating the importance of the communication process for the practice of the accountant profession. For that, a bibliographical research was used. We conclude that it is urgent na improvement of this communication process regarding the accounting and it users, so the info can be accurate, so that it is a true source for decision making.

Key Words: *Accountancy; communication process; accounting information*

A MACROECONOMIA POTIGUAR: uma década de crescimento econômico

Aluísio Alberto Dantas¹

Resumo

A economia do Estado do Rio Grande do Norte vem registrando mudanças substanciais de suas atividades produtivas de bens e serviços e cujos resultados são expressos nas taxas de crescimento econômico da última década. Passando de uma economia de subsistência e primário-exportadora para uma economia primário-exportadora e produtora de serviços, o crescimento do Estado foi fortalecido na última década, fruto do elevado fluxo de investimentos capitalistas em atividades produtoras de bens e serviços destinados ao mercado externo.

Palavras-chave: *modelo de crescimento econômico; economia capitalista; atividades produtivas.*

1 INTRODUÇÃO

A macroeconomia é o campo de estudo das ciências econômicas dedicado à análise dos agregados de produção, renda, emprego e preço e ao estudo das políticas econômicas interna e externa, tais como políticas monetárias, fiscais, comerciais, cambiais e demais ações de gestão das relações econômicas de um país, região, estado e município.

O presente estudo tem por objetivo a análise das variáveis macroeconômica do Estado do Rio Grande do Norte, durante a última década, com a descrição de causas e efeitos sócio-econômicos do desempenho estadual. Com base na contabilidade social, serão apreciados os resultados econômicos da produção estadual – medidos pelo PIB total e setorial, e o respectivo desempenho das diversas taxas de crescimento econômico.

Estes indicadores permitem que se realize a avaliação macroeconômica do Estado, em termos de sua participação relativa no desempenho da economia do Nor-

¹ Mestre em Economia (UFC), professor aposentado da UFRN e professor da FARN.

deste e do Brasil; o desempenho histórico da nossa macroeconomia, com relação à geração de renda, investimentos, receitas e despesas públicas; finalmente, faz-se a avaliação da balança comercial do Estado, com base na avaliação de exportações e importações do Estado.

Espera-se que este estudo venha contribuir para a avaliação das políticas de gestão e do atual modelo de crescimento econômico do Estado. Esta expectativa decorre da importância do tema para a orientação de tomada de decisões de investimentos e de políticas econômicas contemporâneas. Deve-se ressaltar que a discussão do crescimento econômico sempre incorpora controvérsias de conteúdos, metodologias e de seus resultados, principalmente quando os seus efeitos não são devidamente socializados e não provocam as mudanças previstas pelas ações de política econômica.

2 ASPECTOS CONCEITUAIS DO CRESCIMENTO ECONÔMICO

O crescimento econômico é um conceito que descreve o comportamento de desempenho da atividade econômica, em termos do acréscimo real da produção e da renda nacional.

Concebido e medido pela variação percentual do valor real de toda a produção de bens e serviços finais de uma economia, durante um ano, o crescimento econômico constitui o mais expressivo resultado macroeconômico e um dos principais objetivos de política econômica das nações. Desde a Segunda Guerra Mundial, a consciência geral da idéia de crescimento econômico tem-se manifestado de várias formas (JONES, 1979, p. 13):

- a) as taxas de crescimento do Produto Interno Bruto – PIB passaram a constituir os mais expressivos indicadores de crescimento econômico e símbolo de virilidade nacional, não somente para os países desenvolvidos, mas também para os chamados países em desenvolvimento do “Terceiro Mundo”. As taxas de crescimento econômico, medido pelo PIB, levavam os formuladores de política econômica a efetuarem comparações internacionais de desempenho e da performance das atividades produtivas de bens e serviços;
- b) o crescimento econômico tem sido visto como solução para uma variedade de outros problemas econômicos, tal como a redução do desemprego e da pobreza;

- c) a relação de custo/benefício, medido pelo valor monetário do financiamento do crescimento e respectivos efeitos sobre a qualidade de vida das pessoas, tem sido analisada sob os aspectos dos controvertidos debates existentes entre o processo de acumulação, concentração e distribuição de riquezas.

As teorias convencionais de análise econômica são, na sua maioria, constituídas de leis homogêneas sobre o desempenho econômico de uma determinada realidade. Partindo-se do pressuposto teórico de Singer, em sua “Economia Política do Trabalho” (SINGER, 1979, p. 9), pode-se classificar a atividade econômica do Estado segundo as seguintes diferenciações de relações sociais de produção e de distribuição:

- a) setores de mercado;
- b) setor de subsistência;
- c) setor de atividade governamental;
- d) setor autônomo.

Os setores de mercado, compostos de empresas capitalistas e que empregam trabalhadores assalariados, são analisados à luz das teorias de acumulação e produção desenvolvidas por Keynes e Marx (SINGER, 1979, p. 21), onde os meios de produção são livres para a produção de excedente maximizador de lucro. O crescimento econômico é explicado sob a lógica da acumulação capitalista e dos investimentos privados. A produção e o emprego capitalista são determinados pelas condições de mercado. A demanda do fator trabalho é realizada pelas empresas obedecendo ao cálculo gerencial, em condições nas quais a produtividade física do trabalho seja igual (ou superior) ao salário real (ou custo de reprodução) da força de trabalho. A oferta de mão-de-obra é realizada pelos trabalhadores, sempre em condições de oferta excedente da força de trabalho. O nível de emprego, dado pelo número de trabalhadores que conseguem engajar-se na divisão social do trabalho, deve ser capaz de gerar uma produção cujo valor agregado supera o valor da referida força de trabalho.

Na economia de subsistência, considerando a sua condição de ocupar a força de trabalho para gerar o auto-consumo, a produção e o emprego sempre correspondem à oferta total da capacidade produtiva e da força de trabalho, cujo produtor e trabalhador estão engajados na divisão social do trabalho. Tanto o produtor quanto o trabalhador são também membros do grupo social de produção e de distribuição.

O setor de atividade governamental é definido como o segmento produtivo que produz bens e/ou serviços públicos e semi-públicos e que não objetivam o lucro. Estas atividades também podem ser desenvolvidas por empresas privadas.

O setor autônomo caracteriza-se pela produção de bens e serviços destinados ao mercado e desenvolvidos por trabalhadores não-assalariados e não geradores de excedente produtivo. O excedente da oferta de mão-de-obra da economia de mercado sempre faz uso do setor autônomo para desenvolver atividades produtivas e de geração de renda.

3 O CRESCIMENTO ECONÔMICO DO RIO GRANDE DO NORTE

A avaliação do crescimento econômico no Estado é, por hipótese, a principal preocupação de política econômica, considerando a importância que seus resultados exercem sobre os níveis de renda das pessoas e desequilíbrios sociais associados a esta performance. Isto significa que o crescimento econômico reflete-se no desemprego e na renda média dos que têm ocupação. Esta hipótese descreve que o aumento da taxa de crescimento contribui para reduzir a taxa de desemprego e melhorar o nível médio de renda da força de trabalho ocupada.

As estatísticas demonstram que, na última década, o Rio Grande do Norte apresentou um aumento contínuo do seu produto interno bruto total e *per capita*, cujas taxas médias de crescimento foram superiores às registradas para a região Nordeste e Brasil. À exceção do período de 1990 a 1993, quando houve decréscimo da atividade econômica do Estado, os dados demonstram que o Rio Grande do Norte detém destacada posição no ranking de crescimento do PIB total e *per capita* do Nordeste brasileiro.

Varição Anual do PIB Real (em %)

Períodos	Rio Grande do Norte	Nordeste	Brasil
1985 - 1989	23,5	13,7	14,5
1990 - 1993	2,4	4,3	2,7
1994 - 1997	26,1	15,3	16,1
1985 - 1997	59,4	36,7	36,5
1998 - 1999	3,9	1,5	-0,12
1999 - 1998	2,2	3,3	1,01

Fonte: IBGE-IDEMA

O atual modelo de crescimento econômico do Rio Grande do Norte é fruto de um processo histórico de transição da produção rural, apoiada na agricultura de subsistência e desenvolvida de forma consorciada com a cultura do algodão e com a pecuária bovina. As atividades capitalistas do Estado ocorriam com o beneficiamento de matérias-primas, através das usinas de algodão; e com a

exploração e beneficiamento de minerais metálicos e do sal. Estas atividades eram comercializadas no mercado externo e cuja produção era destinada à exportação de matérias-primas.

O crescimento econômico verificado na última década decorreu de elevados investimentos na produção capitalista do Estado, dentro das exigências de competitividade do mercado nos diversos setores produtivos. Este crescimento foi fortemente influenciado pela produção da agricultura irrigada, da pecuária e seus derivados; bem como pelo valor da transformação industrial e do turismo.

Informações do Governo do Estado² revelam que o Rio Grande do Norte dispõe de aproximadamente 860 mil hectares de terras potencialmente aproveitáveis para a agricultura irrigada, representando cerca de 16% do território potiguar. A fruticultura irrigada está se firmando como um dos caminhos para o desenvolvimento econômico do Estado. O total de vendas do setor para os mercados interno e externo somam mais de US\$ 100 milhões por ano, representando 1,6% do Produto Interno Bruto estadual. Esse resultado chega perto dos 2,2% de participação de todo o setor agrícola na soma de bens e serviços do RN. Isso significa crescimento para a agricultura potiguar desde o fim da cultura do algodão nos anos 80.

Mesmo apresentando altos índices de crescimento, em especial no volume de exportações, a atividade no RN tem um longo caminho para vencer as dificuldades financeiras e os problemas de logística no comércio e distribuição. Mas, na avaliação de especialistas, a produção de frutas também incentiva investimentos no setor industrial. A expectativa do Governo do Estado é que a fruticultura possa atrair indústrias produtoras de embalagens, sorvetes, sucos e polpas.

4 POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCLUSÃO

O desenvolvimento do estado do Rio Grande do Norte vem passando por mudanças estruturais das relações sociais de produção e de distribuição. As transformações e mudanças estruturais vêm exigindo planejamento e avaliação que devem ser apoiadas em metodologias e conteúdos sistemáticos e contínuos, os quais priorizem a participação e o desenvolvimento comunitários; que objetivem o crescimento sócio-econômico e o desenvolvimento das relações sociais voltadas para a inclusão social e para as melhorias das condições de vida e da justiça social.

² Palestra proferida pelo Governador do Estado na FARN no dia 16/3/2000.

O planejamento e a avaliação das políticas e das ações sócio-econômicas dependem fortemente da legitimidade dos instrumentos de análise, especialmente de diagnósticos estatísticos e analíticos que retratem eficientemente o processo evolutivo dos fatos, elementos e categorias sócio-econômicas. As mesmas devem descrever e analisar, com eficácia, as diversas realidades atuais, com o intuito de disponibilizar indicadores com estatísticas e demais informações adequadas para a formatação e descrição de cenários de programas, projetos e ações de políticas públicas de desenvolvimento sócio-econômico voltados para a promoção de impactos de efetividade social, para a justiça social e para a dignidade da pessoa humana, principalmente para mudar as relações sociais de produção e de distribuição dos segmentos sociais excluídos das atividades produtivas e ocupacionais.

Merece atenção duas ações de política pública de inclusão no Estado:

- a) o plano de desenvolvimento sustentável do Rio Grande do Norte;
- b) o plano de desenvolvimento sustentável do Seridó.

O plano de desenvolvimento sustentável do Estado foi lançado pelo Governo do Estado em 1996 e descreve metas até o ano de 2010; tem o propósito de construir com a sociedade um referencial estratégico capaz de aglutinar as forças políticas e orientar a gestão de governo por várias décadas, independente da alternância de poder na direção do Estado.

De forma mais direta e específica, o desenvolvimento sustentável do Rio Grande do Norte manifesta-se nos seguintes objetivos:

- redução significativa da indigência, da pobreza absoluta e das desigualdades sociais;
- melhoria generalizada da qualidade de vida da população;
- geração de renda e ocupação;
- dinamização da economia e fortalecimento da base econômica do Estado;
- conservação dos recursos naturais e do meio ambiente; e
- fortalecimento da cidadania e da organização e consciência da sociedade para sua participação social.

O Plano de Desenvolvimento Sustentável do Seridó foi implantado no ano 2000 e foi elaborado com a participação efetiva dos diversos segmentos sociais da região, sob a coordenação da Diocese de Caicó. O plano visa a um processo de mudanças do quadro crítico de esvaziamento da produção, de pobreza e de exclusão social do Seridó.

Com 28 municípios, a região representa 25% do território potiguar e 11,3% da população do Rio Grande do Norte. O peso da economia seridoense é muito pequeno, representando apenas 4,5% da arrecadação do ICMS do Estado. Na região, estão situadas apenas 9% das indústrias norte-riograndenses, um perfil muito distante do que foi a economia do Seridó quando em décadas passadas. No auge da produção do algodão, esse setor agrícola chegou a gerar 10 mil empregos.

5 CONCLUSÕES

O processo de crescimento da economia potiguar, analisada a partir do desempenho do investimento capitalista no desenvolvimento de segmentos produtivos do Estado, revela a expressiva participação da agricultura irrigada voltada para a exportação de frutas tropicais para os países do Nafta e da União Européia. A nossa economia será fortalecida com o desenvolvimento e expansão da carcinocultura e respectiva exportação do camarão potiguar e com outras atividades produtivas resultantes das potencialidades e riquezas naturais do Rio Grande do Norte que estão em processo de expansão de demanda no mercado internacional.

Nos setores secundário e terciário são marcantes as atividades produtivas decorrentes do crescimento industrial, resultantes da instalação de novas indústrias e da ampliação das já existentes. Merece destaque o fluxo de investimentos no Estado e voltados para a exploração e beneficiamento do petróleo e constantes do Pólo Gás-Sal. A produção de serviços classificada no setor terciário da economia potiguar vem passando por crescimento e diversificação das diversas atividades comerciais e influenciando positivamente o crescimento econômico, destacando-se a instalação de grandes supermercados em Natal, a ampliação da rede hoteleira e o crescimento e solidificação do turismo nas áreas litorâneas do Estado.

O Estado do Rio Grande do Norte será um dos mais beneficiados com a implantação da ALCA – Área de Livre Comércio das Américas, em função de sua posição estratégica para intermediar o fluxo de mercadorias da América do Sul para a América do Norte e para a União Européia. A proposta da ALCA foi lançada na Primeira Cúpula das Américas, em 1994, em Miami. A mesma não se resume à criação de uma área de livre comércio, em que apenas são eliminadas as barreiras comerciais entre os 35 países que a constituem, mas também a organização e regulamentação de diversas atividades econômicas e melhoria de relações sociais, políticas e militares.

Recomenda-se, no presente estudo, a união de esforços para fortalecer e concretizar os ganhos de mercados do Rio Grande do Norte, com a intermediação das mercadorias do Mercosul para o Nafta e para a União Européia através dos portos de Natal e Areia Branca e do Aeroporto de Cargas de São Gonçalo do Amarante (em construção). Natal deve ser encarada como a cidade *Trampolim da Intermediação* de mercadorias da Alca, em função de sua posição estratégica no hemisfério e favorável à obtenção de benefícios comerciais advindos da redução de custos de exportações. Para que isto aconteça, são necessários estudos que orientem situações ainda obscuras e que suscitam diversas questões a serem pesquisadas (PEREIRA, 2001, p. 53). Primeiro, há temores quanto ao impacto de uma liberalização com os Estados Unidos sobre os setores produtivos da economia dos países do cone sul – Mercosul, em função das diferenças tarifárias e níveis de competitividade. Por outro lado, barreiras não-tarifárias, normas fitossanitárias, procedimentos sobre investigações de direitos compensatórios e *antidumping* e outras condições e formas de mercado seriam os principais entraves para a entrada de produtos do Mercosul no mercado americano – e que constituem temas de difícil negociação. Outros temas de pesquisas nesta área referem-se aos mercados europeus, à integração sul-americana, à possibilidade de ganhos econômicos em setores de manufaturas e a novas condições de administração de empresas impostas pelos mercados e pelas necessidades de parcerias.

REFERÊNCIAS

JONES, Hywel G. **Modernas teorias do crescimento econômico**: uma introdução. São Paulo: Atlas, 1979.

PEREIRA, Lia Valls. ALCA, uma trajetória a ser definida. **Conjuntura Econômica**, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v. 55, n. 3; p. 55, mar. 2001.

SINGER, Paul Israel. **Economia política do trabalho**: elementos para uma análise histórico-estrutural do emprego e da força de trabalho no desenvolvimento capitalista. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1979.

Abstract

The state of Rio Grande do Norte economy has been registering substantial changes of its goods and services productive activities and its results are expressed in the figures of economical growth in the last decade. Going from a subsistence economy and primary-export to a primary-export and service productive economy, the state growing was increased in the last decade, result from a high flux of capitalist investments in productive activities of goods and services addressed to the external market.

Key words: *Economic growth model; capitalist economy; productive activities.*

RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO SOCIAL: um estudo de caso do serviço social da indústria – departamento regional do Rio Grande do Norte

Ana Katarina Pessoa de Oliveira¹

Resumo

Partindo da conceituação de responsabilidade social e balanço social, objetiva-se mostrar como as entidades, com fins lucrativos ou não, podem e agregam valor à sociedade, com base, principalmente, no corpo funcional, meio ambiente, governo e comunidade. Responsabilidade social e balanço social são termos relativamente novos, que atualmente vêm evoluindo e ganhando adesão dos grandes empreendedores de negócios. Para alcançar este objetivo foi realizado um estudo de caso do tipo exploratório e descritivo no SESI – Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Rio Grande do Norte 1998-1999, utilizando a pesquisa bibliográfica e de campo, através de documentos internos da instituição. A elaboração do balanço social é uma forma de apresentar à sociedade o grau de comprometimento social das instituições, e o Serviço Social da Indústria no Rio Grande do Norte, mediante as dificuldades econômicas do país, está conseguindo, a cada dia, executar suas ações sociais.

Palavras-Chaves: Responsabilidade social; balanço social.

1 INTRODUÇÃO

Os resultados da abertura econômica, combinada com o processo de privatizações de grandes empresas públicas nacionais revelaram um custo alto para a população. Sente-se isto pelo aumento de impostos e contribuições, cortes nas verbas da saúde e da educação e um “aperto” geral sobre todos os Estados e Municípios do Brasil.

¹ Especialista em Contabilidade Gerencial – UFRN, Contadora do SESI-DR/RN, Professora da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

Sabe-se que o atual modelo econômico vem gerando enormes desequilíbrios: por um lado, muita riqueza e fartura no mundo; por outro, muita miséria, degradação ambiental e poluição.

Neste contexto de crise econômica, das relações de trabalho, de globalização, de privatizações, cresce a busca por valores éticos e a discussão sobre o papel das instituições como agentes sociais no processo de desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável refere-se à satisfação das necessidades do presente, sem comprometer a capacidade e as necessidades de futuras gerações. Atividade econômica, meio ambiente e bem-estar da sociedade formam a base do desenvolvimento sustentável.

Denota-se, então, a grande responsabilidade do governo e dos serviços autônomos para com a sociedade. Considerando isto, e, por natureza, serem sociais, nada mais justo que estes segmentos elaborem e publiquem seus balanços sociais, pois assim tornarão transparente sua dimensão social.

Kanitz (2000, p. 1) afirma que o primeiro setor é o governo, responsável pelas questões sociais. O segundo setor é o privado, responsável pelas questões individuais. Com a falência do Estado, o setor privado começou a ajudar nas questões sociais através de inúmeras instituições que compõem o terceiro setor.

O terceiro setor é constituído por fundações, ONGs – Organizações Não Governamentais, empresas com responsabilidade social, empresas doadoras, entidades beneficentes, fundos comunitários, elite filantrópica, pessoas físicas, imprensa, empresas juniores sociais e entidades sem fins lucrativos.

Voltado para o cumprimento da sua responsabilidade social e numa visão de construção coletiva em busca de ações de cunho social, organizacional e educacional, o *Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Rio Grande do Norte* como entidade sem fins lucrativos desenvolve e executa projetos nas áreas de saúde, lazer, educação, atenção à mulher, preservação do meio ambiente, incentivos socioculturais, contribuições para a melhoria da qualidade de vida e de trabalho, erradicação da pobreza, geração de renda e criação de postos de trabalho.

Existem diversos modelos de Balanço Social aplicados nos Estados Unidos, Holanda, Suécia, Alemanha, Inglaterra, França, Portugal e Bélgica. Os modelos propostos no Brasil são os da Comissão de Valores Mobiliários - CVM, do

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, do Projeto de Lei n.º 3.116, de 1997, das deputadas federais Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling e da Lei n.º 8.118, de 1998, do vereador Hélio Corbelini (BATISTA, 1999, p. 11-12).

Aplica-se aqui, o modelo do balanço social criado pelo IBASE - Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas, pela sua simplicidade e objetividade, tomando como base de cálculo parte do balanço patrimonial (ou orçamentário) da instituição, não gerando custo adicional para sua elaboração.

O IBASE criou um selo social que certifica as empresas preocupadas com a responsabilidade social. Para obtenção deste selo social a empresa preenche o modelo sugerido pelo IBASE e envia-o para uma avaliação. Estando de acordo, a empresa pode publicá-lo no relatório de atividades sociais, no balanço contábil ou na imprensa, utilizando o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho”. Passa assim, a ter o direito de utilizar o Selo em documentos, produtos, serviços e embalagens., podendo as mesmas, através de seus anúncios, embalagens de produtos, mostrar seu comprometimento com a qualidade de vida da sociedade.

Para atender ao objetivo aqui proposto serão apresentadas definições, origens, e apontados os principais beneficiários acerca de responsabilidade social e balanço social. E, para servir de incentivo para outras instituições, será demonstrado o Balanço Social Comparativo de 1999-1998, conferindo nele a legitimidade do seu conteúdo.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO SOCIAL

2.1 Responsabilidade social

Foi nos Estados Unidos, um país de grande liberalismo capitalista que, a partir dos anos 30, a idéia de responsabilidade social foi introduzida no mundo dos negócios. Contudo, na década de 60, começaram a surgir protestos e contestações que polarizaram as atenções do público para alguns problemas chaves – a utilização de recursos raros e a poluição (CARNEIRO, 1994, p. 69).

A preocupação com os impactos da ação do homem sobre o planeta vem disseminando nos meios de comunicação, no meio dos negócios e na sociedade como um todo um termo denominado “Responsabilidade Social”.

Muitos são os conceitos de Responsabilidade Social, todos o relacionando com o comportamento ético e moral das empresas junto à sociedade. Eis alguns:

“Responsabilidade Social é o compromisso contínuo das pessoas pelo comportamento ético, pela contribuição ao desenvolvimento econômico e melhoria da qualidade de vida da sociedade.” (ASHLEY, 2000, p. 1)

Segundo Villela (1999, p. 2):

O termo responsabilidade social nada mais é que o comprometimento do empresário com a adoção de um padrão ético de comportamento, contribuindo para o desenvolvimento econômico, uma estratégia que não só melhora a qualidade de vida de seus funcionários, mas a multiplica por meio de suas famílias, da comunidade, da sociedade.

Reforçando as afirmações acima, Responsabilidade Social é um compromisso que deve ser assumido por todos os entes da sociedade, sejam eles empresas ou cidadãos comuns, e devendo cada um incorporar valores e critérios em suas atitudes, sejam sociais, ambientais ou econômicas.

A terminologia “Responsabilidade Social” significa ampliação das responsabilidades dos indivíduos, das empresas, e do governo em relação aos seus papéis como construtores do desenvolvimento do país.

Em meio à crise enfrentada ao longo desses anos, falar em Responsabilidade Social parece ser demagogia. Porém, pretende-se mostrar que este aspecto social deve ser focado na gestão empresarial, cada vez mais com ênfase, não somente por causa de considerações de natureza ética, mas também porque é um bom negócio (URAS, 1999, p. 1-2).

Em trabalho elaborado pela Universidade Federal de Pernambuco, intitulado Responsabilidade Social em Empresas – um estudo no Nordeste do Brasil (MELLO, 2000, p. 1-2), destaca-se:

... empresas que assumem uma dimensão ética e socialmente responsável ganham o respeito das populações e comunidades com as quais interagem, o que normalmente se traduz na preferência do público consumidor.

A consciência da responsabilidade social torna as empresas mais competitivas, ganham credibilidade e respeito, pois hoje os consumidores estão mais

atentos e exigentes na hora de escolher produtos e serviços e, à medida que as empresas se preocupam com o meio ambiente, com a qualidade de vida, com os seus empregados e respectivos familiares, elas beneficiam a sociedade como um todo e, sem dúvida, ganham mercado.

Tratando bem os funcionários, o que também inclui salários decentes, é a hora de investir nos clientes. Com atitudes como a do mural, o empresário acaba criando um vínculo com sua comunidade. As pessoas que utilizam esse serviço acabam se tornando clientes fiéis da empresa.

É interessante perceber que existe o encadeamento do *social*. Por quê? Primeiro, porque a sociedade é constituída por pessoas; as empresas são geradas dentro do ambiente social, nas necessidades sociais, na indigência de cada indivíduo e da coletividade; as empresas se desenvolvem na medida em que essas necessidades sociais se produzem e na medida em que a sociedade se desenvolve e as empresas são capazes de servir produzindo o que satisfaz à sociedade.

A otimização do lucro a curto prazo não pode permanecer como objetivo único das atividades da empresa. O trabalhador entrega à empresa seu tempo, energia física e psicológica, compromisso, criatividade, lealdade. Em contrapartida, quer receber salário digno, benefícios sociais, desenvolvimento pessoal e profissional, estabilidade no emprego, reconhecimento, entre outros (GONÇALVES, 2000, p. 12-13).

O mundo atual tem testemunhado as crescentes expectativas da sociedade, não apenas em relação a produtos e serviços oferecidos pelas empresas, mas também a novas oportunidades de emprego, preservação do meio ambiente, saúde, educação, condições urbanas.

É imprescindível que as empresas estabeleçam um objetivo maior do que a busca do lucro, pois assim proporcionará aos seus empregados, administradores, acionistas, clientes e fornecedores um clima de humanização e responsabilidade social, melhorando e valorizando a imagem da empresa, e conseqüentemente, o seu produto.

Infelizmente, a sociedade brasileira apresentava características culturais que, em primeiro lugar estavam os interesses dos acionistas e, posteriormente, em segundo plano, os interesses das outras partes constituintes. Hoje pode-se perceber que essa cultura já está mudando.

Durante o Seminário “Responsabilidade Social Empresarial”, promovido pelo Instituto Ethos em São Paulo, a idéia central que permeou os temas aborda-

dos foi que uma atitude socialmente responsável está convertendo-se em um diferencial tanto mais importante quanto mais competitivo torna-se o mercado. Empresas brasileiras engajadas em causas sociais estão levando vantagem na disputa de clientes, na contratação de talentos e até na relação com fornecedores.

Em meio à globalização, às mudanças de mercado, o mundo atual está enfrentando barreiras que modificam e atingem a vida das pessoas, tornando-a dependente do desenvolvimento das empresas. E, se as empresas não conseguem suprir as reais necessidades do seu corpo funcional, em consequência, não conseguirão lograr êxito em suas atividades e levarão a sociedade ao caos. A distribuição de renda, o equilíbrio do Estado e a qualidade de vida dos cidadãos são fatores que dependem do progresso das empresas.

A atuação das empresas brasileiras socialmente responsáveis é absolutamente necessária, pois a possibilidade de eliminação da miséria pode dar a todos condições de vida verdadeiros cidadãos.

São inúmeras as áreas de responsabilidade social em que as empresas podem investir (BATISTA, 1999, p. 11): empregados, consumidores, credores, fornecedores, donos do capital, meio ambiente, comunidade onde está inserida e sociedade em geral.

Falar em preocupação com os seus empregados é o mesmo que dizer qualidade de vida do trabalhador. Gonçalves (2000, p. 14) conceitua: "... qualidade de vida do trabalhador é o conjunto de condições que permitem a plena realização do homem como pessoa, isto é, em sua realidade biológica, intelectual, familiar e social."

Na realidade *familiar* não podem ser esquecidos a habitação, a alimentação, a higiene da casa, o vestuário, a segurança, o atendimento médico-hospitalar. Quanto à vida *social*, o lazer do trabalhador, a orientação social, as festividades e confraternizações fora do ambiente de trabalho são pontos que devem fazer parte da estratégia administrativa de toda empresa.

A preocupação com o meio ambiente está intimamente ligada aos empregados, consumidores, sociedade em geral, pois conforme Ribeiro (2000, p. 1), a sociedade sobrevive dos benefícios gerados pelas atividades econômicas, bem como sofre os impactos destas. Os efeitos nocivos decorrentes destas atividades não internalizados oneram o meio externo, atingindo financeiramente as famílias e governos locais, obrigando estes a realizar maiores investimentos na área de saúde: aquisição de medicamentos, implementação de novos postos e de equipamentos hospitalares.

Empresas protetoras do meio ambiente têm credibilidade junto a consumidores e investidores, já havendo, em alguns países, fundos especializados em investir em empresas que protegem o ambiente.

As relações entre o econômico e o social estão em constante evolução. A discussão sobre desenvolvimento econômico, social e tecnológico tomou nova dimensão nestes últimos anos.

2.2 Balanço social

O termo “Balanço Social” significa essencialmente a representação das atividades de uma entidade a serviço da comunidade.

Freire (1999, p. 1) conceitua Balanço Social como: “conjunto de informações com base técnica-contábil, gerencial e econômica, capaz de proporcionar uma visão da relação capital-trabalho no que diz respeito aos seus diferentes aspectos econômicos-sociais.”

Segundo Suplicy (1997, p. 1):

O balanço social é um documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como forma de sua interação com a comunidade e sua relação com meio ambiente.

Para Luca (1998, p. 23), o balanço social “é um instrumento de medida que permite verificar a situação de uma empresa no campo social, registrar as realizações efetuadas neste campo e, principalmente, avaliar as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade”.

Pode-se notar que os conceitos acima dados pelos autores convergem sempre para um mesmo ponto, o de colocar a sociedade a par das ações políticas sociais das entidades. Isto mostra a consciência e a preocupação com a transparência de suas ações.

As demonstrações contábeis exigidas pela Lei 6.404/76 são puramente econômico-financeiras, deixando de lado valores sociais do tipo qualitativo-quantitativo que as entidades empregam em favor da sociedade.

Segundo Gonçalves (2000, p. 12), o balanço social – como instrumento de avaliação – tem importante papel na sociedade na correção de uma falha freqüentemente apontada no planejamento empresarial. Ou seja, as atividades humanas e sociais dentro da empresa não têm um gerenciamento adequado.

A elaboração da referida demonstração possibilita às empresas a identificação dos seus principais problemas, nos campos humano e social, e sendo elaborado de forma correta, não apenas destacando as ações de beneficência, o balanço social torna-se uma ferramenta fundamental para incrementar a competitividade das empresas.

Basicamente, o balanço social pode propiciar informações aos acionistas, empregados, investidores/fornecedores, clientes, governo e sociedade em geral.

Com a elaboração do balanço social as entidades poderão perceber, com indicadores claros, o que realmente fazem para integrar, interiorizar, agregar valor aos seus próprios negócios e à sociedade, além de estimular o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compreensão de gastos dos trabalhadores, contribuindo para o encorajamento à crescente participação das empresas na busca de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

2.2.1 Balanço social do SESI/DR/RN 1998-1999

1) Base de Cálculo	1999	1998
	Valor (Mil Reais)	Valor (Mil Reais)
1.1) Receita líquida	10.714,74	9.738,12
1.2) Lucro operacional (Superávit)	89,91	83,59
1.3) Folha de pagamento bruta	3.466,45	3.315,23

2) Indicadores laborais	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1
	2.1) Alimentação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2) Encargos sociais compulsórios	1.299,83	1.445,65	12,13	1.199,06	1.434,49	12,31
2.3) Previdência privada	423,52	471,04	3,95	429,46	513,78	4,41
2.4) Saúde	167,45	186,24	1,56	162,50	194,40	1,67
2.5) Educação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.6) Creches / auxílio creche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.7) Participação nos lucros ou resultados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.8) Outros benefícios	255,24	283,87	2,38	190,37	227,74	1,95
Total – Indicadores Laborais (2.1 a 2.8)	2.146,04	2.386,80	20,03	1.981,37	2.370,42	20,35

3) Indicadores sociais	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1
3.1) Tributos (excluídos encargos sociais)	46,84	52,10	0,44	38,21	45,71	0,39
3.2) Contribuições para a Sociedade/investimentos na cidadania:	8.211,35	9.132,56	76,64	7.242,19	8.664,19	74,37
3.2.1) Educação e cultura	3.095,55	3.442,83	28,89	2.268,01	2.713,33	23,29
3.2.2) Saúde e saneamento	2.992,51	3.328,24	27,93	2.260,39	2.704,22	23,21
3.2.3) Habitação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.4) Esporte e lazer	1.836,50	2.042,54	17,14	2.329,09	2.786,41	23,92
3.2.5) Creches	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.6) Alimentação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.7) Outros	286,78	318,96	2,68	384,69	460,23	3,95
3.3) Investimentos em meio ambiente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.3.1) Relacionados com a operação da Empresa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.3.2) Em programas / projetos externos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total – Indicadores Sociais (3.1 a 3.3)	8.258,19	9.184,66	77,07	7.280,40	8.709,90	74,76

4) Indicadores do corpo funcional	Total	Total
4.1) N.º de empregados ao final do período	549	532
4.2) N.º de admissões durante o período	30	84
4.3) N.º de mulheres que trabalham na Empresa	368	360
4.4) % de cargos de chefia ocupados por Mulheres	57	54
4.5) N.º de empregados portadores de Deficiência	-	-

5) Outras informações relevantes quanto ao exercício da responsabilidade social

Fonte: Balanço Orçamentário – Dezembro 1999 do SESU/DR/RN

2.2.2 Instruções para o preenchimento do balanço social

Instruções para o preenchimento	Itens incluídos
Indicadores	
1.1) Receita Líquida	1 Receita bruta excluída dos impostos e contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais
1.3) Folha de Pagamento Bruta	2 Valor total da folha de pagamento
2.1) Alimentação	3 Restaurante, ticket-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados
2.3) Previdência Privada	4 Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios aos aposentados e seus dependentes
2.4) Saúde	5 Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de Qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive dos aposentados
2.5) Educação	6 Treinamentos, programas de estágios (excluídos salários), reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal), e outros gastos com educação e treinamento de funcionários

2.6) Creches / Auxílio Creche	7	Creche no local ou auxílio creche aos funcionários
2.7) Participação nos lucros ou resultados	8	Participações que não caracterizem complemento de salários
2.8) Outros benefícios	9	Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimo (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos aos empregados
3.1) Tributos (excluídos enc. Sociais)	10	Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais
3.2) Contribuições para a Sociedade / Investimentos na Cidadania	11	Investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados)
3.3.1) Relacionados com a operação da empresa	12	Despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluentes e outros gastos que visem maior qualidade ambiental na operação da empresa
3.3.2) Em Programas / Projetos Externos	13	Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ambientais e outros
5) Outras informações	14	Espaço disponível para que a empresa agregue outras informações que considere reveladoras de sua ação social

Fonte: <http://www.ibase.org.br/paginas/bsmodelo.html>, 1999, p.1

3 CONCLUSÃO

Após analisar, através de pesquisa bibliográfica e de campo, pôde-se constatar que já passou o tempo em que as empresas tinham uma visão de uma organização como um sistema fechado. A racionalidade interna de uma organização cujas estratégias e objetivos únicos são a elevação exclusiva do lucro, sem se preocupar com a satisfação do trabalhador, com a reação dos clientes e com seus bens/serviços produzidos, está deixando a empresa cada vez mais distante de um futuro promissor.

Acerca da qualidade de vida do trabalhador, tanto no ambiente de trabalho, como fora dele, constata-se que a satisfação do trabalhador é um fator considerável no aumento da produtividade, levando o empresariado a repensar sobre o que pode ser feito em favor daqueles que entregam sua força de trabalho, sua inteligência e criatividade dentro de suas empresas.

Observa-se, que além dos funcionários satisfeitos, as empresas também têm que atender às aspirações da sociedade. E, assim, os clientes, os fornecedores, o meio ambiente, devem ser beneficiados também.

Cada entidade, seja ela com fins lucrativos ou não, tem uma razão de existir. Cada uma tem um objetivo ou uma função a desempenhar, mas toda entidade, por diferente que seja, deve imbuir-se de sua responsabilidade social.

Mesmo diante das incertezas do processo econômico brasileiro, o Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Rio Grande do Norte está na incessante busca de melhoria do atendimento e da qualidade das ações desenvolvidas junto à comunidade.

O tema aqui é uma amostra de como pode-se elaborar um balanço social, e a quem se destina. Destarte, propõe-se a elaboração de balanços sociais focados e ordenados nessa essência, fazendo uma avaliação da participação do *SESI/DR/RN* e do empresariado potiguar no desenvolvimento do país, estimulando a ampliação da contribuição social não como oportunismo ou estratégia mercadológica, mas como ação necessária, legítima e consistente.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Responsabilidade social corporativa**. Disponível em: <<http://www.alternex.com.br/~patiagpucrio/apresentação.html>>. Acesso em: abr. 2000.

BATISTA, Halcima Melo. **Proposta de um modelo de balanço social: um estudo de caso na Vicunha Nordeste S/A – Indústria Têxtil – Unidade Natal/RN – 1995-1999**. Natal. UFRN/Programa de Pós-Graduação em Administração, 1999 (Projeto de Dissertação de Mestrado).

CARNEIRO, Guido Antônio da Silva. **Balanço social: histórico, evolução e análise de algumas experiências selecionadas**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1994 (Dissertação de Mestrado)

FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço social**. Fortaleza: Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Ceará, 1999.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **No Brasil, algumas lições importantes**. Disponível em: <<http://www.fides.org.br/fides.bal.localis.html>>. Acesso em abr. 2000.

KANITZ, Stephen. **O que é o terceiro setor?** Disponível em: <www.filantropia.org/oqueeterceirosetor.htm>. Acesso em abr. 2000.

LUCA, Márcia Martins Mendes de. **Demonstração do valor adicionado**. São Paulo: Atlas, 1998.

MELLO, Sérgio Benício de. **Responsabilidade social e empresas: um estudo no**

Nordeste do Brasil. Disponível em: <http://www.savethechildren.org.br/empresas_p_02.htm>. Acesso em abr. 2000.

RIBEIRO, Carlos A.C.. **A responsabilidade social da empresa: uma nova vantagem competitiva.** *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, n. 33, jan./fev., 1993.

RIBEIRO, Maísa de Souza. **Balanco social.** Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em abr. 2000.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalho de conclusão de curso.** São Paulo: Atlas, 1996.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/DR/RN. **Relatório anual de atividades, 1998.**

_____. **Relatório anual de atividades, 1999.**

SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas.** Disponível em: <<http://www.ibase.org.br/paginas/bssucupira.html>>. Acesso em jun. 1999.

SUPLICY, Marta; TAVARES, Maria da Conceição; STARLING, Sandra. **Projeto de Lei N.º 3.116, de 1997** cria o Balanço Social para as Empresas que Menciona e dá Outras Providências. 1997.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência.** Disponível em: <<http://www.ibase.org.br/paginas/bsciro.html>>. Acesso em jun. 1999.

URAS, Francisco Paulo. **A Responsabilidade social é um bom negócio?** Disponível em: <<http://www.fiesp.org.br/foco/social/artigo2.htm>>. Acesso ago. 1999.

VILLELA, Milú. **Respeito e responsabilidade social**, Folha de São Paulo, 26 jul. 1999, p. 1-3

Abstract

Starting from the concept of social responsibility and social balance, with the objective of showing as the entities with profitable aims or not, may and add value to society, based mainly in the functional body, environment, government and community. Social responsibility and social balance are relatively new terms, which at the present has been improving and getting more people involved in the big business entrepreneurs. To reach this objective, a exploratory and descriptive case-study was conducted at SESI – Serviço Social da Indústria – Industrial Social Service-Regional Department of Rio Grande do Norte 1998-1999, using a bibliographical and field research, through the institution internal documents. The working out of a social balance is a way to show society the level of social commitment of the institutions, and the Industrial Social Service of Rio Grande do Norte, through the economical difficulties of the country is able to put its social actions into practice in the daily basis.

Key words: *Social responsibility; social balance.*

UMA APLICAÇÃO DO ALGORITMO TRANSGENÉTICO EXTRA-INTRACELULAR PARA SOLUÇÃO DO PROBLEMA DA COLORAÇÃO DE GRAFOS

Lívia Maria Marins da Silva¹
Elizabeth Ferreira Gouvêa²
Joaquim Elias Lucena de Freitas³

Resumo

Este trabalho apresenta a Transgenética Computacional (TC), aplicada ao Problema da Coloração de Grafos. A TC pretende acelerar o processo de busca em Algoritmos Genéticos através da manipulação de bons pedaços dentro do cromossomo, em analogia à Engenharia Genética. Esta manipulação utiliza-se de ferramentas denominadas de agentes transgenéticos. Particularmente, neste trabalho, é utilizado o conceito de vírus como agente transgenético e, com a utilização deste agente em alguns casos, os resultados obtidos pelo algoritmo Transgenético são melhores comparados com os resultados obtidos pelo Algoritmo Genético Construtivo.

Palavras Chave: *Transgenética Computacional; coloração de grafos; infecção viral.*

1 INTRODUÇÃO

A habilidade de combinar bons pedaços (building blocks) de soluções diferentes e juntá-los em uma única supersolução, é o fator do sucesso dos Algoritmos Genéticos (AGs) clássicos. Apesar disso surgem problemas quando os pedaços de composição utilizados não se encontram agrupados dentro do cromossomo. A Transgenética Computacional permite uma série de recursos muito úteis ao projeto de algoritmos, envolvendo regras para a preservação das informações associadas aos building blocks, a seu processo de organização dentro do cromossomo e ao equilíbrio entre os esforços de intensificação e diversificação da busca.

¹ Mestre em Ciência da Computação (UFRN), professora dos Cursos de Sistema de Informação e Licenciatura em Computação. E-mail: Livia@farn.br

² Doutora em Engenharia de Produção (COOPE), professora da Graduação e Pós-graduação em Ciência da Computação. E-mail: Bgouvea@ufrnet.br

³ Mestre em Ciência da Computação (UFRN), professor dos Cursos de Administração com Habilitação em Sistema de Informação e Comércio Exterior, Contabilidade e secretariado Executivo. E-mail: Joquimdelphi@hotmail.com

2 O PROBLEMA DA COLORAÇÃO DE GRAFOS

Considere $G(V,A)$ um grafo e C um conjunto de cores. Uma coloração de G é uma atribuição de alguma cor de C para cada vértice de V , de tal modo que a dois vértices adjacentes sejam atribuídas cores diferentes. Assim sendo, uma coloração de G é uma função $f: V \rightarrow C$ tal que para cada par de vértices $v, w \in V$ tem-se $(v,w) \in A \Rightarrow f(v) \neq f(w)$.

3 PARADIGMA DO FLUXO EXTRACELULAR, INTRACELULAR E O PARADIGMA EPIGENÉTICO

Os algoritmos Genéticos utilizam, de modo geral, como ferramentas de operacionalização, os chamados mecanismos de seleção, cruzamento e mutação. O processo imita a chamada evolução Darwiniana e pode se tratar de cruzamento entre células. Convém notar que, no processo reprodutivo biológico, a seleção pertence a um contexto diferente daquele próprio ao cruzamento e mutação dos cromossomos. A seleção reprodutiva ocorre dividida em duas partes: no contexto ambiental, quando da escolha do parceiro de reprodução, e na da corrida das células reprodutivas. Enquanto a seleção ocorre em um universo macroscópico ou no mínimo multicelular, o cruzamento e as mutações ocorrem no contexto da célula embrião, da microbiologia, pode-se dizer que seu fluxo de operacionalização da manipulação genética é extracelular (KARGUPTA, 1998).

O processo evolucionário do DNA, contudo, é muito mais complexo do que o representado pelo Fluxo Extracelular. Existem pelo menos mais dois grandes fluxos capazes de interferir e transformar o DNA. A expressão do DNA em proteínas é realizada em um fluxo diferente do utilizado para sua reprodução. Ao conjunto de interações intracelulares que levam o DNA a se expressar na síntese das proteínas e ser “regulado” ou eventualmente até “manipulado” por outros agentes, denomina-se Fluxo Intracelular. O mecanismo de transporte de informações do DNA \rightarrow RNA \rightarrow Aminoácido é, via de regra, unidimensional, não implicando em modificações do DNA. Contudo, outras dinâmicas do fluxo intracelular podem ocasionar alterações no DNA. O fluxo intracelular é uma via de expressão em mão dupla. A principal característica do fluxo intracelular é que ele representa um caminho da atuação física sobre os genes.

Existe, contudo, um terceiro contexto que pode resultar em manipulação genética. Esse caminho depende da expressão comportamental do indivíduo e de seu relacionamento com o meio ambiente. Nesse caso não mais por contato físico-químico direto, mas ainda assim gerando consequências físicas. Essa via

depende da expressão comportamental do indivíduo e de seu relacionamento com o meio ambiente. Esse contexto incorpora a seleção baseada em conteúdo comportamental e, via de regra, social também. A estratégia interferente tem muita relação com a pressão evolutiva comportamental. Esse paradigma é denominado epigenético

4 A TRANSGENÉTICA COMPUTACIONAL.

A metáfora da Transgenética Computacional (TC) é a técnica que incorpora o fluxo intracelular e o paradigma epigenético no contexto computacional da metáfora evolucionária. Ela tem como características principais: a incorporação de informações de forma planejada no processo evolucionário e a manipulação de genes, com o objetivo de melhorar o código genético. A incorporação da informação é realizada através de processos análogos aos da Engenharia Genética. A TC aborda a resolução de problemas considerando aspectos e paradigmas da evolução biológica que não somente a chamada seleção natural. A Transgenética utiliza o fluxo intracelular como uma via para realização da manipulação genética. As manipulações são realizadas, em analogia ao modelo biológico, através de agentes lógicos apropriados à codificação computacional. Os principais agentes da manipulação genética são os Vírus, Enzimas Mensageiras e as Partículas Genéticas Móveis (GOLDBARG; GOUVÊA, 2000). Neste trabalho, o agente transgenético utilizado para a manipulação é o vírus do tipo esquema.

5 ALGORITMO TRANSGENÉTICO

Os algoritmos Transgenéticos (AT), assim como os algoritmos Genéticos, fazem parte da área dos sistemas inspirados na natureza, simulando processos evolucionários e aplicando-os à solução de problemas reais. Por outro lado, os ATs caracterizam-se pela habilidade de inserir informações ao contexto evolucionário permitindo que a busca no espaço de soluções seja realizada de forma eficiente. Existem duas linhas principais de classes de algoritmo desenvolvidos pela Transgenética: uma que utiliza o fluxo extracelular e intracelular e a linha que utiliza apenas o fluxo intracelular de planejamento para a solução do problema da busca heurística. O algoritmo transgenético utilizado neste trabalho é do tipo Extra Intracelulares (ATEIs) simples baseados nos seguintes paradigmas: Memética, Engenharia Genética e Evolução Darwiniana.

```

Procedimento AT
t = 0
gera_agentes_manipulação ( $\vartheta$ , t);
inicia_população (P, t);
avaliação (P, t);
    Repetir até (t = c)
        t = t+1;
        seleção_dos_pais (P, t-1);
        insere_agente (P, t);
        recombinação (P, t);
        alta (P, t);
        avaliação (P, t);
        sobrevivem (P, t);
    fim do repita
fim

```

Algoritmo.1 – Algoritmo Transgenético Extra- Intracelular

Onde: :

t - tempo atual; c - tempo determinado para finalizar o algoritmo; P – população e ϑ - agente de manipulação.

6 O Vírus

Por analogia às suas funções naturais, chamaremos de Vírus o agente que transportará e transcreverá diretamente informações nos cromossomos. O principal objetivo do *Vírus* é somar sua informação à informação que constitui o genótipo do indivíduo, de modo a maximizar a eficiência da estratégia de busca. A informação transportada pelo *Vírus* pode ser obtida de forma endógena ou exógena ao processo evolucionário.

O agente *Vírus* pode ser imaginado como o veículo de transporte de uma proposta de organização de um certo trecho do ADN – meme, munido de um método de implementação dessa proposta no interior do cromossomo. Um *Vírus*, em conformidade com a definição de agente aqui adotada, pode ser caracterizado de uma forma completamente abstrata. Um *Vírus*, na metáfora transgenética, é

uma cadeia de informação (**I**) associada a um método de **Contaminação** (**Φ**) e um método de **Descontaminação** (**∇**), formando uma tripla $\zeta=(\mathbf{I}, \Phi, \nabla)$.

7 RESULTADOS E ANÁLISE DOS EXPERIMENTOS

O algoritmo transgenético Extra-Intracelular (ATEI) utilizado neste trabalho teve como algoritmo de substrato um algoritmo genético construtivo (RIBEIRO FILHO; LORENA, 1997). Este algoritmo foi testado para o Problema da Coloração de Grafos, usando algumas instâncias da literatura (TRICK, 2000).

No Problema da Coloração de Grafos, acredita-se que um cromossomo ideal para esse problema seria aquele que possuísse vértices adjacente coloridos com cores diferentes; por esse motivo, optamos por trabalhar com cliques representando o agente vírus utilizado e essas cliques serão coloridas de modo que os vértices adjacentes possuam cores diferentes. As cliques, neste trabalho, possuem tamanho maior que 2. A geração das cliques foi baseada na heurística No-choice de Turner (TURNER, 1988).

A Tabela 1 mostra as características de cada instância. As colunas vértices, arestas e cores correspondem, respectivamente, à cardinalidade dos conjuntos de vértices e arestas e ao número cromático do grafo. A coluna N° de Agentes mostra o número de vírus utilizado para cada instância.

Tabela 1 – Características das instâncias para o Problema da Coloração de Grafos

Instâncias	Vértices	Arestas	Cores	N° de Agentes
Anna	138	493	11	10
David	87	406	11	10
Huck	74	301	11	11
Jean	80	254	10	21
Games120	120	638	9	9
Miles250	128	387	8	15
Miles500	128	1170	20	19
Miles750	128	2113	31	14
Queen55	25	160	5	6
Queen66	36	290	7	8
Mulsol_1	197	3925	49	8
Mulsol_2	188	3885	31	8
Zeroin_1	211	4100	49	10
Zeroin_2	211	3541	30	6

Os resultados da Tabela 2 mostram os resultados da implementação de ambos os algoritmos em relação à função adequação, em que consideramos a nomenclatura de SV para o algoritmo genético e CV para o algoritmo transgenético Extra-Intracelular (ATEI). Verifica-se, através da coluna Mínimo, que a solução ótima não foi encontrada em nenhuma das 5 rodadas do algoritmo genético para 10 instâncias. O algoritmo transgenético não encontra a solução ótima para 8 instâncias. Observa-se que para as instâncias Huck e Miles250, a solução ótima é obtida em todas as rodadas do algoritmo transgenético.

Tabela 2 - Resultados quanto ao valor de adaptação E_{cp}

Instâncias	Amostr a	Média	Median a	Mínim o	Desvio- padrão
JEAN_SV	5	0,80	1,0	0,0	0,84
JEAN_CV	5	1,00	1,0	0,0	0,71
HUCK_SV	5	0,40	0,0	0,0	0,55
HUCK_CV	5	0,00	0,0	0,0	0,00
DAVID_SV	5	1,40	2,0	0,0	0,89
DAVID_CV	5	0,20	0,0	0,0	0,45
GAMES120_S V	5	0,60	1,0	0,0	0,55
GAMES120_ CV	5	0,60	0,0	0,0	0,89
ANNA_SV	5	1,60	2,0	1,0	0,55
ANNA_CV	5	0,60	0,0	0,0	1,34
MILES250_S V	5	2,60	3,0	2,0	0,55
MILES250_C V	5	0,00	0,0	0,0	0,00
MILES500_S V	5	54,80	54,0	51,0	2,95
MILES500_C V	5	2,80	3,0	1,0	1,30
MILES750_S V	5	5,20	5,0	3,0	1,79
MILES750_C V	5	4,80	5,0	4,0	0,84

QUEEN55_S V	5	6,40	6,0	3,0	2,70
QUEEN55_C V	5	5,40	6,0	3,0	1,82
QUEEN66_S V	5	5,40	5,0	3,0	2,07
QUEEN66_C V	5	5,00	4,0	2,0	2,92
MULSOL1_S V	5	13,80	13,0	10,0	3,77
MULSOL1_C V	5	15,40	16,0	10,0	4,98
MULSOL2_S V	5	14,40	15,0	9,0	3,13
MULSOL2_C V	5	17,20	14,0	13,0	7,76
ZEROIN1_SV	5	16,80	18,0	15,0	1,64
ZEROIN1_CV	5	20,40	21,0	10,0	7,16
ZEROIN2_SV	5	16,00	16,0	14,0	1,58
ZEROIN2_CV	5	15,80	14,0	12,0	3,96

As Figuras 1 e 2 ilustram graficamente os resultados médios da Tabela 2. Devido à diferença de desempenho entre ambos os algoritmos para a instância Miles500, a Figura 2 mostra os mesmos resultados da Figura 1, sendo retirada a instância Miles500. Observa-se que, nos resultados, quanto aos valores médios, o algoritmo transgenético obteve melhor desempenho em aproximadamente 71% dos casos.

Figura 1 - Gráfico comparativo dos valores médios de E_{tip}

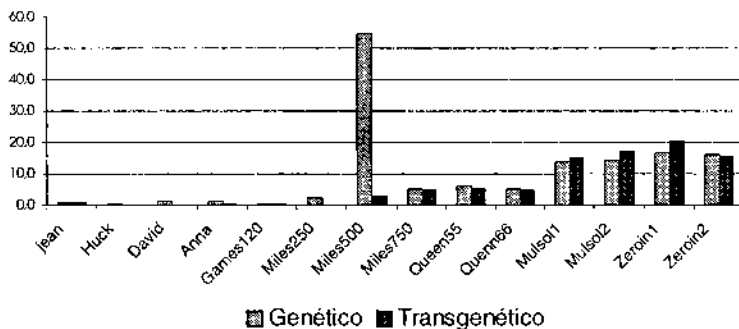
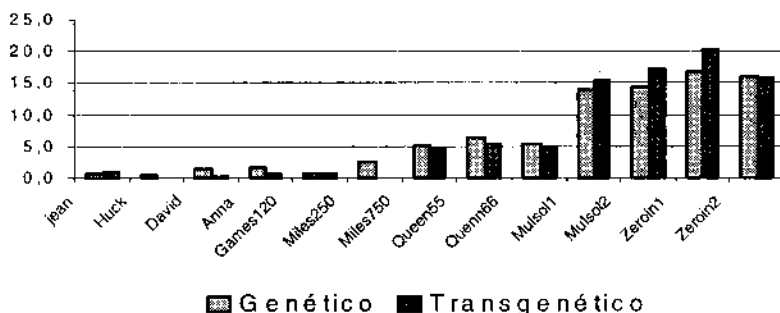


Figura 2 - Gráfico comparativo dos valores médios de E_{cip} (sem a instância Miles500).



Observa-se que os resultados, quanto aos valores medianos, o algoritmo transgenético obteve melhor desempenho em aproximadamente 60% das instâncias. Quando observam-se as instâncias usando como parâmetro a mediana, verificam-se que as instâncias Mulsol2 e Zeroin2 passaram a ter um comportamento visivelmente melhor no ATEI do que o obtido quando observa-se seu comportamento em relação à média dos valores. A instância Jean, que na média se apresentava ligeiramente maior, igualou seu desempenho ao algoritmo genético e a instância Games120, que apresentava valores iguais, se analisada em relação à média observada quanto ao valor mediano, passou a apresentar desempenho melhor no ATEI.

8 CONCLUSÃO

Os resultados obtidos pelo ATEI para as instâncias trabalhadas mostra que ele é eficiente na obtenção de boas soluções em intervalos de tempo suportáveis. Na maioria das instâncias analisadas, as soluções ótimas foram obtidas com uma frequência maior que as obtidas pelo algoritmo genético.

Verificamos que em 71% das instâncias o ATEI, quando analisado quanto ao valor da média para E_{cip} , obteve resultados melhores que os do algoritmo genético e, quando analisado quanto ao valor mediano de E_{cip} , verificou-se que em aproximadamente 60% das instâncias o ATEI obteve resultados melhores que os obtidos pelo algoritmo genético. Analisado quanto ao valor médio de iterações, em aproximadamente 30% das instâncias testadas o ATEI obteve resultados melhores que os resultados obtidos pelo algoritmo genético, e em 64% obteve resul-

tados próximos ou iguais aos obtidos pelo genético. Com relação ao tempo, o ATEI obteve valores superiores aos do genético. Ressalta-se, porém, que o maior tempo médio do ATEI é inferior a 2 minutos e que a diferença existente entre as duas médias de tempo é aproximadamente constante, com exceção da instância Miles500.

Pelo que nos foi possível observar pela análise do experimento, o agente vírus aqui utilizado proporcionou melhorias significativas ao processo evolucionário em todas as instâncias testadas.

REFERÊNCIAS

BRELAZ, D. **New methods to color the vertices of a graph**. Comm: ACM, 22, 1979

GOLDBARG, M. C.; FERREIRA, R. P. M.; LUNA, H. P. **Virus infections for acceleration of genetic algorithms**: na introductory study, III Metaheuristics International Congress, Angra dos Reis, Brasil, 1999.

GOLDBARG, M. C. **Infecções virais para a aceleração dos algoritmos genéticos**: aplicações ao PCV. Rio Grande do Norte: UFRN (DIMAP), 1999.

GOLDBARG, M. C.; GOUVÊA, E. F. **Metáfora transgenética**: uma nova abordagem para computação evolucionária. Relatório Técnico COPPE-PEP, 2000.

GOLDBARG, M. C.; LUNA, H. P. **Programação linear e otimização combinatória, modelos e algoritmo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

GOUVÊA, E. F. **Contribuições às heurísticas do problema de coloração em grafos**. Dissertação (Mestrado) – IME – Instituto Militar de Engenharia, 1993.

HARARY, F. **Graph Theory**. 3. ed. USA: [s.n.], 1972.

KARGUPTA, H.; STERFFORD, B. **Gene expression**: intro, variable length representation, and all that. Computational Science Methods Group. Los Alamos: National Laboratory, 1998.

KIMURA, M. **The neutral theory of molecular evolution**. Cambridge : Cambridge University Press, 1983.

RIBEIRO FILHO, G.; LORENA, L. A. N. **Constructive genetic algorithm for**

graph coloring problems. The fourth Conference of the Association of Asian – Pacific Operational Research Societies – Melbourne, 1997

SILVA, M. M da. **Uma abordagem transgenética para o problema da coloração de grafos.** 2001. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Informação e Matemática Aplicada, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2001

SZWARCFITER, J. S. **Grafos e algoritmos computacionais.** 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1988.

TRICK, M. **Network Resources for Coloring a Graph.** Disponível em <<http://mat.gsia.cmu.edu/COLOR/color/instances.html>>. Acesso em: 14 jul. 2000.

TURNER, J. S. **Almost all k-colorable graphs are easy to color.** St. Louis: Washington University, 1988.

Abstract

This work presents the Computational Transgenetics (CT), applied to the Problem of Graph Coloring. CT intends to accelerate the search process in Genetic Algorithms by manipulating building blocks inside the chromosomes, in analogy to genetic engineering. In particular, it is used the concept of virus as a transgenetic agent. In some cases, the results obtained by the algorithm Transgenetic are better compared with the results obtained by the Constructive Genetic Algorithm.

Key Words: *Computational Transgenetic; graph coloring; viral infection.*

ANOTAÇÕES AO CONCEITO DE VALIDADE

em Hans Kelsen e Niklas Luhmann

Vladimir da Rocha França¹

Resumo

Este trabalho tem por objetivo o estudo do conceito de validade, através da análise comparativa entre as teorias jurídicas de Hans Kelsen e de Niklas Luhmann. Sob tais perspectivas, a validade se apresenta como o vínculo de pertinência que se estabelece entre a norma jurídica e o Direito Positivo, por aquela ter sido criada pelos mecanismos deste.

Palavras-chave: *Direito positivo; teoria jurídica, norma jurídica.*

1 INTRODUÇÃO

Um dos temas mais férteis para a produção de tormentas nas mentes dos estudiosos do Direito Positivo tem sido a questão da validade. Sua inegável posição estratégica nos percursos da Doutrina influi, decisivamente, nos resultados a que chega ao se debruçar sobre os problemas do Direito Positivo.

O conceito de validade mereceu especial atenção dos dois pensamentos que orientaram esse curso: Hans Kelsen e Niklas Luhmann. O objetivo do presente trabalho é justamente oferecer uma breve análise de suas posições sobre o assunto, procurando, ao final, tentar conjugá-las e produzir alguma reflexão interessante para o leitor.

As considerações que seguem tiveram por base duas obras: a versão em português de “Teoria Pura do Direito” (KELSEN, 1991) e a versão em espanhol de “O Direito da Sociedade” (LUHMANN). Os demais trabalhos elencados serviram para auxiliar na compreensão dos intrincados conceitos da teoria de Luhmann, estes bem menos conhecidos nos debates da academia jurídica.

¹ Mestre em Direito Público pela Faculdade de Direito do Recife, doutorando em Direito do Estado pela PUC/SP. Professor de Direito administrativo da FARN.

Talvez possa se ressentir o leitor pela ausência de outras obras desses filósofos para o deslinde das questões tocadas adiante. Optamos por selecionar um trabalho crucial de cada teoria, no intento de construir uma ponta de lança para um aprofundamento posterior (especialmente na construção de Luhmann). A vastidão de suas teorias justifica, ao nosso ver, um passo mais comedido para sua compreensão.

Foi isso o que pretendemos fazer aqui: criar um ponto de partida e compartilhar algumas anotações incipientes.

2 POSIÇÃO DE HANS KELSEN

Segundo Hans Kelsen,² a norma jurídica consiste no sentido objetivo de um ato de vontade dirigido à conduta de outrem.

O ato de vontade visto pelo ordenamento jurídico como foco produtor de norma jurídica tem um sentido subjetivo - um dever-ser - imputado por quem o efetua.³ O dever-ser compreende a prescrição, vedação ou faculdade (no sentido de atribuição de poder ou competência) de realizar uma conduta. Mas, somente haverá um sentido objetivo de dever-ser - norma jurídica - caso uma norma jurídica - outro sentido objetivo de outro ato de vontade - impute ao ato tal aceção.

As normas jurídicas destinam-se à regulação da conduta humana intersubjetiva, integrando uma ordem social (conjunto de normas sociais) de natureza coativa, denominada Direito Positivo.⁴ Constituem elementos dessa ordem social por compartilharem um mesmo fundamento de validade, identificada na teoria kelseniana com a existência.⁵

Somente o dever-ser pode servir de fundamento para outro dever-ser, dentro da concepção kelseniana⁶. Rejeita o jusfilósofo austríaco toda e qualquer possibilidade de transposição de algo do ser para o plano do dever-ser, ainda que não negue a existência de uma relação entre a conduta que é conteúdo da norma e a conduta efetiva. Embora haja tal interação, não há uma identidade entre esses fenômenos.

² KELSEN, 1998, p. 4.

³ *Ibid.*, p. 4-10.

⁴ *Ibid.*, p. 36-47.

⁵ *Ibid.*, p. 10-11; 33-36.

⁶ *Ibid.*, p. 205-206.

Não seria a causalidade, mas sim a imputação à “lei” regente dos fenômenos do mundo do dever-ser⁷. O dever-ser não surge da simples ocorrência do ser, numa relação de causa e efeito, passível de ser descrita por uma “ciência causal”. Somente um dever-ser pode servir de supedâneo de existência para outro dever-ser.⁸

O Direito Positivo vai imputando sentidos às condutas humanas e demais fenômenos que, de algum modo, têm pertinência com a vida da comunidade jurídica. Essa ordem social qualifica a conduta como ilícita ou lícita conforme lhe seja associada ou não uma sanção (privação de um bem). O que diferencia a sanção jurídica da sanção instituída por outra ordem social é a possibilidade de ser executada ainda que contra a vontade da pessoa atingida e, apesar da resistência da mesma, através do emprego da força física.⁹

O dever-ser subsiste ainda que o ser não lhe corresponda, mesmo que não haja equivalência entre a conduta qualificada como devida e a conduta ocorrida, dentro de uma margem de ineficácia que se permite ao Direito Positivo para que permaneça Direito Positivo. Permanece, mesmo que o ato de vontade ao qual foi imputado não mais exista ou tenha sido descaracterizado. E, por fim, constitui o objeto das ciências que o jusfilósofo rotula de “ciências normativas”.

Dentre as ciências normativas, temos a Ciência do Direito Positivo. Não se confunde a Ciência Jurídica com a ética, que tem por objeto uma ordem social denominada “moral”.¹⁰ Também não pode ser identificada com as “ciências causais” que investigam os fenômenos do ser subjugados à interpretação normativa.¹¹ A Ciência do Direito Positivo constitui, sim, o conjunto de juízos hipotéticos - proposições jurídicas - que enunciam a relação de imputação contida nas normas jurídicas.

As proposições jurídicas não se confundem com as normas jurídicas.¹² As normas jurídicas consistem em sentidos objetivos de atos de vontade de indivíduos qualificados como órgãos da “comunidade jurídica”, e não daqueles que realizam a ciência jurídica. Nas proposições jurídicas, o “dever-ser” não é empregado na função de instituir uma prescrição, uma proibição ou uma atribuição de poder ou competência, mas sim, com a finalidade de descrever que houve uma prescrição, uma proibição ou uma atribuição de poder ou competência instituída pelo Direito Positivo.¹³ As proposições jurídicas não são válidas ou inválidas, mas sim verdadeiras ou falsas, acresça-se.

⁷ Ibid., p. 85-92.

⁸ Ibid., p. 205.

⁹ Ibid., p. 36-47.

¹⁰ Ibid., p. 63-75.

¹¹ Ibid., p. 96-100.

¹² Ibid., p. 78-83.

¹³ Ibid., p. 89-90.

A validade da norma jurídica deflui do fundamento de validade do Direito Positivo.¹⁴ Este institui necessariamente os órgãos, usualmente o procedimento, e eventualmente o conteúdo para a produção das normas jurídicas. O Direito Positivo é, ao mesmo tempo: estático, por compreender um conjunto de normas jurídicas válidas; e dinâmico, ao referir-se à conduta humana regulada, ao instituir o seu próprio processo de produção e aplicação de seus elementos, as normas jurídicas.¹⁵

Kelsen vê numa “norma fundamental”, o fundamento de validade do Direito Positivo. Não integra a norma fundamental o Direito Positivo: ela permite o conhecimento do Direito Positivo ao pressupor a validade do próprio Direito Positivo. A norma fundamental não é uma constatação feita pelo cientista do Direito Positivo ao investigar e descrever seu objeto, mas sim um recurso metodológico para delinear o seu foco de preocupações.¹⁶

A norma fundamental não possui qualquer conteúdo. O Direito Positivo não consiste, exclusivamente, num sistema estático de normas, em que a norma fundamental pressuposta oferece tanto a validade, como o conteúdo dos elementos que integram essa espécie de ordem normativa (mediante mera dedução lógica).¹⁷ Fornece apenas a norma fundamental, o fundamento de validade do Direito Positivo, podendo essa ordem social receptionar todo e qualquer conteúdo.¹⁸

Assim, a norma fundamental estabelece o fato produtor da Constituição, demarcando o início de todo o processo de criação e aplicação do Direito Positivo. A partir da Constituição, o Direito Positivo torna-se dinâmico - ao estabelecer como deve ser criado e aplicado o Direito Positivo - e estático - ao vedar ou estabelecer conteúdos para as normas jurídicas criadas ou aplicadas.¹⁹

¹⁴ Merece transcrição a seguinte lição de Kelsen (op. cit., p. 207): “Todas as normas cuja validade pode ser reconduzida a uma e mesma norma fundamental formam um sistema de normas, uma ordem normativa. A norma fundamental é a fonte comum da validade de todas as normas pertencentes a uma e mesma ordem normativa, o seu fundamento de validade comum. O fato de um norma pertencer a uma determinada ordem normativa baseia-se em que o seu último fundamento de validade é a norma fundamental desta ordem. É a norma fundamental que constitui a unidade de uma pluralidade de normas enquanto representa o fundamento da validade de todas as normas pertencentes a essa ordem normativa”.

¹⁵ *Ibid.*, p. 77-8.

¹⁶ *Ibid.*, p. 210-219.

¹⁷ *Ibid.*, p. 207-208.

¹⁸ *Ibid.*, p. 208-212.

¹⁹ *Ibid.*, p. 209-210): “O princípio estático e o princípio dinâmico estão reunidos numa e na mesma norma quando a norma fundamental pressuposta se limita, segundo o princípio dinâmico, a conferir poder a uma autoridade legisladora e esta mesma autoridade ou uma outra por ela instituída não só estabelecem normas pelas quais delegam outras atividades legisladoras, mas também normas pelas quais se prescreve uma determinada conduta dos sujeitos subordinados às normas e das quais - como o particular do geral - podem ser deduzidas normas através de uma operação lógica (...)”.

Entretanto, deve ser lembrado que a legitimidade do Direito Positivo está condicionada à sua efetividade. A perda da eficácia global da ordem jurídica acarreta a substituição da norma fundamental, levando o símbolo da validade para a nova ordem jurídica, para um novo Direito Positivo.²⁰

Aqui, entra o tema da relação entre validade e eficácia. Embora validade - existência da norma jurídica - e a eficácia - a efetiva observância e aplicação da norma jurídica - sejam fenômenos distintos, aquela pressupõe um mínimo desta; em outras palavras, um mínimo de eficácia constitui condição para que uma norma jurídica possa ser considerada válida.²¹

O domínio de validade da norma jurídica pode ser limitada nos seus aspectos material (conduta regulada), pessoal (elemento pessoal da conduta regulada), espacial e temporal.²² A norma jurídica é válida enquanto não for invalidada pelo modo determinado pelo Direito Positivo, ou seja, enquanto outra norma jurídica não determinar a cessação de sua validade.²³

Kelsen²⁴ rejeita tanto as teorias idealistas - a validade dependeria da eficácia - como realistas - a validade identificar-se-ia com a eficácia: aquelas, por perder a norma jurídica, a validade, quando passa a carecer de um mínimo de eficácia, bem como, por haver uma conexão entre o dever-ser da norma jurídica (sentido objetivo) e o ser do ato que o põe no Direito Positivo (ato de vontade); estas, por sua vez, por haver normas jurídicas que são consideradas válidas apesar de eventualmente ineficazes ou ainda não eficazes.

Procura Kelsen equilibrar a tensão entre validade e eficácia, defendendo a efetividade do Direito Positivo como condição para sua existência como ordem coercitiva, isto é, sua validade.²⁵ O que valida uma ordem social como Direito Positivo é, na verdade, a norma fundamental, se constatada a fixação positiva desse ordenamento e sua continuidade mediante o princípio da efetividade.

Ao instituir o processo de criação e aplicação de seus elementos, o Direito Positivo agrega-os em torno de um mesmo fundamento de validade. Equivale dizer que a norma jurídica é válida quando produzida consoante a norma fundamental que justifica validade do Direito Positivo, ou, noutros termos, quan-

²⁰ *Ibid.*, p. 225-226.

²¹ *Ibid.*, p. 11-12.

²² *Ibid.*, p. 14-16.

²³ O que decorre do princípio da legitimidade. Ver HANS KELSEN, p. 223-224.

²⁴ *Ibid.*, p. 226-230.

²⁵ *Ibid.*, p. 230-231.

do posta por um ato de vontade reconhecido como produtor de norma jurídica, pela norma jurídica posta pelo ato constituinte de todo Direito Positivo segundo a norma fundamental. Através do recurso à norma fundamental, procura manter Kelsen a coerência do postulado da impossibilidade da transposição do ser para o dever-ser, ao oferecer um dever-ser, ainda que pressuposto para conceder fundamento de validade a outro dever-ser, por sua vez posto.

Criação e aplicação do Direito Positivo, segundo Kelsen,²⁶ são posições relativas dentro da dinâmica jurídica. Salvo o ato constituinte do Direito Positivo (como ordem social) e a execução da norma jurídica individual, todos os atos jurídicos representam simultaneamente criação e aplicação do Direito Positivo.

O ato jurídico que põe uma resolução administrativa constitui aplicação do Direito Positivo, haja vista o Direito Positivo reconhecer no sentido objetivo desse ato de vontade um conteúdo compatível com o conteúdo da lei. E, também criação do Direito Positivo, por ver o Direito Positivo esse ato de vontade como introdutor de uma nova norma jurídica no sistema. A lei, por sua vez, constitui a aplicação da Constituição, uma vez que o ato jurídico que a pôs no sistema ter sido previsto por esta norma jurídica.

Kelsen concede à “aplicação” uma noção bastante ampla.²⁷ Compreenderia o ato de produção de uma norma jurídica, a observância da conduta qualificada como lícita pela norma jurídica, e a execução da sanção em virtude do ilícito. Também não deve ser esquecido que o jusfilósofo, em sua “Teoria Pura do Direito”, somente vê autonomia nas normas jurídicas que estatuem sanções, pois somente estas teriam a aptidão para prescrever deveres jurídicos.

Através da interpretação, os órgãos aplicadores do Direito Positivo demarcam a moldura de seu campo de produção do Direito Positivo a partir da norma jurídica geral.²⁸ Fixada essa zona de significado, opta o órgão aplicador por um dos sentidos nela abarcados ao expedir a norma jurídica individual. A norma jurídica individual produzida necessita ter uma relação de compatibilidade com a norma jurídica geral para que possa ser válida, ou seja, pertencer ao Direito Positivo segundo o instituído pela norma fundamental. Todas as normas devem reportar, diga-se mais uma vez, a um mesmo e único fundamento de validade para que

²⁶ *Ibid.*, p. 252-254.

²⁷ *Ibid.*, *passim*.

²⁸ *Ibid.*, p. 363-371.

O modo como a validade da norma jurídica individual é conjugada realiza-se através da identificação do escalão que a mesma ocupa dentro do Direito Positivo, ou seja, do reconhecimento da norma jurídica geral que regula a produção daquela. Os níveis do Direito Positivo são construídos pelo critério da posição que a norma jurídica ocupa na disciplina da produção do Direito Positivo.²⁹ Ao se quebrar a seqüência de produção jurídica, quebrar-se-ia a validade da norma jurídica individual sob análise. Isso também é pertinente quando se trata de normas jurídicas gerais, como no exemplo da interação entre a Constituição e a lei.

Desse modo, rejeita Kelsen a posição doutrinária tradicional de que somente a lei criaria Direito Positivo, restando às autoridades estatais administrativas e judiciárias, bem como aos particulares nos contratos, a atividade exclusiva de aplicar o Direito Positivo criado. Para Kelsen - pelo que depreendemos da "Teoria Pura do Direito" - a dinâmica jurídica torna inaceitável essa concepção, uma vez que a atividade de produção do Direito Positivo não se restringe à mera dedução lógica. Esta pode até ser possível se a norma jurídica geral fixa a moldura de conteúdo que deve ser observada na criação da norma jurídica individual e, mesmo assim, nem todos os casos - quando a lei, por exemplo, serve-se de conceitos de ampla margem de significação. O Direito Positivo não se diferencia das demais ordens sociais pelo seu conteúdo, mas sim pela dinâmica, pelo processo de criação e aplicação de seus elementos. Não é a instituição de ilícitos pela imputação de sanções, mas sim o modo como essas sanções são criadas e aplicadas o fator central da distinção da ordem social "Direito Positivo" das demais ordens sociais.

Resta a questão das "fontes do Direito Positivo". Alerta Kelsen³⁰ quanto à extensa dimensão semântica de "fontes do Direito Positivo". Pode abranger: os métodos de criação jurídica em geral; a norma fundamental; a norma jurídica de escalão superior que regula a produção da norma jurídica de escalão inferior; a decisão judicial, em relação ao deveres jurídicos fixados para as partes litigantes ou ao órgão competente para executá-la; e, por fim, todas as representações (elementos morais, políticos, lógico-jurídicos etc.) que influenciam na criação e aplicação do Direito Positivo. Contesta o pensador austríaco a utilidade da expressão para a compreensão do Direito Positivo, dada essa pluralidade significativa.

²⁹ *Ibid.*, p. 240.

³⁰ *Ibid.*, p. 251-252.

Num sentido jurídico-positivo - o lógico-jurídico refere-se à Ciência do Direito Positivo, somente o Direito Positivo pode ser designado como "fonte" do Direito Positivo, acredita Kelsen.³¹ Talvez, tenha visualizado o jusfilósofo, na dinâmica jurídica, a identidade do Direito Positivo, tal como parece a outro germânico, Niklas Luhmann.

3 POSIÇÃO DE NIKLAS LUHMANN

Partindo da mesma preocupação de Hans Kelsen quanto à necessidade de estabelecer o objeto da Teoria do Direito - o próprio Direito Positivo - leciona Niklas Luhmann³² que o Direito Positivo determina seus limites, os elementos que lhe pertencem e os que não. Seria a Teoria Sociológica do Direito (sua "Teoria dos Sistemas"?), e não a Teoria do Direito (a "ciência jurídica" kelseniana), o instrumento teórico hábil para conhecer o Direito Positivo de um ponto de vista a ele externo.³³

O jurista, de acordo com Luhmann,³⁴ está inserido no próprio Direito Positivo, cabendo-lhe "auto-descrever" um sistema que prescreve a si mesmo sua dinâmica; e, justamente por tal natureza, distingue-se dos demais subsistemas constituintes do sistema da Sociedade. Interessante notar, em sua construção, a Sociedade e o Direito Positivo como entes distintos, mas em interação, na qual um serve de meio para o outro.³⁵

Luhmann³⁶ entende a diferença entre o meio e o sistema o pilar fundamental de sua teoria sistêmica. É a diferença o lastro de toda e qualquer observação ou descrição.³⁷ Por conseguinte, ao teórico do Direito Positivo compete identificar a diferença essencial de seu objeto, procurando deixar as distinções e descrições realizadas pelo Direito Positivo, sobre si mesmo, no campo dos conceitos que deve formular para a compreensão do investigado.³⁸

³¹ *Ibid.*, p. 251.

³² O direito da sociedade, p. 5-6. Relevante lembrar KELSEN (1991, p. 3) aqui: "Um ato, na medida em que se expresse em palavras faladas ou escritas pode ele próprio até dizer algo sobre a sua significação jurídica (...) O conhecimento que se ocupa do Direito encontra já no próprio material uma auto-explicação jurídica que toma dianteira sobre a explicação do conhecimento jurídico".

³³ LUHMANN, p. 7.

³⁴ *Ibid.*, p. 7-8.

³⁵ *Ibid.*, p. 12-13.

³⁶ *Ibid.*, p. 13.

³⁷ *Ibid.*, p. 15.

³⁸ Como por exemplo, a distinção entre norma e fato. (LUHMANN, p. 20)

Cada subsistema da Sociedade possui uma função específica e uma dinâmica que viabiliza o seu exercício. Ao Direito compete a função de “generalização congruente de expectativas normativas”.³⁹ Essas expectativas são aquelas que se mantêm mesmo se frustradas, não se confundindo com as expectativas cognitivas que, por sua vez, desaparecem se não confirmadas.⁴⁰

O paralelo entre a distinção expectativas normativas/expectativas cognitivas na terminologia de Luhmann, e a diferença kelseniana dever-ser/ser, parece-nos possível.⁴¹ Afinal, tal como Luhmann estrutura a distinção, veda-se a possibilidade de transposição de uma espécie de expectativa para outra. Outra consideração possível aqui é que, como a expectativa normativa, o dever-ser não precisa de sua efetivação para existir.

Pode-se apreender na teoria de Luhmann uma busca pela identidade do Direito Positivo. Uma preocupação em surpreender a distinção fundamental que determina a natureza do Direito Positivo e o seu fator diferenciador perante os demais objetos. Tenta Luhmann, através do conceito de autopoiese, ofertar um instrumento destituído de conteúdo substantivo e, portanto, aplicável para a compreensão de todos os subsistemas lastreados na comunicação; ou seja, os subsistemas sociais e, entre eles, o Direito Positivo.

Como subsistema da Sociedade, o Direito Positivo é composto de comunicações, os únicos elementos admitidos nos subsistemas sociais e na própria Sociedade. As comunicações são tríades de informação/ato de comunicar/ato de entender, operações reproduzidas e sedimentadas em estruturas específicas da linguagem.⁴² Para Luhmann⁴³, o Direito Positivo não consiste num conjunto congruente de normas, mas sim num conjunto de comunicações, não importando o que as mesmas afirmem sobre o Direito Positivo. Seria a análise do Direito Positivo, a partir das estruturas, insuficiente, devendo estar centrada nas operações - comunicações - que essas estruturas sedimentam.⁴⁴

O Direito Positivo, como subsistema social, existe pela sua unidade, a qual está calcada na manutenção de sua identidade perante o meio (a Sociedade),

³⁹ Cf. CAMPILONGO, O governo representativo “versus” o governo dos juízes: a “autopoiese” dos sistemas político e jurídico. In: *O direito na sociedade complexa*, p. 85; e LUHMANN, p. 92-123.

⁴⁰ LUHMANN, p. 99.

⁴¹ *Ibid.*, p. 96.

⁴² Cf. NEVES, p. 118. A constitucionalização simbólica; e LUHMANN, p. 21.

⁴³ LUHMANN, p. 26.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 26-27.

realizada pela produção e reprodução de seus elementos - comunicações jurídicas - segundo comunicações editadas pelo próprio Direito Positivo.⁴⁵ Sem fechamento operativo, fica o Direito Positivo impossibilitado de demarcar o que lhe pertence (e o que não), deixando a Sociedade desprovida de separar as comunicações jurídicas das comunicações construídas pelos demais subsistemas sociais (política, economia e religião, por exemplo).⁴⁶

A autopoiese do Direito Positivo está calcada no fechamento operacional e na abertura cognitiva, hábeis para produzir a diferença fundamental entre o sistema do Direito Positivo e o ambiente.⁴⁷ A autonomia operacional do Direito Positivo brota da aptidão desse sistema social em realizar uma operação denominada auto-referência, na qual o sistema se observa segundo os critérios formulados por ele mesmo.⁴⁸

Mediante a auto-referência, o Direito Positivo preserva sua unidade, ao produzir e reproduzir comunicações jurídicas a partir de comunicações jurídicas. E quando o faz, demarca seus limites na Sociedade.

Mas isso é insuficiente para a autopoiese. Outros recursos se apresentam no sistema autopoético para sê-lo.

O Direito Positivo possui um código distinto dos demais subsistemas sociais: o código lícito/ilícito. Esse código binário é empregado pelo Direito Positivo para classificar as comunicações sociais que percebe pelos seus filtros seletivos, permitindo ao sistema realizar a hetero-referência, ou seja, a operação de seleção das operações circulantes em seu meio. Bom ressaltar que tal operação integra o sistema do Direito Positivo, não constituindo algo externo ao mesmo.

O código binário do Direito Positivo representa a capacidade desse sistema ser operacionalmente fechado e, simultaneamente, cognitivamente aberto.⁴⁹ O Direito Positivo tem por função assegurar expectativas normativas exaradas

⁴⁵ LUHMANN, p. 29; 33-34; 51-52.

⁴⁶ O que gera o fenômeno da alopoiese. Cf. NEVES, p. 124-133.

⁴⁷ CAMPILONGO, 2000, p. 79: "'Autopoiese' significa, etimologicamente, autoprodução. A especificidade recursiva das estruturas e elementos a partir das quais operam esses sistemas autoriza dizer que os mesmos não possuem correspondentes funcionais no ambiente que os circunda. Essa infungibilidade de funções, vale dizer, o caráter insubstituível da função de cada sistema permite a cada sistema construir sua complexidade interna (independência) e, simultaneamente, fornecer as condições de reação do sistema ao ambiente (dependência). Dito de outro modo: o conceito do sistema conduz ao de ambiente e, por isso, a 'autopoiese' dos sistemas jurídico e político nada tem a ver com o isolamento lógico ou analítico do conceito de sistema".

⁴⁸ Cf. LUHMANN, p. 34-35; NEVES, p. 116.

⁴⁹ LUHMANN, p. 54-55.

nas comunicações sociais do ambiente em comunicações jurídicas construídas somente de outras comunicações jurídicas⁵⁰. O sistema conhece, percebe, sensibiliza-se com as expectativas normativas expostas e as qualifica como lícitas ou ilícitas consoante as comunicações jurídicas já existentes.

A aplicação do código jurídico se faz através de programas condicionais, que tornam possível a inserção de uma expectativa normativa segundo uma condição previamente delimitada. Esses programas servem também para permitir uma densificação do Direito Positivo, ao colocar os critérios do sistema disponíveis aos processos de operacionalização desse mesmo ordenamento.

Outra peculiaridade da aplicação do código jurídico é a demanda por observação de segunda ordem. O código jurídico, em si mesmo, não consiste numa operação, mas sim um instrumento empregado dentro da operação do Direito Positivo para classificar internamente o que se expõe nos elementos integrantes do sistema.

O Direito Positivo também é permeável às expectativas cognitivas, que se eliminam diante de sua frustração. Elas servem para orientar a reprodução das comunicações jurídicas, enquanto elementos de programas condicionais, únicos viáveis para manifestar expectativas normativas.

O último elemento da autopoiese é a reflexão, produto da ocorrência da auto-referência e correspondente hetero-referência e, tal como, da manutenção do código binário do sistema. Em outras palavras, o próprio sistema autopoietico.

A validade, dentro da concepção de Luhmann⁵¹, apresenta-se como um símbolo do Direito Positivo, que gera a sua unidade, enquanto sistema, estabelecendo um enlace entre as operações - comunicações - realizadas no e pelo próprio Direito Positivo. Está desprovido de um valor intrínseco, referindo-se não à qualidade específica de uma norma, mas sim a aceitação do Direito Positivo como sistema autopoietico.⁵²

Para Luhmann,⁵³ a validade não está fundada em normas, mas sim na própria capacidade do sistema em preservar sua identidade perante o ambiente.

⁵⁰ Ibid., p. 40-41; p. 92-94. Isso não quer dizer que a comunicação social é inserida no Direito Positivo. O que o sistema faz é manifestar a expectativa numa comunicação jurídica, distinta da comunicação social percebida pelos seus canais de seleção. Não existem comunicações jurídicas fora do Direito Positivo.

⁵¹ Ibid., p. 71.

⁵² Ibid., p. 71-72.

⁵³ Ibid., p. 72.

Acresce ainda que “fonte do Direito Positivo” seria um critério de seleção do que é válido ou não como Direito Positivo, quando há dúvida na aposição desse símbolo.⁵⁴ Destina-se a validade a indicar as modificações dos elementos do Direito Positivo, que somente podem acontecer quando os mesmos convertem-se em inválidos, constituindo um valor especificamente próprio do sistema jurídico que surge da peculiar dinâmica operacional do Direito Positivo.⁵⁵ Enfim, a validade indica a idéia de transição de uma situação de Direito Positivo para outra.⁵⁶

A validade, segundo Luhmann,⁵⁷ não constitui um pressuposto para o conhecimento nem o resultado de uma causa externa ao Direito Positivo, mas sim a forma consoante à qual uma operação jurídica faz referência ao Direito Positivo, dentro do contexto das demais operações que integram esse sistema. De certo modo, constitui o modo pelo qual a operação contribui para a unidade do Direito Positivo.

O símbolo da validade demarca a distinção entre validade e invalidade, não representando uma norma ou uma operação em si mesmo.⁵⁸ É uma forma que viabiliza a classificação das situações reproduzidas pelo Direito Positivo, dentro de um critério temporal: seus valores são agregados às expectativas normativas consoante o revelado na contingência e na complexidade do Direito Positivo.⁵⁹

Alerta Luhmann⁶⁰ que a validade não se confunde com o código jurídico lícito/ilícito. A aplicação do código jurídico permite que ao ilícito seja associada uma sanção. A aposição do válido/inválido vai determinar, por sua vez, se a operação de aplicação do código lícito/ilícito ocorreu de modo recursivo ou não; ou seja, se a operação está enlaçada com as demais operações do Direito Positivo. Aqui, pode-se dizer que a validade indica que o Direito Positivo se reproduziu como sistema ao qualificar algo como lícito ou ilícito.

Interessante notar, na teoria exposta, a rejeição da validade fundada numa estrutura hierárquica fundada numa norma superior, em que haveria a inserção do observador num percurso estável e vertical de escalões de validade para a aferição da compatibilidade dos elementos do sistema com o próprio sistema.⁶¹ Prefere Luhmann deslocar a validade da hierarquia entre níveis normativos para uma hierarquia temporal: o tempo, e não uma norma superior, constitui o fundamento de validade dos elementos do Direito Positivo. Poderíamos interrogar aqui:

⁵⁴ LUHMANN, p. 73.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 73-74.

⁵⁶ *Ibid.*, p. 74-75.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 75.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 75-76.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 76-77; p. 92-94.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 77-78.

⁶¹ *Ibid.*, p. 80-108.

as demais dimensões da validade identificadas por Kelsen (material, pessoal e espacial) seriam irrelevantes ou secundárias dentro da teoria de Luhmann?

Todas as operações da Sociedade e do Direito Positivo ocorrem simultaneamente, constituindo o passado e o futuro horizontes que se apresentam no presente e indicam a ocorrência de mudanças.⁶² A validade é um reflexo do Direito Positivo como sistema autopoietico, a demonstração que o mesmo mantém seu fechamento operativo e sua abertura cognitiva, preserva seu código e concede densidade às suas operações no contexto de suas próprias operações, evoluindo nos limites produzidos e reproduzidos pelo sistema.

4 ANOTAÇÕES FINAIS

Tanto Kelsen como Luhmann procuram construir um conceito de validade conciliado com o conceito de Direito Positivo delineado por cada um. Curioso surpreender em ambas as teorias a preocupação em entender o Direito Positivo como um sistema composto exclusivamente por elementos produzidos segundo elementos preexistentes no próprio sistema. Ainda que seja o Direito Positivo permeável a injunções externas, estas somente podem ser relevantes se devidamente decodificadas por (e em) elementos jurídicos.

A validade representa um símbolo agregado aos elementos do Direito Positivo, que os qualificam como ao sistema pertinentes. Embora Kelsen prefira fundar a validade do Direito Positivo numa “norma fundamental” - recurso indispensável para a manutenção do postulado da impossibilidade da transposição do ser para o dever-ser (e vice-versa); e Luhmann, por sua vez, na contingência das operações jurídicas e na dimensão temporal (válido é o atual).

Talvez seja possível conciliar a tentativa kelseniana de traçar um liame entre validade e eficácia e o conceito de validade de Luhmann. Se a validade, como diz Luhmann, indica que o elemento se reproduziu no sistema e este manteve sua unidade quando veio ao complexo de operações jurídicas, poderíamos associar o incerto “mínimo de eficácia” que condiciona a validade kelseniana à capacidade do sistema em se manter sua identidade perante o meio que o circunda.

Ainda que as normas jurídicas do sistema não sejam observadas ou aplicadas, ou seja, ineficazes do ponto de vista de Kelsen, seriam válidas se a sua

⁶² LUHMANN, p. 80.

produção fez a devida referência à dinâmica jurídica ou à autopoiese do sistema jurídico. A inobservância e inaplicação da norma jurídica não geraria sua invalidade caso fundada em elementos jurídicos; noutros termos, mais próximos de Luhmann, se a ineficácia ocorreu segundo operações qualificadas como pertinentes ao sistema. O que acarretaria, com certeza, o questionamento da estrutura escalonada de validade defendida por Kelsen na "Teoria Pura do Direito" e aceitar a aparente natureza circular do Direito Positivo na proposta teórica de Luhmann.

A contradição entre a ineficácia da norma jurídica e essa norma jurídica se resolveria caso houvesse a expedição de outra norma jurídica que servisse de supedâneo para aquela situação. Em termos de Luhmann, ao produzir um sistema, uma operação que atualize o próprio sistema conferindo validade à mudança entre a expectativa normativa preexistente e a expectativa normativa construída a partir da cognição da frustração daquela.

Para que a ineficácia não inviabilize esse processo de preservação da unidade do sistema jurídico, é preciso que comunicações jurídicas tenham sido produzidas. A ineficácia, aparentemente, somente compromete o Direito Positivo como sistema autopoietico, quando as comunicações dessa ordem passam a se reproduzir segundo critérios operativos externos ao sistema (especialmente ao arpejo do código jurídico), perdendo essas operações o símbolo da validade, ou seja, divorciando-se do sistema do Direito Positivo.

Outro ponto que nos parece relevante também, é que a ineficácia emperra a autopoiese do Direito Positivo caso, percebida por hetero-referência, inviabilize teauto-referência. Ao nosso ver, a validade representa a pertinência da norma jurídica (norma na acepção kelseniana) em relação ao Direito Positivo. Depende da inserção hábil da mesma dentro da dinâmica jurídica, que somente pode ocorrer se tal inovação no sistema não compromete a identidade do próprio sistema. A produção da norma jurídica deve ter sido realizada com referência a outras normas jurídicas e com o emprego do código jurídico. A norma jurídica não será válida se expedida em virtude da oposição dos valores dos códigos dos sistemas da Política, da Moral ou da Economia, mas tão-somente caso o lícito/ilícito tenha sido levado em consideração ao exarada segundo a programação estipulada pelo Direito Positivo.

Portanto, norma jurídica válida é aquela que pertence ao Direito Positivo por ser produto do Direito Positivo, ou seja, por ter sido o fruto da dinâmica desse subsistema social. Os conteúdos das normas jurídicas são contingentes, sujeitos aos reflexos que a hetero-referência gera na auto-referência do sistema (e vice-versa). Não importa a expectativa normativa que se apresente como a atual, mas

sim o modo como ela assegurou sua integração no sistema do Direito Positivo. A norma jurídica válida, enfim, consiste naquela que manifesta a preservação da identidade do Direito Positivo.

REFERÊNCIAS

CAMPILONGO, Celso Fernandes. O governo representativo “versus” o governo dos juízes: a “autopoiese dos sistemas político e jurídico. In: **O direito na sociedade complexa**. São Paulo: Max Limonad, 2000. p. 79-88.

KELSEN, Hans. **Teoria pura do direito**. 3. ed. Tradução de João Baptista Machado. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

LUHMANN, Niklas. **O direito da sociedade**. Tradução de Javier Torres Nafarrate. São Paulo: [s.n.], [19—?]. (Mimeografado).

NEVES, Marcelo. **A constitucionalização simbólica**. São Paulo: Acadêmica, 1994.

Abstract

This paper has the objective of studying the concept of validity, through the comparative analysis between the Legal theories of Hans Kelsen and Niklas Luhmann. Under such perspectives, the validity has as a relevant link there is between a legal norm and the Positive Law, which was created originally by its mechanisms.

Key words: *Positive Law; legal theories, legal norm.*

A AUTONOMIA DA CIÊNCIA DE GALILEU AO GENOMA

João Batista Machado Barbosa¹

Resumo

A partir das idéias desenvolvidas por Nicolau Copérnico e Galileu (heliocêntrico), o autor mostra como foi traumática a conquista da autonomia da ciência. No entanto, conclui que, apesar de autônoma nas suas investigações, a ciência deve submeter aos imperativos da ética e do Direito os seus resultados.

Palavras-chave: *Galileu Galilei; História da Ciência; descobertas da ciência; autonomia da ciência.*

1 INTRODUÇÃO

Embora o astrônomo e físico italiano Galileu Galilei tenha passado para a história por ter inventado o telescópio e por ter sido perseguido cruelmente pela Igreja Católica por suas idéias, razão pela qual foi condenado à prisão domiciliar até a sua morte, em 1642, tais fatos não são rigorosamente verdadeiros e não fazem justiça à importância que seus estudos tiveram para a ciência.

Primeiro, porque quem inventou o telescópio, na verdade, de acordo com a maioria dos historiadores, foi o holandês Hans Lippershey². Galileu apenas o aperfeiçoou, utilizando o novo instrumento para observar os corpos celestes e assim provar que a Terra se movia e que girava em torno do sol.

Em segundo lugar, porque quem inicialmente formulou a teoria de que a Terra não era o centro do universo foi o polonês Nicolau Copérnico, divulgada a partir da publicação do livro *Sobre a Revolução dos Mundos Celestes*, em 1543.

Por último, porque o conflito entre Galileu e a Igreja Católica sobre suas descobertas, na realidade, não se deveu simplesmente à polêmica sobre se a Terra

¹ Promotor de Justiça do Meio Ambiente de Natal/RN. Professor da FARN

² Enciclopédia Delta Universal, v. 14, p. 7583.

se movia e se era ou não o centro do universo, mas sobre a autonomia da ciência e de sua capacidade de encontrar a natureza essencial de todas as coisas – a realidade por trás das aparências – antes reservado apenas à revelação divina.

Não obstante Galileu tenha morrido há mais de trezentos e cinquenta anos, a cada descoberta da ciência – como a recente decodificação do genoma humano – voltamo-nos para este velho conflito: qual seria verdadeiramente a autonomia da ciência?

2 AS DESCOBERTAS DE GALILEU

Aos 28 anos, Galileu tornou-se professor da Universidade de Pádua e lá passou a construir telescópios, muito mais potentes dos que havia até então.

A partir do uso deste novo instrumento, Galileu pôde observar, por exemplo, que a lua, na verdade, era cheia de crateras, que a via Láctea não era apenas uma faixa nebulosa de luz, mas um conjunto de milhões de estrelas, que o sol tem manchas em sua face e que o planeta Júpiter tem quatro luas.

De todas estas novas descobertas, o que mais impressionou Galileu foi o fato de que a órbita das luas de Júpiter, em torno do sol, era de forma semelhante à da nossa lua.

Fascinado com isso, Galileu passou a observar também o movimento de outros corpos celestes e constatou que Vênus, um dos planetas interiores à órbita solar, tinha fases iguais às da lua, comprovando a teoria de Copérnico sobre o heliocentrismo.

Diante dessas descobertas, Galileu publicou, em 1610, um pequeno livro denominado *Siderius Nuncius* (algo como “mensageiro estelar”), fato muito festejado no meio científico e mesmo junto à comunidade religiosa.

De fato, alguns membros da Igreja eram da mesma sociedade científica a que Galileu pertencia³ e se orgulharam muito dele por sua contribuição à ciência.

Relata a história, inclusive, que, em 1611, Galileu foi homenageado no Colégio Jesuíta Romano e, em 1614, quando criticado por um monge dominicano, este foi obrigado a retratar-se publicamente, em nome de toda a ordem⁴.

³ Academia dos Linceus

⁴ GALILEU: fatos estranhos e uma história famosa, de autoria desconhecida. Disponível em <<http://tupi.fractal.com.br/mais/exploraon>>

Ocorre, porém, que as descobertas de Galileu desafiavam todo o conhecimento que era livremente ensinado nas Universidades da época, baseado principalmente nas idéias aristotélicas e na escritura sagrada. Era a visão ptolomaica de que a Terra era o centro do universo, conhecida como geocentrismo e que se adaptava muito bem à teologia cristã e aos ensinamentos de Aristóteles. Inclusive, lembram Paulo Roberto Morais e Adriano Botelho, que na visão deste mundo, o céu e a Terra eram regidos por leis completamente diferentes: enquanto os corpos celestes eram perfeitos, incorruptíveis e imutáveis, os seres terrenos possuíam movimento, eram imperfeitos e podiam ser corrompidos.⁵

Neste cenário, era fácil compreender porque os currículos acadêmicos traziam a clássica divisão entre a astronomia e a mecânica, ramos da ciência tradicionalmente ligados à filosofia.

Era isso que as idéias de Copérnico e de Galileu desafiavam.

Não apenas se a Terra se movia ou não, se era ou não o centro do universo, pois suas idéias, muito mais do que isso, representavam um perigo para o saber institucionalizado dos doutores e sábios encastelados nas universidades da época e passaram a ser duramente combatidas.

Havia, contudo, um empecilho.

Apesar de, naquela ocasião, entender a comunidade científica que as evidências apresentadas por Galileu ainda não eram suficientes para demonstrar a veracidade de sua teoria – já que elas também explicavam a teoria mais popular da época, a do dinamarquês Tycho Brahe, que propunha estarem os planetas orbitando em torno do sol e todo este conjunto girando ao redor da terra – não havia também como contestá-las.

A saída então foi envolver a Igreja Católica na disputa.

3 O CONFLITO COM A IGREJA CATÓLICA

No início do século XVII, a Igreja Católica vivia a fase conhecida como contra-reforma, ainda sob os auspícios do Concílio de Trento (1543-1563), realizado anos antes, no qual se pregava a ortodoxia das escrituras sagradas contra os “hereges reformistas”, como lembram Paulo Roberto Morais e Adriano Botelho.⁶

⁵ GALILEU, *institucionalização e autonomia da nova ciência*. p. 2. Disponível em <<http://www.pucsp.br/geoweb>>.

⁶ *Ibid.*, p. 3

Neste contexto, adotar uma nova concepção da ciência que não fosse proveniente de uma revelação divina era extremamente perigoso. E era justamente isso que representava a teoria de Galileu.

Enquanto as teorias reveladas no sistema copernicano eram vistas até então apenas como instrumentos, hipóteses matemáticas, Galileu propugnava que sua teoria era uma descrição verdadeira do mundo.

Para se ter uma idéia das idéias de Copérnico, Popper lembra como Andreas Osiander, no prefácio do livro *Sobre a Revolução dos Mundos Celestes* acima citado, sobre as teorias científicas abordou o assunto. Segundo ele, “não existe necessidade alguma de serem verdadeiras, ou mesmo que se assemelhem à verdade”, em razão de que, “apenas uma coisa é suficiente para elas – que elas permitam cálculos que concordam com as observações”.⁷

As idéias revolucionárias de Galileu nesta polêmica eram, portanto, o ponto mais importante da questão, pois, segundo o pensamento corrente àquela época, não se concebia a superioridade do intelecto humano sem a ajuda da revelação divina, para descobrir os segredos de nosso mundo – a realidade atrás das aparências.

A Igreja Católica, em razão de toda esta controvérsia, designou o Cardeal Roberto Bellarmino, chefe de uma espécie de “departamento de questões controversas”, para estudar o caso.

Após concluída sua análise, o Cardeal verificou não haver ofensa nenhuma às escrituras sagradas, porém, advertiu Galileu para ele não ensinar publicamente que a terra se move ao redor do sol, ao menos que pudesse provar isso.

Como ele não tinha ainda nenhuma prova concreta sobre suas teorias, este decreto, na verdade, teve o condão de amordaçar Galileu, que se sujeitou, em 1616, pela primeira vez, à decisão da Igreja.

Em 1623, porém, um grande amigo e admirador de Galileu, membro de uma mesma sociedade científica, o Cardeal Maffeo Barberini, tornou-se o Papa Urbano VIII e trouxe um novo alento ao cientista a respeito de suas teorias.

Galileu logo tratou de ter uma audiência com o novo Papa e pediu sua bênção para escrever um novo livro sobre os movimentos do sistema solar. O

⁷ POPPER, 1975. p. 386.

Papa concordou com ele, porém, impôs uma condição: a de que ele deveria relatar tanto a visão do sistema heliocêntrico como o geocêntrico, de forma imparcial.

E assim Galileu o fez, publicando seu livro *Diálogo dos grandes sistemas*, em 1632.

O livro relata um diálogo entre três pessoas: um observador interessado, um defensor do heliocentrismo e um defensor do geocentrismo – uma forma muito comum de escrever àquela época – e imediatamente passou a ser um grande sucesso de venda por toda a Europa.

Galileu, entretanto, como já havia feito outras vezes, estava mais interessado em humilhar seus opositores do que expor de forma imparcial suas teses.

Ao escrever o *Diálogo*, retratou o defensor do heliocentrismo como uma pessoa espirituosa, inteligente e perspicaz, ao passo que o defensor do geocentrismo, denominado de Simplicius, um homem ignorante e mal informado, freqüentemente pego em seus próprios erros.

Este diálogo, em razão disto, jamais poderia se travar de modo imparcial e logo as palavras de Simplicius foram identificadas com as do Papa pela população.

Galileu então foi processado e condenado e, em troca de uma retratação pública, foi permitido que cumprisse uma sentença de prisão domiciliar, até morrer, cego, em 1642.

4 GALILEU E AS TRÊS CONCEPÇÕES SOBRE O CONHECIMENTO HUMANO

A morte de Galileu, contudo, não sepultou a grande controvérsia instituída com a Igreja a respeito da autonomia da ciência.

Além de saber do grande instrumento que sua teoria representava para a ciência, Galileu também estava empenhado em demonstrar que poderia se utilizar dela para fazer uma descrição verdadeira do mundo – a realidade atrás da aparência. Isto porque as teorias verdadeiramente científicas para Galileu eram as que descreviam a essência das coisas ou a sua natureza essencial, a realidade que não podíamos ver.

Naturalmente, tal fato contrariava a filosofia pregada pela Igreja Católica, mediante o qual as teorias científicas só poderiam ser instrumentos, hipóteses

matemáticas, devendo ser usadas apenas para cálculos ou para previsões, nunca para descreverem alguma coisa real. A verdade, portanto, só poderia ser revelada através da palavra divina, incompreensível para o homem.

Revela Popper,⁸ entretanto, que a concepção da ciência rediscutida a partir do episódio da igreja contra Galileu apenas mostra a velha tradição racionalista do homem, herdada dos gregos, de entender o mundo em que vivemos.

Galileu somente renovou este espírito, enaltecendo a ciência pela sua influência liberalizadora, pela sua capacidade de nos libertar de velhos mitos, preconceitos e paradigmas, para oferecer, em seu lugar, novas conjecturas e hipóteses audaciosas.

Dentro deste aspecto, as idéias de Copérnico e de Galileu eram extremamente fantásticas, pois o heliocentrismo, ou seja, a teoria de que a terra é que se move ao redor do sol, era uma total negação à evidência de nossos sentidos, acostumados a ver o movimento do astro celeste, nascendo e se pondo a cada dia.

A despeito deste fato, entendemos atualmente que todas estas teorias inovadoras são apenas instrumentos de que nos valem para compreender melhor a realidade que nos cerca.

As teorias científicas, portanto, são simplesmente testemunhas da conquista intelectual de nosso mundo por nossas mentes e revelam apenas uma dada conjuntura.

Como exemplo, podemos lembrar que há poucos anos tínhamos o átomo como a menor partícula da matéria. Hoje, porém, já foram identificadas outras subpartículas, permitindo aos cientistas imaginarem a existência de um microcosmo de proporções infinitas e que elas serão gradativamente conhecidas a partir de novos instrumentos dispostos pelo homem para compreendê-las.

O mesmo podemos dizer em relação ao macrocosmo.

A conhecida teoria do big bang, ou seja, de que o universo teria se formado há 15 bilhões de anos em uma grande explosão e que ainda estaria se expandindo, formulada pelo astrônomo americano Edwin Hubble, no início do século, já vem sendo contestada. Graças ao telescópio espacial Hubble, batizado

⁸ POPPER, p. 390

justamente em homenagem ao autor daquela teoria, já é possível calcular a idade do universo com razoável previsão, sendo que a teoria mais aceita hoje, segundo informa Cristina Ramalho, é a de que o Universo teria aproximadamente 13 bilhões de anos⁹.

A constatação mais surpreendente dos cientistas, contudo, é que se o Universo teve um começo é porque ele deve ter também um fim e que ele não continua se expandindo, como antes se pensava.

É a teoria denominada de big crunch, construída a partir da descoberta de que algumas galáxias estariam se desacelerando.

Estes poucos exemplos refletem nitidamente que a ciência não deve procurar desvendar a natureza e a essência das coisas, por não existir verdade última e conhecimento que não possa ser contestado.

Toda teoria científica pode ser contestada, basta surgir novas evidências ou novas técnicas que permitam ao homem descobrir outras respostas para este ou aquele fenômeno.

“De absoluto só a relatividade”, dizia Einstein. Mesmo a relatividade, entretanto, parece-nos “relativa” e neste final de século ela vem sendo rediscutida, diante de novas descobertas.

O essencialismo de Galileu, portanto, embora de inegável contribuição para a ciência, haja vista ter inserido o conceito de que o cientista deve aspirar a encontrar uma teoria ou descrição verdadeira do mundo e que seja também explicação de fatos observáveis, não pode ser aceito em toda a sua latitude.

Por sua vez, também o instrumentalismo, estigmatizado no conflito galileano com a Igreja, não representa fielmente o papel da ciência, em razão de as teorias não serem simples instrumentos ou hipóteses matemáticas para a predição ou explicação de determinados fenômenos.

Com efeito, uma teoria pode, por exemplo, prever a existência futura de um terremoto ou de um eclipse, eventos de causas e efeitos conhecidos, mas não pode prever novos tipos de eventos, daí porque ela não é um simples instrumento para explicar ou expor a existência de um fato ou de um fenômeno.

⁹ RAMALHO, 1998

A criação de novas situações para novos tipos de testes é uma função da ciência que o instrumentalismo dificilmente pode explicar sem abandonar seus dogmas fundamentais, daí porque, concordando com Galileu, a função instrumental da ciência não esgota toda a sua capacidade de contribuir para o desenvolvimento e progresso da vida buscados pelo homem.

Em razão disto, talvez tenha razão Popper, ao criar uma terceira concepção,¹⁰ que a chamamos de realismo, expressa nos termos de que a ciência é um instrumento verdadeiramente capaz de descobrir coisas reais, mas que ela não deve esperar encontrar a essência ou natureza das coisas – a realidade por trás das aparências – nem que este conhecimento seja último e incontestável.

A autonomia da ciência, portanto, não pode ser limitada a princípios e dogmas em razão de algumas ideologias, crenças ou teorias entenderem como inatingíveis e intransponíveis.

Há sempre espaço para novas descobertas.

5 A AUTONOMIA DA CIÊNCIA E AS NOVAS DESCOBERTAS

Inobstante a importância da discussão sobre a autonomia da ciência acima articulada, as novas descobertas no campo da biogenética, principalmente a clonagem de seres vivos e o mapeamento do genoma humano, desperta o homem para uma nova reflexão neste fim de século e, ao que tudo indica, o velho conflito entre Galileu e a igreja vai terminar restrito mesmo à história e à epistemologia.

Realmente, vencida a luta em favor da liberdade de investigação científica, constatamos, centenas de anos depois de Galileu, que o conceito de autonomia da ciência precisa ser reavaliado – não em razão de sua abrangência ou de seus métodos, mas do domínio de seus resultados.

Sabemos que o conhecimento humano aumenta em proporções assustadoras a cada ano e que isto tem proporcionado melhores condições de vida para o homem e sua vida em sociedade. A partir do desenvolvimento da tecnologia nos campos das telecomunicações, informática e transportes, por exemplo, mais facilidades encontramos para realizar nossos sonhos de uma vida confortável e feliz.

Com a decodificação do genoma humano e a descoberta dos segredos da vida, contudo, esta discussão precisa ser mais aprofundada.

¹⁰ Ibid., p. 403

Se já somos capazes de decifrar o código com que Deus criou a vida, em breve seremos capazes também de clonar seres humanos, a partir da seleção de matrizes predeterminadas, de identificar antecipadamente a propensão de alguém em contrair uma doença ou de vir apresentar alguma deformidade no futuro, bem como de erradicar males antes incuráveis, como o câncer, hepatite, doença de chagas e a aids.

E a quem pertence todo este tesouro? Às empresas privadas e aos países que estão desenvolvendo esta tecnologia? Ou, pela sua importância, tais descobertas pertenceriam ao patrimônio da humanidade?

Quem teria acesso a essas informações?

Quais os limites éticos para a aplicação desta tecnologia?

Quais as repercussões jurídicas sobre novos conceitos de família, patrimônio, contratos, herança, dentre outros, surgidos a partir destas novas descobertas?

Tais questões não podem ser facilmente respondidas, pois envolvem a participação não só de um país ou de uma empresa, mas de todas as nações preocupadas com o futuro e com nossa sobrevivência.

Basta constatarmos que com o avanço da medicina, por exemplo, não só as doenças genéticas poderão ser curadas, através do que hoje chamamos de “terapia genética”, mas quase todas as infecções provocadas por vírus, bactérias e parasitas, a partir da identificação de seus genes – o que poderá provocar um aumento na expectativa de vida e uma explosão populacional incontrolada.

Para se ter uma idéia, a média da expectativa de vida, antes da revolução industrial, no século XVIII, era de 35 anos. Hoje, em alguns países, esta mesma expectativa orbita em torno de 75 anos.

Além disso, a manipulação genética de embriões poderá criar uma busca pela “pureza de raça” e, no futuro, poderão surgir verdadeiras “fábricas de bebês” – o que certamente provocará uma mudança radical na concepção do homo sapiens. Prevêem os mais pessimistas até que, no futuro, em razão do domínio da tecnologia genética, somente haverá duas classes sociais: os ricos, eternos e saudavelmente imortais, e os pobres, doentes e frágeis mortais.

O acesso às informações genéticas irá também criar problemas incalculáveis entre os portadores de genes defeituosos e empresas empregadoras, seguradoras e planos de saúde. A partir do momento em que elas tiverem acesso ao código genético de uma pessoa, poderão também estabelecer, por exemplo, uma política de preços e de contratação de mão-de-obra em relação a eventuais doenças ou males que ela possa contrair.

Estas observações são apenas algumas das implicações trazidas pelas novas descobertas na biogenética e obrigam-nos a fazer uma profunda reflexão sobre a autonomia da ciência em descobrir e se apropriar deste conhecimento.

Dizer apenas que determinados conhecimentos são restritos a Deus e que a ciência não pode descobrir e manipular determinadas técnicas é uma grande bobagem, pois, no passado, muitas descobertas foram também consideradas desta maneira e, apesar de muita gente ter sido condenada e até morta na fogueira por isso, o homem provou que a ciência pode lhe dar respostas satisfatórias sobre os mistérios da vida e que estes conhecimentos não são exclusivamente de propriedade divina.

De nada adianta se lamentar também contra o desenvolvimento da ciência, dizendo que ela está exclusivamente a serviço do capital, como, por exemplo, aos grandes laboratórios farmacêuticos, pois certamente os investimentos feitos por eles devem ser, de alguma forma, compensados. A título de ilustração, entendemos aceitável a idéia de se reconhecer a patente em favor de órgãos privados ou públicos que desenvolveram determinada tecnologia considerada de relevante interesse por um pequeno período de tempo, passando depois ao patrimônio da humanidade.

Por outro lado, é importante lembrar que a sociedade e o Estado jamais conseguirão impedir totalmente a pesquisa científica sobre este ou aquele tema, pois acreditamos, como Galileu, que o conhecimento humano não pode ser dominado por forças autoritárias, mas controlado e dirigido em torno de um resultado que traga benefícios para todos e não apenas para uma empresa ou um país.

O mais importante é que a sociedade precisa se envolver neste processo, pois nosso futuro está em jogo e não podemos ficar impassíveis, assistindo a um dos capítulos mais importantes de nossa história da poltrona de nossa sala, como se nosso destino se esgotasse no roteiro da novela das oito.

Fazer calar Galileu, por meio de uma medida autoritária e unilateral, em razão de sua luta pela autonomia da ciência, não foi muito difícil e, como consta-

tamos anos depois, de nada valeu. Com certeza a humanidade não cometerá o mesmo erro.

Mas, o risco de autonomia absoluta, conforme aponta Paulo Roberto Moraes e Adriano Botelho,¹¹ pode-nos levar a um autoritarismo da razão, principalmente em razão da existência de uma crescente especialização por parte de algumas empresas privadas ou patrocinadas pelos governos de determinados países, criando verdadeiras ilhas de conhecimento.

Portanto, é preciso compreender que a ciência deve exclusivamente servir ao homem e, por isso, ele deve ser consultado sobre os benefícios e malefícios que ela vai lhe proporcionar.

Aldous Huxley, em *Admirável mundo novo*, escrito em 1946, sustentava que a Utopia estava mais perto do que se poderia imaginar, bastava a descentralização do conhecimento e o emprego da ciência aplicada, não como o fim a que os seres humanos deverão servir de meios, mas como meio para produzir uma raça de indivíduos livres.

Não concordamos com o autor sobre a existência de um mundo utópico, pois este, em razão da própria natureza imperfeita do homem jamais poderá ser alcançado, nem no fato de que a liberdade possa ser “produzida” por ele, pois, na verdade, ela sempre existiu e sempre existirá, independente de qualquer tentativa de restringi-la ou eliminá-la. A história é testemunha disso.

Nada obstante, o desenvolvimento e o emprego da tecnologia em proveito do homem, não apenas visto como um simples instrumento, mas como seu destinatário final, parece-nos ser a exata medida dos caminhos que deverão ser tomados pela ciência.

Tal posicionamento direciona obrigatoriamente a discussão para a sociedade e para o direito, que, de forma democrática, deve discutir os destinos da nova ciência, a partir de tudo o que aprenderam com Galileu e dos novos desafios lançados pelo projeto Genoma.

¹¹ BOTELHO; MORAES, p. 4

REFERÊNCIAS

GALILEU: fatos estranhos e uma história famosa. Disponível em: <<http://tupi.fractal.com.br/mais/explorezon>>.

BOTELHO, Adriano; MORAES, Paulo Roberto. **Galileu, institucionalização e autonomia da nova ciência**. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/geoweb>>.

KELSEN, Hans. **Teoria pura do direito**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

POPPER, Karl R. **Três concepções acerca do conhecimento humano**. Tradução de Pablo Ruben Mari Conda. São Paulo: Abril, 1975. (Os Pensadores)

RAMALHO, Cristina. Admirável novíssimo mundo. **Revista Veja**, São Paulo, n. 27 jul. 1998.

Abstract

Starting from the ideas developed by Copernicus, Nicolaus and Galileo, the author shows how traumatic it was to conquer Science autonomy.

However, we get to the conclusion that, although autonomus in its investigations, Science should submit to ethic imperatives and from the Law its results.

Key words: *Galileo; science History; Science Discoveries; Science Autonomy*

COMUNIDADE E SOCIEDADE: norteadoras das relações sociais

Maria Aparecida da S. Fernandes Trindade¹

Resumo

Uma característica das relações sociais que se configuram no nosso tempo é o individualismo, a relação contratual que nos leva a nos fechar em nosso próprio mundo, sobrepondo-se às relações comunitárias. Este artigo traz algumas considerações acerca de dois conceitos que na tradição sociológica são relevantes como base de explicação das dicotomias existentes nas relações sociais: a comunidade e a sociedade.

Palavras-chave: *Relações sociais; relações comunitárias.*

Nunca vi fazer tanta exigência, nem fazer o que você
me faz

Você não sabe o que é consciência, não vê que eu sou
um pobre rapaz / Você só pensa em luxo e riqueza,
Tudo o que você vê, você quer (...)

(Mário Lago/Ataulfo Alves)

Você só pensa em grana, meu amor
Você só quer saber quanto custou a minha roupa
Você só quer saber quando que eu vou
Trocar meu carro novo por um novo carro novo
Você rasga os poemas que eu lhe dou
Mas nunca vi você rasgar dinheiro
Você vai me jurar eterno amor
Se eu comprar um dia o mundo inteiro (...)

(Zeca Baleiro)

¹ Licenciada em Letras, mestra em Ciências Sociais (UFRN), professora de Língua Portuguesa do C. E. Henrique Castriçano e da FARN

Entre a famosa “Amélia”, de Mário Lago e Ataulfo Alves, e “Você só pensa em grana”, de Zeca Baleiro, temos um espaço de 60 (sessenta) anos, aproximadamente. Um olhar mais aguçado sobre o teor dessas músicas, leva-nos a perceber o conflito que o eu lírico trava, em cada uma delas, com a sua amada. Em ambas as músicas, a mulher (ou homem, na música de Zeca Baleiro) é materialista, de atitudes egoístas, despojada(o) de humanidade. A Amélia – as feministas que me perdoem – lembrada com saudade na música de Mário Lago, é menos a mulher submissa do que a figura do ser humano afetivo, solidário, companheiro. Amélia, assim como o poeta de “Você só pensa em grana” são seres opostos àqueles representados nas músicas. Seus valores são conflitantes, justamente, porque enquanto aqueles se baseiam nas relações pessoais, estes mantêm vínculos baseados no interesse.

Esta dicotomia pode ser explicada por dois pólos conceituais na tradição sociológica, sobre os quais tratei na minha dissertação de mestrado² e aqui irei me ater: a comunidade e a sociedade.

Retomando a breve leitura das músicas, podemos relacionar, como motivo para a existência do conflito antes citado, justamente o fato de as personagens não constituírem valores, visão de mundo comuns, sendo-lhes difícil o estabelecimento de uma relação identitária, pois a construção de uma identidade só é possível mediante uma relação de reciprocidade entre aqueles que se reconhecem como iguais. E isto se realiza na comunidade.

Max Weber (In: FERNANDES, 1973, p. 140) define as relações sociais na comunidade

quando a atitude na ação social inspira-se no sentimento subjetivo (afetivo ou tradicional) dos partícipes da constituição de um todo”; e na sociedade, “quando a atitude na ação social inspira-se numa compensação de interesses por motivos racionais (de fins e de valores) ou numa união de interesses com idêntica motivação e que “a imensa maioria das relações sociais participam em parte da comunidade e em parte da sociedade.” (FERNANDES, 1973, p. 141).³

² *O Morro ama! Amor instinto, do auto-infinito nas formas da História* -- Comunidade e Sociedade no bairro de Mãe Luíza. Natal: UFRN, 2000.

³ WEBER, Max. *Comunidade e Sociedade como estruturas de socialização*.

Esta afirmação de Weber endossa a característica inerente a toda relação social que é a tensão entre valores e idéias opostos que se cruzam e dão a base para a constituição do *ethos e da visão de mundo*⁴ de determinado grupo social.

No pensamento sociológico, são as relações comunitárias que norteiam as reflexões acerca dos fatos sociais. Para Durkheim, “é com a ‘*communitas*’ e não com a ‘*societas*’⁵ que residem as verdadeiras raízes da sociedade”; para Auguste Comte, “a sociedade existe independentemente do indivíduo e anteriormente a ele”. E ambos - Durkheim e Comte - concebem a sociedade “como uma comunidade ampla” (NISBET, 1984, p. 82).

Vale retomar que a Sociologia nasce, no século XIX, pondo em xeque a noção de indivíduo que ora se sedimentava com o advento da modernidade, mas que já ganhara força com o século da Razão (XVII e XVIII) e os ideais da Revolução Francesa. Nisbet (1984, p. 21), referindo-se ao século da razão, ressalta que “o conjunto do período é dominado pela crença universal no indivíduo como ser natural, dotado de razão, provido de características inatas e absolutamente permanentes”.

A noção de comunidade como o lugar pautado por um “engajamento de natureza moral e por uma adesão comum a um grupo social” (Idem, 1984, p. 70) é retomada pela Sociologia justamente para dar sentido ao que ela compreende como sociedade: uma coletividade movida por relações pessoais, cuja unicidade é pautada pela pluralidade, pela convivência entre os diferentes. Ou seja, os laços comunitários são reforçados como sendo norteadores das relações na sociedade.

Dessa forma, o indivíduo não é pensado isoladamente, deslocado das condições históricas, culturais e sociais que lhe conferem existência pela presença do outro; é pensado através das relações sociais que o fazem ligar-se ao outro, tornando-se não indivíduo, mas pessoa. Isto quer dizer que a singularidade, a individualidade de cada um é tida como um componente essencial para a construção do universo social, não para fazer predominar os interesses de uma minoria sobre a coletividade.

Por exemplo, Buber (1987), ao falar sobre comunidade, considera o fato de que os termos *indivíduo e sociedade* são configurações abstratas, pois não têm sentido senão no estabelecimento de uma relação recíproca. Isto significa que a

⁴ Relembra-nos Geertz (1989, p. 143) que, “na discussão antropológica recente, os aspectos morais (e estéticos) de uma dada cultura, os elementos valorativos, foram resumidos sob o termo *ethos*, enquanto os aspectos cognitivos, existenciais foram designados pelo termo *visão de mundo*.”

⁵ Victor Turner (1974) concebe a *communitas* como uma “relação entre indivíduos concretos, históricos, idiossincráticos, os quais não estão segmentados em função e posições sociais, porém defrontam-se uns com os outros à maneira do ‘Eu e Tu’, de Buber. A ‘*societas*’ parece ser mais um processo dialético com sucessivas fases de estrutura e de ‘*communitas*’”.

sociedade só se realiza mediante “relações autênticas entre os homens”, e o indivíduo, “na medida em que se torna pessoa”.

Visto que a sociedade é um “agregado mecânico e artificial” (TÖNNIES, apud MIRANDA, 1995, p. 232) e, conseqüentemente, as relações que nela se estabelecem são fragmentárias, pois a esfera do indivíduo é que se sobressai, o tornar-se pessoa, no sentido aqui empregado, requer um grau de responsabilidade que diz respeito a si mesmo e ao outro - compreendido como um par.

Durkheim (1985), ao tecer seus estudos sobre os fatos sociais e introduzir o conceito de coerção, dá ênfase à condição social do homem, o que reforça a idéia de que é abstrata a noção de indivíduo, de que este ser único não existe, já que suas ações estão sempre sujeitas ao crivo da coletividade.

Segundo Buber (1987, p. 123), mesmo solitário, o homem “é pessoa devido ao fato de estar ligado” - o eu/tu - “e poder ligar-se novamente, mesmo na mais profunda solidão”. É esta possibilidade e necessidade de ligar-se ao outro que torna concreta a realidade humana expressa na comunidade, “onde existe uma vitalidade da coexistência espacial, funcional, emocional e espiritual”.

É mister assinalar que o caráter da comunidade pauta-se pela sua unidade, que é assegurada, porém, pela pluralidade. Isto é, na comunidade, a diversidade e os conflitos que lhe são conseqüentes não são base de separação entre os seus partícipes; ao contrário, são atributos para o crescimento.

Para Tönnies (apud. MIRANDA, 1995, p. 239), a comunidade é diferente da sociedade. O que essencialmente caracteriza a comunidade é a “vida real e orgânica” que liga os seres humanos fazendo-os se afirmarem reciprocamente. As relações que se estabelecem são pautadas pelos graus de parentesco, vizinhança e amizade. “*Tudo aquilo que é partilhado, íntimo, vivido exclusivamente em conjunto, será entendido como a vida em comunidade.*” (TÖNNIES, apud MIRANDA, p. 231).

Já a sociedade “é entendida como mera coexistência de indivíduos independentes entre si” e, por isso, é uma “estrutura mecânica e imaginária”, visto que as ações se baseiam não na unidade, mas na *associação*. (apud., p. 231-2).

Na sociedade, cada um está por si e isolado e em um estado de tensão perante todos os outros. As esferas particulares de atividade e poder são nitidamente limitadas pela relação com os demais, de tal modo

que cada um se defende dos contatos com os demais e limita ou proíbe a inclusão destes em suas esferas privadas, sendo tais intrusões consideradas atos hostis. (TÖNNIES, apud MIRANDA, p. 252).

Para Ferdinand Tönnies, o que existe é o conflito entre valores comunitários e valores societários, os quais, são movidos pelas *vontades*.

Mas, o que são as *vontades*? Sociologicamente falando, de onde surge esse pressuposto que assume na obra de Tönnies dimensões relevantes?

Miranda (1995, p. 153), no seu texto sobre o *Conceito de racionalidade em Ferdinand Tönnies*, atenta para o fato de que as *vontades* advêm das formações sociais e não o contrário - questão esta explicitada pelo próprio Tönnies - o que difere de Marx, para quem a sociedade é forjada a partir do desenvolvimento do capitalismo.⁶ Na linha de pensamento de Tönnies, é a sociedade quem produz o capitalismo, visto que o processo de individuação que se aprofunda decorre da busca do homem pelo conhecimento e pelo lucro. Como diz Cahnman (In: MIRANDA, 1995, p. 96), “o individualismo condiciona a luta pelo lucro e a exploração, não o oposto”.⁷

Esta afirmativa casa com a formulação de Tönnies no que concerne à explicação que faz da sociedade. Para Tönnies, foi a passagem do modo de vida da aldeia para a vida citadina que proporcionou a ruptura dos laços comunitários entre as pessoas, levando-as ao tipo de relacionamento societário, cujas características são o contrato, a diferença, o isolamento do indivíduo. “Uma sociedade de vida seria uma contradição em seus próprios termos. Concebe-se a companhia. Mas ninguém pode colocar-se em comunidade com outro”. (TÖNNIES, apud MIRANDA, p. 232).

Assim, tem-se a aldeia como o referencial histórico da comunidade-tipo, que se caracteriza pela “expressão da igualdade e o vigor dos fenômenos e valores identitários”. O referencial histórico da sociedade-tipo é “a troca e o desenvolvimento histórico capitalista” (MIRANDA, p. 65).

São as *vontades*, no quadro explicativo de Tönnies, as quais ele chama de *Wesenwille e Kürwille*, que impulsionam as mudanças. Assim, no modo de

⁶ Marx e Engels, em *A ideologia Alemã* (1989, p. 13) assim afirmam: “O que eles [os indivíduos] são coincide, pois, com sua produção, isto é, tanto com o que eles produzem quanto com a maneira como produzem”.

⁷ Aqui, vale retomar uma outra vertente de explicação da produção do capitalismo: *A ética protestante e o espírito do capitalismo* de Weber (1996) aponta o desenvolvimento desse sistema como resultante de um *ethos* voltado para a racionalidade econômica. Portanto, enfatiza-se a ação do indivíduo motivado por interesses econômicos como fundante do capitalismo.

vida da aldeia, há uma organização social em que predominam as relações de parentesco, vizinhança e amizade, estando estes gêneros ligados organicamente. Esta ligação “orgânica” é o que caracteriza a comunidade: “*a forma de vida comum, verdadeira e duradoura*” (TÖNNIES, apud MIRANDA, p. 232).

Com o desenvolvimento da cidade como o lugar da troca por excelência, tem-se o estabelecimento de uma coletividade societária, “*uma estrutura mecânica e imaginária*”, na qual o sujeito é o próprio indivíduo, não a coletividade. “*A sociedade é a vida pública - é o próprio mundo*”. (TÖNNIES, apud MIRANDA, p. 231).

Na comunidade, há uma ligação desde o nascimento, uma ligação entre os membros tanto no bem-estar quanto no infortúnio. Já na sociedade, entra-se como quem chega a uma terra estranha. O jovem é advertido contra a sociedade ‘perversa’, mas a expressão comunidade ‘perversa’ soa contraditória. (TÖNNIES, apud MIRANDA, p. 233-2).

Esta “passagem” da Comunidade para a Sociedade é motivada pela vontade, “*portadora do fundamento da existência humana*”, segundo a definiu Alfred Bellebaum (In: MIRANDA, 1995, p. 80).

Assinale-se que comunidade e sociedade são “fenômenos da vida social real”, como explicitou Bellebaum (BELLEBAUM, apud MIRANDA, p. 80), porém, os conceitos *Gemeinschaft e Gesellschaft* (Comunidade e Sociedade) são tipos puros, ou seja, teóricos, servindo de base explicativa às relações sociais que se pautam por vínculos mais estreitos entre as pessoas, as quais caracterizam a Comunidade, e por vínculos associativos, com ênfase na individualização, o que caracteriza a Sociedade.

No seu estudo *Tönnies e a teoria das mudanças sociais: uma reconstrução*, Werner J. Cahnman (Ibid., p. 89-90) deixa claro que os conceitos *Wesenwille e Kürwille* correspondentes, respectivamente, das formas sociais *Comunidade e Sociedade*, são construções mentais, portanto, situam-se na esfera do conceito, da Sociologia pura. Porém, são o ponto de partida para que se alcance o conhecimento da realidade, o que só é possível através da Sociologia aplicada.⁸

⁸ Diz Cahnman: “A Sociologia pura é o ponto de partida; a Sociologia aplicada é a meta; (...) Na teoria pura, os conceitos estão fixos; na aplicada há uma progressão temporal.”

Essa relação *Wesenwille-Kürwille*, dá-se em oposição uma à outra, ao mesmo tempo em que são complementares. De acordo com o quadro teórico de Tönnies, a *Wesenwille* e a comunidade são anteriores à *Kürwille* e à sociedade, pois estas derivam daquelas no processo histórico da constituição das relações e valores sociais. A *Wesenwille* contém o pensamento; é entendida como real e natural. A *Kürwille* é o “*pensamento que abrange a vontade, compreendida como ideal ou artificial*” (TÖNNIES, apud MIRANDA, 1995, p. 273).

Se a vida urbana comum pode ser representada no conceito de vizinhança, e também o parentesco pode entender-se como a vida sob o mesmo teto (mesmo com não-parentes ou servidores domésticos), a amizade espiritual forma, ao contrário, uma espécie de laço invisível, um imperativo moral, uma reunião mística animada de algum modo por uma intuição e uma vontade criadora.

Assim, teoricamente, o que caracteriza a sociedade, do ponto de vista histórico, é a troca e o desenvolvimento histórico capitalista, cujos valores “reforçam as diferenças, acentuam a individualidade e isolam o ‘indivíduo’” (Ibid., p. 65). As relações sociais na sociedade afirmam-se com base na diferença, o que exclui a construção da identidade entre seus partícipes, já que estes se ligam através do contrato, estando despojados, portanto, dos laços que unem os homens em função da coletividade - relação social esta típica do contexto comunitário.

As personagens às quais Mario Lago/Ataulfo Alves e Zeca Baleiro se referem são frutos desse processo histórico, cujas características principais ainda mais se acentuaram e são uma marca do nosso tempo: as relações societárias, com seu individualismo e consumismo exacerbados, que impedem o estabelecimento de vínculos mais duradouros, baseados na vida comum, solidária.

Como bem ilustra Nisbet (1984, p. 107),

o livre mercado ou a sociedade aberta oferece os exemplos mais puros de ‘sociation’: representam os compromissos entre os interesses opostos mas complementares, repousam unicamente sobre o interesse pessoal, a confiança em si e o acordo contratual. Estas relações existem no domínio econômico, mas também nos domínios religioso, educativo e político.

REFERÊNCIAS

- BUBER, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 1987. (Coleção Debates).
- CANEVACCI, Massimo. **Dialética do indivíduo: o indivíduo na natureza, história e cultura**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. 12. ed. São Paulo: Nacional, 1985.
- ELIAS, Norbert. **A Sociedade dos indivíduos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- FERNANDES, Florestan (org.). **Comunidade e sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.
- FERRAROTI, Franco. **Sociologia**. Lisboa: Teorema, 1985.
- MARX, Karl. ENGELS, Friedrich. **A Ideologia alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 1989. (Novas Direções).
- MIRANDA, Orlando de (org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: EDUSP, 1995.
- NISBET, Robert. **La tradition sociologique**. Paris: Quadrige/Press Universitaires de France, 1984.
- TURNER, Victor W. **O processo virtual: estrutura e anti-estrutura**. Tradução de Nancy Campi de Castro. Petrópolis: Vozes, 1974. 245 p.
- SENNET, Richard. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. Tradução de Lygia Araújo Watanabe. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- SOCIABILIDADES. São Paulo: LASC/USP, 1996.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução de M. Irene de Q. F. Szmrecsányi e Tamás J. M. K. Szmrecsányi. 11. ed. São Paulo: Pioneira, 1996. (Biblioteca Pioneira de Ciências Sociais. Sociologia).

_____. Conceptos Sociológicos fundamentales. In: **Economía y sociedad**. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1992.

_____. **Economia e sociedade**. Brasília: UnB, 1991. v. 1.

Abstract

A feature of the social relations that occurs at the present time is the individualism: a contractual relation that shut ourselves off from the rest of the world, becoming more important than community relations. This paper brings some considerations about two concepts that in the sociologic tradition are relevant as base of explication of the dichotomies that there are in the social relations: the community and the society.

Key words: *Social relations; community relations.*

A CONCEPÇÃO DE JUSTIÇA DE JOHN RAWLS

Alex de Oliveira Stanescu¹

Resumo

A obra – Uma Teoria da Justiça –, publicada em 1971, de autoria do Norte-Americano John Rawls (professor emérito da cadeira de filosofia da universidade de Harvard), é atualmente um dos livros mais discutidos em todo o mundo no campo da filosofia política. Por esta razão, no presente artigo, serão expostas suas idéias centrais de modo a proporcionar ao leitor um primeiro contato com o seu pensamento.

Palavras-chave: Teoria da justiça; Filosofia Política; Neo-contratualismo.

1 INTRODUÇÃO

Considerando a justiça como a virtude primeira das instituições sociais, Rawls vai propor uma alternativa bastante criativa para substituir o artifício contratualista do pacto social pelo que denomina posição original. Nela, as pessoas escolheriam dois princípios de justiça aplicáveis à estrutura básica da sociedade. Tais princípios constituiriam o norte da definição do que seria, ou não, justo. Para tanto, o autor vai se utilizar do método intuicionista, melhor explicado adiante.

2 INTUICIONISMO DE RAWLS

John Rawls elabora sua teoria da justiça como equidade diferenciando-a do utilitarismo clássico, do perfeccionismo e do contratualismo (RAWLS, 2000, p. 25). Porém, ao fazê-lo deixa claro que, apesar de afastar-se de tais doutrinas políticas, no curso de sua obra aproveitará questões de cunho utilitarista e contratualista através do intuicionismo. Entende por intuicionismo: “(...) a doutrina segundo a qual há um conjunto irredutível de princípios básicos que devemos pesar e comparar perguntando-nos qual equilíbrio, em nosso entendimento mais refletido, é o mais justo” (RAWLS, 2000, p. 37). Ou seja, estabelece um grupo

¹ Acadêmico do 3º ano do Curso de Direito

inicial de princípios que devem ser comparados entre si, de modo a se encontrar o mais justo equilíbrio entre eles.

3 A TEORIA MORAL

Em seu primeiro capítulo *Justiça como Equidade*, Jonh Rawls faz algumas observações acerca do sentimento de justiça inserido numa teoria Moral. Ele acredita que na teoria Moral a melhor análise do sentimento de justiça não é aquela que corresponde aos juízos pré-concebidos (preconceitos), todavia, o que se adequa aos seus juízos proferidos em equilíbrio. A Moral não se subordina a preconceitos, a pontos de vista pré-estabelecidos, antes significa nossa capacidade de moldar e modificar nossos juízos frente às situações concretas. A Moral é quem norteia os nossos comportamentos diante do fato concreto. Neste momento, Rawls apresenta o método intuicionista como o método mais apropriado para o estudo da Moral, pois não sendo a Moral pré-concebida, prescinde a necessidade de uma análise retroativa dos princípios ensejando a possibilidade de modificá-los.

Vale observar que o autor afasta a questão da Moral individual, pois não é intenção da obra tratar detalhadamente o assunto. A *Teoria da Justiça como Equidade* nos apresentará princípios da justiça aplicáveis às estruturas sociais de natureza pública. Rawls só tratará dos princípios aplicáveis aos indivíduos, após os das instituições, e mesmo assim, de maneira complementar.

4 CONCEITO, CONCEPÇÃO E PAPEL DA JUSTIÇA

Rawls diferencia conceito de justiça de suas várias concepções. Para Rawls, conceito é o equilíbrio adequado entre pretensões concorrentes, e concepção é o conjunto de princípios inter-relacionados que permitem a identificação dos aspectos relevantes para a determinação do conceito (RAWLS, 2000, p. 11). Desta forma, trata o conceito de justiça como o consenso entre as concepções de justiça concorrentes, e, além disso, assevera que esse consenso é uma das condições fundamentais para a formação de uma comunidade viável.

Diante do exposto, o papel da justiça será fornecer um critério de, em primeiro lugar, atribuir os direitos e deveres nas instituições básicas da sociedade; e em segundo lugar, distribuir adequadamente os encargos e benefícios da cooperação social.

5 JUSTIFICATIVA PARA A TEORIA DA JUSTIÇA COMO EQUIDADE

John Rawls escreveu uma obra relativamente extensa e certamente polêmica. Seu pensamento parte de um pressuposto interessante advindo de influências *jusnaturalistas*, o qual apresento agora, pois sem ele de nada adiantaria o nosso trabalho:

“Cada pessoa possui uma inviolabilidade fundada na justiça que nem mesmo o bem estar da sociedade como um todo pode ignorar. Por essa razão, a justiça nega que a perda de liberdade de alguns se justifique por um bem maior partilhado por outros”. (...) “Portanto, numa sociedade justa, as liberdades da cidadania igual são invioláveis; os direitos assegurados pela justiça não estão sujeitos à negociação política ou ao cálculo de interesses sociais” (RAWLS, 2000, p. 4).

Com esta premissa, o autor pretende afastar de vez a idéia utilitarista que reconhece na justiça um maior saldo líquido das satisfações dos indivíduos. Através dela, seria justificável até mesmo um regime escravocrata, visto que, se a perda de liberdade de uns proporcionasse um saldo líquido de felicidade maior, mesmo a custo de um grupo, seria tolerável e útil. Para Rawls, a doutrina política do utilitarismo foi a visão moral dos dois últimos séculos. Tenta, então, em *Uma Teoria da Justiça* desenvolver uma concepção alternativa de justiça, considerando-a implícita na teoria dos direitos naturais e na tradição contratualista.

6 JUSTIÇA COMO EQUIDADE

Por não ser possível desenvolver uma teoria substantiva da justiça, baseada em verdades lógicas e em definições, advoga ser a *Teoria da Justiça como Equidade* uma teoria dos nossos sentimentos morais, na forma como se manifestam através dos nossos juízos refletidos e ponderados, obtidos em equilíbrio reflexivo. Juízos ponderados são aqueles em que nossas capacidades morais podem se expressar claramente, corresponde à nossa verdadeira moral. Já os juízos refletidos são aqueles em que refletimos sobre nossos próprios juízos, repensamos nossa moral conformando-a aos princípios dessa análise, de modo a ser possível construirmos uma teoria mesmo que esta não coincida com os juízos efetivos. Por equilíbrio refletido, entendemos ser o produto da análise dos juízos ponderados com os refletidos (RAWLS, 2000, p. 51-53).

A denominação *Justiça como Equidade* tem lugar devido as pessoas escolherem os princípios da justiça numa posição original de igualdade. Em sua teoria, Rawls nos lembra que a estrutura básica da sociedade está ligada a diferentes situações sociais e que, aqueles que estão em cada uma dessas situações, têm diferentes expectativas de vida. Assim, lança mão de dois momentos para a consecução de sua teoria. No primeiro momento está a escolha dos primeiros princípios. Tal escolha deve basear-se na interpretação da situação inicial e num conjunto de princípios passíveis de serem aceitos pelos membros da comunidade. No segundo momento encontra-se a elaboração da carta fundamental da sociedade. Depois de escolhida uma concepção de justiça, dever-se-á escolher a constituição, um sistema de produção de leis e assim por diante.

7 POSIÇÃO ORIGINAL

Na *Justiça como Equidade* a chamada posição original equivale ao estado de natureza da teoria contratualista tradicional. Tal situação é hipotética e não histórica, em que todos estariam numa posição de igualdade, em pleno exercício de sua racionalidade e com desinteresse mútuo, isto é, nela as pessoas são livres, racionais e despreocupadas umas com as outras. Deste modo, vale a proposição do autor: “A posição original é, poderíamos dizer, o status quo “inicial apropriado, e assim os consensos fundamentais nela alcançados são equitativos” (RAWLS, 2000, p. 19). Pelo fato dos consensos alcançados nesta fase serem equitativos, Rawls acredita que a situação inicial seja o momento mais acertado para a escolha dos princípios de justiça.

8 VÉU DA IGNORÂNCIA

O véu da ignorância é parte essencial da *Teoria da Justiça como Equidade*, pois é graças a ele que, na posição inicial, ao escolher os princípios de justiça, os cidadãos não têm a mínima noção de em qual posição social se encontrarão após a escolha. Ou seja, o véu da ignorância é quem vai permitir a equidade no momento da escolha, visto que, do contrário, sendo os seres humanos o que são, poderia haver um desvio das escolhas das regras de justiça devido às contingências arbitrárias. Nesse sentido, explana: “De algum modo, devemos anular os efeitos das contingências específicas que colocam os homens em posição de disputa, tentando-os a explorar as circunstâncias naturais e sociais em seu próprio benefício” (RAWLS, 2000, p. 147). Daí a necessidade de se recorrer ao véu da ignorância.

9 DOIS PRINCÍPIOS DA JUSTIÇA

Na posição original, dois princípios seriam escolhidos por todos: o primeiro, “Cada pessoa deve ter um direito igual ao mais abrangente sistema de liberdades básicas iguais que seja compatível com um sistema semelhante de liberdades para as outras”; e o segundo, “as desigualdades sociais e econômicas devem ser ordenadas de tal modo que sejam ao mesmo tempo (a) consideradas como vantajosas para todos dentro dos limites do razoável, e (b) vinculadas a posições e cargos acessíveis a todos (RAWLS, 2000, p. 64).

9.1 Princípio das iguais liberdades básicas

Trata-se dos princípios da liberdade. John Rawls discute a questão da liberdade individual clamada por todos *versus* a necessidade de institucionalização, de igual modo reconhecida por todos. Apesar de se reconhecer a necessidade de existência de uma instituição definidora dos padrões de comportamento, o filósofo ressalta a dificuldade de se impor às pessoas modos de vida que contrariam a sua vontade. Para solucionar o problema, o autor analisa o princípio do paternalismo, o princípio da utilidade e a concepção contratualista para chegar à conclusão de que as pessoas, na posição original, não se representam como sujeitos individuais isolados, mas sim, como indivíduos contextualizados socialmente. Deste pensamento, extrair-se-á a idéia de liberdade de consciência igual. Ela se funda na proposição de que os sujeitos não se apresentam isolados, porém admitem que têm interesses que devem proteger, tais como suas convicções morais e religiosas na posição inicial. Com o véu da ignorância, elimina-se a perspectiva do princípio do paternalismo e do utilitarismo, visto que o princípio do paternalismo está limitado ao se cogitar liberdade de consciência igual para todos, pois o pai, para garantir os direitos dos seus descendentes, procurará decidir adotando o princípio da igual liberdade (RAWLS, 2000, p. 226).

9.2 Princípio das desigualdades

Com a intenção de amenizar as desigualdades, o segundo princípio estabelece os seguintes mecanismos: (a) as desigualdades econômicas devem ser equilibradas de forma que os rendimentos sejam distribuídos em benefício de todos. Supera-se, destarte, a argumentação de a distribuição da riqueza e do rendimento ter que ser igual. Esse argumento é substituído pela idéia de essa distribuição dever ser realizada em benefício de todos. E, (b) as desigualdades sociais restam controladas a partir da noção de se admitir o acesso às funções e posições sociais para todos. As posições de autoridade e responsabilidade devem ser acessíveis a todos. Todos devem poder dispor da faculdade de acesso a

essas posições sociais (RAWLS, 2000, p. 64-69). Somente dessa maneira, podemos construir uma sociedade de iguais e, conseqüentemente, formar as instituições capazes de propiciar a *justiça como equidade*, visto cada indivíduo se beneficiar com as desigualdades admissíveis da estrutura básica da sociedade.

10 APLICABILIDADE DOS PRINCÍPIOS DA JUSTIÇA

Depois de escolhidos os princípios da justiça como equidade na posição original, Rawls coloca os indivíduos novamente em seu "status quo", para que, então, os indivíduos passem a julgar as exigências e situações próprias do convívio social com base nos princípios escolhidos. Desta forma, o autor analisa a aplicação dos princípios da justiça quanto às instituições e quanto aos indivíduos.

10.1 Aplicabilidade quanto às instituições

Tendo por instituições a estrutura básica da sociedade, Rawls explica como os princípios da justiça se aplicam nas instituições e aponta três raciocínios que cada cidadão deve fazer. Primeiramente, cada cidadão precisa avaliar a justiça da legislação e das políticas sociais; em seguida, deve decidir que ordenações constitucionais são justas para compatibilizar opiniões controvertidas com relação à justiça; e finalmente, o cidadão tem que observar quando as leis elaboradas pela maioria devem e quando não devem ser obedecidas, como não vinculantes (RAWLS, 2000, p. 212).

Quanto ao primeiro princípio, o das liberdades básicas para todos, os direitos e liberdades básicas são estabelecidos pelas regras públicas da estrutura básica. A liberdade deve ser um padrão para as formas sociais, visto que as liberdades individuais são determinadas pela atribuição de direitos e deveres estabelecidos pelas instituições. Assim, somente com o fito de prevenir o choque entre elas mesmas, é que se pode limitar as liberdades. (RAWLS, 2000, p. 68).

No que se refere ao segundo princípio, das desigualdades, Rawls cita os sujeitos representantes que ocupam posições sociais, ou funções estabelecidas pela estrutura básica. Existe, então, a exigência de que todos ganhem com certa desigualdade. Ao aumentar as expectativas de um sujeito representativo colocado numa dada posição, estendem-se ou restringem-se as de outros sujeitos representativos colocados em posição diferente. Deste modo, a situação em que alguém está pensando em distribuir certos bens a pessoas necessitadas que lhe são conhecidas, não está dentro do alcance dos princípios. Os princípios se propõem a regular os sistemas institucionais básicos.

Com efeito, o autor, para avaliar o alcance prático desses princípios, estabelece o princípio da eficiência. Tal princípio será a maneira pela qual se vai avaliar a eficiência de uma instituição. Será eficiente, assim, para o ilustre autor, aquela instituição em que, "ao mudarmos a estrutura básica, não nos é permitido violar o princípio da liberdade igual ou a exigência de posições abertas". (RAWLS, 2000, p. 74).

10.2 Aplicabilidade quanto aos indivíduos

Com resultado nas explanações até aqui feitas, partiremos para os princípios aplicados aos indivíduos. Ao tratar dos indivíduos, o autor, decerto, não empenhará tanto seus esforços para a sistematização do assunto, pois sua teoria possui caráter social, e não individual. Para Rawls, existem dois contextos que alicerçam as ações individuais: o contexto chamado *exigência* e o contexto chamado *permissão*. Podemos distinguir no contexto da exigência duas espécies de seu gênero: as obrigações e os deveres naturais. As obrigações são as exigências especificadas pelo princípio da equidade, ou seja, são os preceitos estabelecidos nas regras de uma instituição, em que o seu cumprimento tem que ser obrigatório, desde que a instituição seja justa, e que a pessoa tenha aceitado os benefícios advindos daquela organização. (RAWLS, 2000, p. 119).

Inobstante as obrigações serem explicadas pelo princípio da equidade, faz-se mister reconhecer que, além da obrigação, um outro fator integra o contexto das exigências: são os deveres naturais, em suas formas positiva e negativa. Com o efeito de melhor explicarmos o que sejam esses deveres, citaremos exemplos de deveres naturais a que Rawls faz referência. São exemplos de deveres naturais: o dever de ajudar o próximo quando ele está necessitado ou correndo perigo, contanto que possamos fazer isso sem perda ou risco excessivo para nós mesmos; o dever de não lesar ou agredir o próximo e o dever de não causar sofrimento desnecessário (RAWLS, 2000, p. 122). Deveres positivos são os que nos exigem um ato, um fazer, como o primeiro exemplo citado por Rawls; por outro lado, os deveres negativos são os que nos exigem uma abstenção, um não fazer.

Os deveres naturais, diferentemente da obrigação, aplicam-se às pessoas sem que haja uma ligação necessária com instituições ou práticas sociais, seu conteúdo não é definido pelas regras dessas organizações, sua definição é natural. Vale acrescentar que, no que tange à justiça como equidade, um dever natural fundamental é o dever da justiça. Tal dever nos exige apoio e obediência às constituições que existem e nos concernem. Além disso, incumbe a nós criar outras organizações justas desde que não se prejudique as já estabelecidas (RAWLS, 2000, p. 123).

Já no que diz respeito ao contexto da permissão, “as permissões definem os atos que temos a liberdade de desempenhar ou não. São atos que não violam nenhuma obrigação ou dever natural” (RAWLS, 2000, p. 125). Existem duas espécies de permissões: a indiferente (aquelas que, do ponto de vista moral, não tem muita importância); e as supererrogatórias (estas sim, do ponto de vista moral, implicam em circunstâncias interessantes). Ao tratar das permissões Rawls é breve, porém, claro: supererrogatórias “são atos de benevolência e misericórdia, de heroísmo e auto-sacrifício. Praticá-los é um bem, mas não constitui uma obrigação ou dever para ninguém” (RAWLS, 2000, p. 125). Tais atos se diferenciam dos deveres naturais pelo fator de perigo e auto-sacrifício consistentes em sua idéia.

Para finalizar e esclarecer o assunto, gostaria de ressaltar que, os princípios que valem para os indivíduos, exatamente como os princípios válidos para as instituições, são aqueles que seriam identificados na posição original, com todas as suas peculiaridades.

II CONCLUSÃO

Num país onde as instituições perdem em importância para os indivíduos que as representam, *Uma teoria da justiça* constitui obra imprescindível, pois a verdade é que as pessoas vêm e vão, enquanto as instituições sempre ficam. Seus princípios devem ser respeitados a fim de que se torne eficiente e objetiva, não se deixando guiar por interesses estranhos aos seus, fazendo delas organismos de justiça social e não de locupletação pessoal.

Além de nos mostrar a devida relevância do papel institucional dentro de uma sociedade, John Rawls faz-nos lembrar que a justiça tem um conceito intuitivo, que não nos é necessário tê-la estudado para, no entanto, identificá-la, seja “doutor” ou seja “ignorante”, uma sociedade justa é aquela em que a maioria reconhece a coerção estatal, sendo-lhes assegurado o respeito e a tolerância pelo diferente.

REFERÊNCIA

RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. Tradução de Almiro Pisetta e Lenita M. R. Esteves. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Abstract

The work – A Theory of Justice - published in 1971, of authorship North American John Rawls (emeritus teacher of Philosophy course in Harvard University), is nowadays one of the most discussed in the field of political philosophy. For this reason, we thought to expose this article, his central ideas so as propose to the reader a first contact in his/her mind.

Key words: *Justice theory; political philosophy; Neocontractualism*

DIREITO COMPARADO: objeto do direito

Fabiano André de Souza Mendonça¹

Resumo

O Direito Comparado é um específico objeto do indagar jurídico e que tem por missão instrumentalizar o funcionamento do ordenamento. Todavia, isso não lhe retira seu caráter autônomo, o qual também não se confunde seja com o método comparativo, com a História do Direito ou com o Direito Internacional. Para isso, é necessária uma nova compreensão do fenômeno jurídico.

Palavras-chave: *Direito Comparado; História do Direito; Teoria do Direito; Metodologia da pesquisa; instrumentalidade*

1 O MÉTODO COMPARATIVO: A QUE SE PROPÕE O DIREITO COMPARADO

A atividade comparativa é inerente a qualquer pesquisa jurídica. Em verdade, o próprio ato cognoscente é comparativo da realidade circundante. O aprendizado e o desenvolvimento abstrato do ser humano dá-se em grande parte por sucessivas generalizações, tipificações e classificações do meio, conforme os objetos sejam semelhantes ou diferentes. Assim, não há como ser estranho ao Direito o seu conhecimento através do método comparativo, principalmente, quando se vê que o próprio sistema de normas não surgiu exclusivamente da mente do legislador, mas antes é o resultado histórico do contato entre diversos povos e nações.

É de se notar que, em Direito, assumem particular relevo as pesquisas de caráter bibliográfico, documental e empírico.² Isso, se a classificação das mesmas é considerada em razão da origem das informações.

Porém, ultrapassada essa fase investigativa, em que o cientista busca a verdade dos fatos,³ ganham espaço os métodos de interpretação,⁴ como o empírico,

¹ Procurador Federal (UFRN), Mestre e Doutorando pela Faculdade de Direito do Recife (UFPE), Professor da FARN.

² ADEODATO, 1997, p. 207. DANTAS, 1997, p. 194.

³ Como a localização e a indagação pela autenticidade e veracidade dos textos legislativos - DANTAS, p. 187-190. Ou, ainda, a crítica formal e a substancial da norma jurídica, conforme RAO, 1991, p. 414-419.

⁴ MILLER JR., 1991, p. 14.

o analógico, o dialético, o funcional, o estrutural, o lógico-dedutivo e o *comparativo*.⁵

Sobre o método comparativo, diz Tom O. Miller:

é o método básico e indispensável na procura de regularidades ou leis. Exige a visão externa e o uso da linguagem de dados da comunidade científica, pois é inútil comparar coisas incomparáveis. Exige a identificação das condições-limites, e combina bem com os métodos histórico e de variação concomitante. [...]

A maior limitação do Método Comparativo [...] é o fato de que as comparações têm que ser feitas entre fatos ou eventos realmente comparáveis, além de controlar as condições-limites. A comparação mais elegante e melhor documentada não vale mais do que a comparabilidade dos seus dados.⁶

Com o método comparativo, obter-se-ia uma generalização empírica, a qual se transforma em objeto de investigação para as generalizações teóricas. O que ocasiona uma zona de intersecção entre investigação e interpretação da realidade.⁷

Até esse ponto, estamos no plano do método. Todavia, esse método comparativo, enquanto tal, pode ser utilizado pelas mais diversas ciências, como sociologia, biologia, antropologia, etc; inclusive pelo Direito.⁸

Contudo, a questão que se coloca acerca do Direito Comparado não diz respeito diretamente ao citado método de pesquisa e análise de dados. Mas sim, se ele, pode ser entendido como uma das aplicações da Ciência Jurídica.⁹ Ou seja, se o pesquisar Direito Comparado pode ser considerado Direito Aplicado, como ocorre com o Direito Civil, o Penal, o Constitucional, etc.

⁵ *Ibid.*, p. 15-30.

⁶ *Ibid.*, p. 16.

⁷ *Ibid.*, p. 13-14.

⁸ PEREIRA, 1952, p. 44: "E, na verdade, não se pode confundir a disciplina com o método de que ela se serve. Não há negar que o Direito Comparado se vale do método comparativo para atingir aos seus resultados. Mas ele não se reduz ao método, pura e simplesmente." SOUTO, 1956, p. 118: "É, certo, incoerência em tal orientação, o manter o denominar Direito Comparado para referência àquilo que se considera simplesmente um método. De uma parte, não se trata apenas de uma comparação, mas de uma comparação jurídica, trata-se de Direito comparado."

⁹ Ao contrário da perspectiva generalista – aplicável a qualquer tipo de relação jurídica em apreço – a ciência aplicada define-se pela tarefa a que se propõe o estudioso, através da escolha de um dos múltiplos objetos possíveis do ramo do conhecimento para análise. Em padrões sociológicos, Cf. SOUTO, 1992, p. 11-12.

A importância dessa preocupação é apontada por Caio Mário da Silva Pereira da seguinte forma:

Sem dúvida, para quem se entereira numa região exclusivamente prática, é despicienda a indagação se o Direito Comparado é ciência e tem autonomia. Da mesma forma, ao profissional que reduz o Direito em geral ou o Direito Civil à proporção apenas de um mero instrumento de trabalho, por meio do qual conduz as suas demandas num sentido material de puro objetivo pecuniário, pouco se lhe dá de saber se o Direito é ciência, ou se o Direito Civil tem autonomia. Mas ao homem de estudo, àquele que enxerga o Direito em posição muito superior ao terra-a-terra das cogitações de ganha-pão, é importante saber que ao realizar os seus estudos está fazendo ciência.¹⁰

É clara a preocupação do autor citado em divisar, através do estudo do Direito Comparado ou não pelo profissional, o jurista de maior qualificação intelectual daquele descompromissado com a sociedade e a ciência. A proximidade do Direito Comparado de estudos mais gerais e teóricos faz com que essa assertiva tenha seu grau de razão. Porém, há um dado que não pode deixar de ser considerado e que vai além desse júbilo interior.

Determinar a cientificidade ou não do direito comparado implica em dizer se seu conteúdo é ou não objeto de estudo pelo Direito. Se assim for considerado, mais do que aceitar como uma especialidade profissional, significa que é matéria jurídica, um objeto próprio que deve ser aprofundado, sob pena de a sociedade avançar sentindo as daninhas consequências da ausência desse conhecimento.

Se a comparação for mais um dos objetos do Direito, trata-se de colocá-lo entre as finalidades desse conhecimento.

Exposta como simples método, a pesquisa comparativa não apresenta os requisitos necessários a subsidiar nenhuma classificação teórica mais profunda, pois seria elemento comum às mais diversas áreas de análise jurídica. A comparação jurídica tem por elemento a comparação entre sistemas do conteúdo normativo das formas de coercibilidade.

Nesse ritmo, é importante atentar para o que se entende pelo Direito como ciência e a vinculação existente entre teoria e prática, para, assim, determi-

¹⁰ PEREIRA, 1952, p. 46.

nar o *locus* do Direito Comparado, de sua prática e de seus elementos teóricos, frente ao Direito Geral.

2 UM SENTIDO PARA A TEORIA DO DIREITO

Vê-se que uma das contribuições mais originais ao debate sobre o conceito de Direito é a dos brasileiros Cláudio e Solange Souto.¹¹ Abandonado o apego formalista, o estudo é direcionado para a busca de uma fundamentação substantiva do Direito. E a resposta é encontrada na conjugação entre sentimento de justiça e cientificidade, guiada por um instinto de conservação individual e da espécie.¹² “É o formular científico-positivo atualmente incontestável do sentido básico permanente do dever ser.”¹³

Desse dever ser profundamente avaliativo exsurge uma compulsoriedade física atual ou possível,¹⁴ mas não a força, já que essa lhe é estranha. A força, a lei, são fatores externos que não possuem o condão de alterar a verdade científica. Apenas, como sistema de conteúdo normativo das formas de coercibilidade é objeto de estudo científico-valorativo por parte da Ciência Positiva do Direito.

A mudança, então, dá-se a partir do próprio conceito de Direito, que passa a abranger a ciência formal do Direito (dogmática jurídica), a ciência social do Direito (sociologia jurídica) e a ciência filosófica do Direito (Filosofia do Direito). Bem como, a tratar de seus correspondentes e indesejáveis formalismo, sociologismo e filosofismo jurídicos. A auto-suficiência de cada um desses saberes seria uma ficção apenas superável pela articulação deles de modo interdisciplinar.¹⁵

Lembre-se que o jogo da tipicidade (lícito-ilícito) só tem razão de ser enquanto confrontado com a realidade sobre a qual ele foi elaborado. De fato, é tão-somente uma construção mental (pois a relação de causalidade lógica não existe na realidade) que tende a ser o mais abrangente possível dos dados da experiência; é, de certo modo, um acessório que busca revelar a origem. Uma atitude cognoscente. Alterada a realidade no que há de radical para a formação do sistema, descabe insistir naquela primeira construção.¹⁶

¹¹ Cf. desenvolvimento atualizado do tema em SOUTO, 1992.

¹² SOUTO, 1992, p. 101-102.

¹³ SOUTO, 1956, p. 138.

¹⁴ *Ibidem*, p. 133.

¹⁵ SOUTO, p. 9-17.

¹⁶ Cf. VILANOVA, 1989, p. 4. COSTA, 1994. HUCITEC, 1994, p. 23-28. GRAU; 1998, p. 119-24. RABENHORST, 1997.

Acrescente-se, portanto, que a atitude comparativa justifica-se no quadro da ciência jurídica, quer como método, quer como objeto de conhecimento. E sua legitimação como Direito Aplicado (Direito Comparado) está em reconhecer que há uma indagação própria que pode ser conduzida pelos comparatistas, a qual não se confunde com os demais “ramos” do Direito.¹⁷ O empenho metodológico legitima o caráter científico do conhecimento,¹⁸ mas o que o distingue é seu objeto.

Direito Comparado é, assim, o “*estudo científico-valorativo dos princípios positivados ou de positividade possível em sistemas de conteúdos normativos de formas de coercibilidade.*”¹⁹

3 COMPARAÇÃO E DIREITO

Há um espaço próprio para o Direito Comparado que o deixa a salvo daquele dos filósofos, sociólogos, cientistas políticos e historiadores, dentre outros, sem prejuízo da relação de conhecimento que, eventualmente, possa vir a ter com esses setores da ciência. Seu modo de ser não é afeito ao dessas áreas, mas ao das demais disciplinas jurídicas.²⁰

Enquanto *as demais áreas jurídicas* ocupam-se da aplicação de um determinado ordenamento jurídico, malgrado não raro recorram a um outro estrangeiro para auxiliar nessa tarefa, e o *direito internacional* do estudo do ordenamento da comunidade internacional, o Direito Comparado tem objeto diverso. Para ele, interessa o estudo de “una pluralidad de ordenamientos jurídicos que actualmente operan [...] y de asumir como propio objetivo final, no tanto el conocimiento de cada uno de los ordenamientos examinados detalladamente, sino la confrontación entre ellos y el conseqüente *análisis de las diferencias y de las analogías* de estructura y de disciplinas reconocibles.”²¹ [sem grifos no original]

Nas demais áreas do conhecimento jurídico, a comparação é um instrumento eventual para alcançar determinado fim. Já no Direito Comparado, há por

¹⁷ MILLER JR., 1991, p. 1-2: “[...] cada cientista está vendo um aspecto diferente no mesmo fenômeno, porque cada ciência faz as suas próprias perguntas sobre tal. A diferença entre as ciências não é tanto o que observam, mas a espécie de pergunta que se colocam. [...] Na escolha de uma pesquisa, não é tão somente uma questão de assunto sob enfoque, mas também o que é que se quer saber dele.” [os grifos inócorrem no original].

¹⁸ DANTAS, p. 180.

¹⁹ SOUTO, p. 129-30.

²⁰ PIZZORUSSO, 1987, p. 79.

²¹ *Ibid.*, p. 80: uma pluralidade de ordenamentos jurídicos que atualmente operam [...] e de assumir como próprio objetivo final, não tanto o conhecimento de cada um dos ordenamentos examinados detalhadamente, mas a confrontação entre eles e a conseqüente análise das diferenças e das analogias de estrutura e de disciplinas reconhecíveis.

pressuposto o conhecimento dos diversos ordenamentos, cuja principal finalidade é a comparação.²²

Já sua relação com a História do Direito merece maior atenção, pois tanto quanto o Direito Comparado, a História do Direito também vai apresentar caráter instrumental face aos demais ramos das ciências jurídicas.

Aqui, ressalte-se que, do mesmo modo que foi feito em relação à distinção entre Ciência do Direito Comparado e Método Comparativo, deve-se ter cuidado para não julgar que se faz História apenas por se utilizar do *Método Histórico*.

O método histórico, utilizado para investigar os fatos através do tempo, é dito diacrônico e envolve conceitos de antes e depois. Busca explicações causais através da *comparação* de fatos.²³ Essa complementaridade dos dois métodos facilita uma eventual confusão entre as ciências que lhes fazem correlação mais profunda.

É assim que nada impede ao comparatista fazer uso do método histórico, da mesma forma que o historiador lançará mão do método comparativo. Alguns pontos, portanto, deverão ser fixados, principalmente, em atenção ao objetivo a que visa cada pesquisador. O fato pode ser o mesmo (decomposto em diversas propriedades estudadas cada uma de modo isolado), o método também, mas o resultado (objetivos gerais – fins – e específicos) é diferente. O que não deve causar estranheza; na nossa sociedade, cada vez mais complexa e a exigir especificidades cada vez mais minudentes, as diferenças entre os conhecimentos tornam-se menos distantes e menos gerais.

O Direito comparado faz uso, primordialmente, de ordenamentos contemporâneos, ou seja, realiza estudos *sincrônicos*. Ao passo que a História costuma se preocupar com as sucessivas transformações de um ordenamento.²⁴

É assim que comparar as diversas fases evolutivas de um mesmo ordenamento jurídico será História do Direito e não Ciência do Direito Comparado.²⁵ Por outro lado, quando se trata de comparar ordenamentos de diversas origens legislativas, em casos específicos pode ser admitida a utilização de conjunto de normas não contemporâneo.

²² *Ibid.*, p. 80.

²³ MILLER JR., p. 9.

²⁴ PIZZORUSSO, p. 81.

²⁵ SOUTO, p. 107.

Isso se dá porque o estudo do Direito Comparado é essencialmente ético-valorativo e o da História do Direito, malgrado trabalhar com a valoração dos fatos em função de sua maior ou menor importância, não se ocupa do acerto científico do dado jurídico, ao contrário daquele outro estudo.²⁶ O estudo histórico, vê-se, é valorado, mas não valorativo.

Por outro lado, a par de não se confundir História do Direito e Direito Comparado, também não procede confundir este com a “legislação comparada”, sem prejuízo de sua importância evolutiva para a disciplina.^{27 28} Como dito, a legislação representa ato volitivo do Estado e, como tal, não se apresenta como propriedade básica do jurídico.

É de se ver, todavia, que o seu estudo, o estudo do conteúdo normativo das formas de coercibilidade, indubitavelmente, faz parte do ser do fenômeno jurídico. Tanto quanto os costumes, a jurisprudência, a Doutrina, a realidade social e a legislação estrangeira.

Não se confunde, ainda, o estudo comparativo com aquele da Teoria Geral do Direito. A teoria do Direito examina categorias jurídicas vigentes com vistas a operacionalizar sua aplicação.²⁹

Como se vê, é mais exigente a separação entre História e Direito, no caso, Comparado, que a mera constatação se está a utilizar ordenamentos contemporâneos ou não. É preciso observar o método e os fins do estudo que é levado a cabo. “De verdade, o critério do distinguir longe está de ser ingenuamente temporal.”³⁰

²⁶ REALE, 1992, p. 15-8, p. 16: Lembra que, ao se escrever sobre evolução histórica, não se deve julgar autores lembrados, pois deve-se “escrever *sobre* e não *a favor* ou *contra* os nossos pensadores e cientistas, que devem ser, outrossim, situados nas coordenadas e limitações de seu tempo.”

²⁷ DANTAS, p. 171.

²⁸ Preocupação comum de SOUTO (p. 113) e PEREIRA (p. 42) é o não reunir, sob a denominação “amfibiológica” (expressão igualmente utilizada) de Direito Comparado, História do Direito e Legislação Comparada, como se fossem de idêntica substância.

²⁹ O esforço de PIZZORUSSO (p. 81-2) em separar ditas disciplinas mostra-se supérflua, visto que o campo de ação de ambas apresenta-se com as devidas peculiaridades e, mais ainda, não há prejuízo em um estudo interdisciplinar das duas. Isso porque, ao contrário do que expõe o autor, não se enxerga como “normativa” a linguagem da Teoria Geral, mas descritiva (VILANOVA, p. 62-9), nem há a necessidade, dado o seu caráter geral, de se referir a um único ordenamento, o que limita sua validade.

³⁰ SOUTO, p. 109.

4 AS FUNÇÕES DO DIREITO COMPARADO

Com suporte na defesa do Direito Comparado como ciência jurídica “positiva” que lhe faz Pizzorusso,³¹ podem ser elencadas as seguintes características e funções da pesquisa especificamente comparatista:

- a) uso de técnicas de pesquisa das ciências jurídicas positivas;
- b) quando tem por fim evidenciar diferenças e semelhanças entre diversos ordenamentos, e assim contribuir para o desenvolvimento da cultura jurídica, assemelha-se ao direito jurisprudencial;
- c) serve à identificação de regras e princípios “positivos” comuns a vários ordenamentos. “No raramente la función del derecho comparado es sólo la instrumental para el estudio de los ordenamientos individuales o bien para la reforma del derecho vigente o para otros objetivos análogos.”³²
- d) O direito positivo está presente de modo que não se pode considerar uma investigação como comparatista se não é suscetível de repercutir sobre a interpretação, principalmente sistemática, ou transformação do ordenamento estatal ou não estatal estudado.

Daf se extrai que suas principais funções seriam a de possibilitar um melhor conhecimento e, conseqüentemente, aplicação do próprio ordenamento jurídico pelos operadores a ele vinculados e, por outro lado, contribuir para o desenvolvimento legislativo do Estado, por intermédio de mudanças normativas. Principalmente este último aspecto é dominado pelo ideal de paz entre as nações, de uma possível uniformização legislativa globalizante.

E é buscando esse parâmetro ético de Justiça entre os povos que o estudo comparado encontra sua mais forte vinculação ao Direito, já que esse é o objetivo da

³¹ Para o autor, no sentido normativista e tradicional do termo (Cf. *Curso... passim* e, especificamente, p. 83 e segs.), e não enquanto positividade científico-sociológica (realista).

³² *Ibidem*, p. 83: Não raro, a função do direito comparado é só a instrumental para o estudo dos ordenamentos individuais ou ainda para a reforma do direito vigente ou para outros objetivos semelhantes.

ciência jurídica: estudar o comportamento humano de modo a ordená-lo de forma a obter o máximo de paz e progresso social.³³

O Direito Comparado irá, então, comparar diversos ordenamentos (princípios doutrinários concretizados positivamente nas formas de coercibilidade, no dizer de Cláudio Souto), para daí analisar a sua real correspondência com o jurídico como conhecimento científico-positivo atual concorde com o sentimento de dever ser. Dessa comparação se pode extrair o que de melhor o homem produziu, como forma de subsidiar a futura construção jurídica. Desse modo, podem ser visualizadas também as seguintes funções:³⁴

- a) função reformadora da ordem jurídica posta em sistemas de formas de coercibilidade;
- b) função educativa, própria de toda ciência, e eticamente relevante em se tratando da finalidade do Direito Comparado;
- c) função criadora, no momento em que surge um novo material como resultado da comparação, passível de positivação, social e normativa;
- d) desse rol decorre ainda uma função interpretativa e integradora da ordem jurídica de um país, de acordo com o parâmetro existente no estrangeiro.

Importa também ressaltar aqui que a comparação em Direito não é o mero justapor de normas idealizadas em diversos países conforme a específica orientação cultural de determinado legislador. Não se pode legislar tão-somente “comparando” diversas legislações de modo a adotar aquela que pareça mais conveniente ao parlamentar.³⁵

Aí, o que avulta é a vontade particular dos detentores do grupo estatal e sobressai-se o hiato legitimador entre Lei e Direito. O uso do Direito pressupõe conhecimento científico-positivo em conformidade com o sentimento básico de dever ser.

³³ SOUTO, p. 138: “A variabilidade do conhecimento humano é o que explica a variabilidade da valoração, e o Direito é, em verdade, conhecimento especializado das variações do conhecimento científico-positivo de repercussão ética.”

³⁴ *Ibid.*, p. 139 e seqs.

³⁵ No Brasil atual, a influência do Executivo sobre as maiorias parlamentares faz com que, mesmo com isenção de ânimo, não se possa atribuir a função legislativa direta e tipicamente apenas ao Parlamento. De forma que, em consonância com o que já disse Scabra Fagundes, no Brasil, todos, Executivo e Judiciário, querem um “pedaço” do poder legislativo, menos o próprio Legislativo.

É lícito, assim, enunciar que, partindo da comparação (extração de semelhanças e diferenças) entre dois ou mais ordenamentos, inclusive de sua prática, o Direito Comparado tem por funções:

- a) contribuir para a difusão do conhecimento jurídico na comunidade e de sua interiorização pelos indivíduos;
- b) aperfeiçoar a aplicação das normas jurídico-positivas em determinado Estado (mudança real);
- c) subsidiar a mudança (reforma, criação, transformação) do ordenamento jurídico com vistas a mantê-lo próximo ao jurídico.³⁶

Portanto, evidenciam-se algumas falhas no uso da expressão “Direito Comparado”. Primeiro, por não se referir apenas a um método, e depois, por não haver essa Ciência isolada, mas sim um específico indagar comparado do Direito, que é uno. Todavia, não há erro em prosseguir na denominação, pois é convencional e não incorre diretamente em erro ao designar uma área aplicada do Direito.

Para Afonso Arinos, “o Direito Constitucional Comparado analisa não uma, mas diversas Constituições, ou tipos de Constituição, para obter da comparação dessas normas positivas dados sobre semelhanças ou diferenças que são igualmente úteis ao estudo jurídico.” Admite o citado autor como comparação o estudo de instituições constitucionais de um mesmo país em vários períodos de sua história. Ressalta a importância crescente do estudo comparativo, principalmente, para o melhor conhecimento de instituições político-constitucionais.³⁷

Já Meirelles Teixeira acentua que “o Direito Constitucional Comparado consistirá no estudo comparativo de diversas Constituições e sistemas jurídicos. É justamente esse estudo que permite a formulação do Direito Constitucional geral, quando se verifica o que neles existe de comum, de essencial.” Mas finaliza por colocar o Direito Comparado num plano meramente descritivo, como um “método” para a compreensão das instituições jurídicas constitucionais.³⁸

Como Direito que é, a Comparação Jurídica não é apenas ser (descrição), mas também dever ser (prescrição, normativo, “positivo”). E, por fim, não é método, mas estudo jurídico cientificamente objetivado.

³⁶ Essa relação não destoa das trazidas à colação por DANTAS, 1996, p. 4-7, 66-8. O autor faz distinção entre finalidades pessoais e profissionais do comparatista.

³⁷ FRANCO, 1976, p. 16.

³⁸ TEIXEIRA, 1991, p. 8.

Assim, não é o “simples” uso do método comparativo em suas pesquisas, salutar e recomendável, que faz do jurista um *comparatista*. É preciso que ele faça a comparação com o específico objetivo de propiciar o acesso às “funções” que o Direito Comparado desempenha no conjunto da Ciência Jurídica (tal como é função do Direito Tributário ocupar-se de informar o jurista e a sociedade sobre os caracteres da relação Fisco-contribuinte e o Direito Penal sobre o “jus puniendi” do Estado).

Por fim, o seu caráter instrumental não prejudica sua cientificidade, visto ser aquele inerente ao próprio Direito em si e não haver uma verdadeira independência entre os saberes jurídicos, já que são um todo, nos quais os diversos conhecimentos se entrecruzam.

REFERÊNCIAS

ADEODATO, João Maurício. “Bases para uma metodologia da pesquisa em Direito”. Recife, **Anuário dos cursos de pós-graduação em Direito da UFPE**, v. 8, n. 8, p. 201-24, 1997.

BARRETO, Tobias. **Estudos de Direito**. Salvador: Livraria Progresso, 1951.

COSTA, Newton C. A. da. **Ensaio sobre os fundamentos da lógica**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1994.

DANTAS, Ivo. “O Direito Comparado - formação histórica, métodos e técnicas de pesquisa”. Recife, **Anuário dos cursos de pós-graduação em Direito da UFPE**, Recife, v. 8, n. 8, p. 167-99, 1997.

DANTAS, Ivo. **O valor da Constituição**: do controle de constitucionalidade como garantia da suprallegalidade constitucional. Rio de Janeiro: Renovar, 1996.

DINAMARCO, Cândido Rangel. **A instrumentalidade do processo**. 4. ed. São Paulo: Malheiros, 1994.

FRANCO, Afonso Arinos de Melo. **Direito constitucional**: teoria da Constituição, as Constituições do Brasil. Rio de Janeiro: Forense, 1976.

GRAU, Eros Roberto. Conceitos indeterminados. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO TRIBUTÁRIO, I, 1998, Vitória: **Justiça tributária**: direitos do Fisco e garantias dos contribuintes nos atos da administração e no processo tributário. São Paulo: Max Limonad, 1998.

HART, Herbert L. A. **O conceito de Direito**. 2. ed. Tradução de A. Ribeiro Mendes. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1994.

MENDONÇA, Fabiano André de Souza. **Responsabilidade do Estado por ato judicial violador da isonomia**: a igualdade perante o Judiciário e a constitucionalidade da coisa julgada face à responsabilidade objetiva. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2000.

MILLER JR., Tom O. **Métodos e técnicas de pesquisa nas ciências antropológicas**. Natal: Editora da UFRN, 1991.

MÜLLER, Friedrich. **Direito, linguagem, violência**: elementos de uma teoria constitucional I. Tradução de Peter Naumann. Porto Alegre: Safe, 1995.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. Direito Comparado, ciência autônoma. **Revista da Faculdade de Direito da UFMG**, Belo Horizonte, v. 4, p. 33-47, out., 1952.

PIZZORUSSO, Alessandro. **Curso de derecho comparado**. Tradução de Juana Bignozzi. Barcelona: Ariel, 1987.

RABENHORST, Eduardo. "Falácia naturalista e semântica dos mundos possíveis". **Anuário dos cursos de pós-graduação em Direito da UFPE**, Recife, n. 8, p. 65-76, 1997.

RÁO, Vicente. **O Direito e a vida dos direitos**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991. v.1.

REALE, Miguel. "Prefácio", In: DUTRA, Pedro. **Literatura jurídica no Império**. Rio de Janeiro: Topbooks, 1992.

REALE, Miguel. **Lições preliminares de Direito**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 1991.

SALDANHA, Nelson. **Filosofia do Direito**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

SOUTO, Cláudio. **Ciência e ética no Direito**: uma alternativa de modernidade. Porto Alegre: Safe, 1992.

SOUTO, Cláudio. **Da inexistência científico-conceitual do direito comparado**: conceituação do indagar comparativo mais específico da Ciência do Direito. Recife: [s. n.], 1956.

SOUTO, Cláudio, SOUTO, Solange. **Sociologia do Direito: uma visão substantiva**. 2. ed. Porto Alegre: Safe, 1997.

TEIXEIRA, J. H. Meirelles. **Curso de direito constitucional**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991. (Biblioteca Jurídica)

VILANOVA, Lourival. **As estruturas lógicas e o sistema do Direito positivo**. 2. ed. São Paulo: Max Limonad, 1997.

VILANOVA, Lourival. **Causalidade e relação no Direito**. 2. ed. São Paulo: Sarai-va, 1989.

Abstract

The Comparative Law is a specific object of the Legal question and it has a mission instrumentalize the ordering functioning. However, this will not make its autonomous personality, which also does not confuse, no matter the comparative method is – with the Law History or with the International Law. For that it is necessary a new comprehension of the Legal Phenomenon.

Key words: *Comparative Law; law history; law theory; research theory; instrumentality.*

HEGEL E SUA FILOSOFIA POLÍTICA

César Adriano de Melo¹

Resumo

A dialética foi o mais importante legado filosófico que Hegel deixou para as gerações posteriores, sendo ela a responsável por uma fonte inesgotável de produção do conhecimento humano, em todas as áreas possíveis, pois é com o constante questionamento do legado cultural que se tem no presente que se chega a novos e futuros conhecimentos.

Palavras-chave: *Filosofia Política; Hegel; dialética.*

1 INTRODUÇÃO

Georg Wilhelm Friedrich Hegel, filósofo alemão, nascido em Stuttgart, no ano de 1770, e falecido, vítima da cólera, no ano de 1831, foi um assíduo leitor dos autores clássicos e um grande e paciente estudioso. Certamente por esse e tantos outros atributos é que Hegel conseguiu formular um dos pensamentos mais brilhantes e, também, um dos mais difíceis de toda a História da Filosofia. Talvez por isso, aliado ao fato de ter adotado um estilo denso e complicado de escrever, é que seja ele considerado um dos filósofos mais impenetráveis de toda a Filosofia.

Ao fazer-se uma análise mais específica de seu pensamento, pode-se afirmar que o ponto central de toda a sua linha de pensamento foi baseado numa trilogia, denominada de dialética. Essa idéia baseava-se nos seguintes elementos: tese ou afirmação, antítese ou negação e síntese ou negação da negação.

Explicando um pouco melhor essa dialética hegeliana, pode-se dizer que na tese algo é afirmado e que a antítese seja a negação do que fora afirmado antes. A tensão entre esses dois momentos encontra sua conciliação na síntese, ou seja, na negação da negação.

¹ Acadêmico do 3º ano do Curso de Direito

É mister dizer que, nesse particular, a dialética nunca tem um final, pois, no momento em que se chega a uma síntese, essa passa a ser a nova tese de um momento posterior que irá gerar uma nova antítese, em relação a ela, produzindo, por via de consequência, uma nova negação da negação. E essa tendência contínua e continua sem fim definido. Por isso é que se pode afirmar, seguramente, que o pensamento dialético foi, e ainda é, uma das grandes armas do pensamento humano na produção de novos conhecimentos e também no aperfeiçoamento dos já existentes.

Assim como todos nós, Hegel não só exerceu influência sobre o modo de pensar das pessoas que lhe seguiram, como também foi influenciado no seu entendimento sobre alguns horizontes da vida. Nesse particular, Kant foi o pensador que mais fortemente influenciou Hegel. Fichte e Schelling, respectivamente nas áreas da noção da dialética e da consciência do absoluto, também foram autores que, de algum modo, puderam contribuir para o modo de pensar do mais difícil dentre os filósofos de seu tempo.

Hegel foi muito profundo em seus estudos filosóficos. Contudo, pode-se identificar três elementos de abordagem sempre constantes em suas obras e que exerceram vital influência no seu modo de ver a sociedade. Tais tópicos são: liberdade, justiça e trabalho.

2 LIBERDADE, JUSTIÇA E TRABALHO

Para que se entenda o conceito de liberdade em Hegel, necessário se faz que remontemos ao conceito abordado por Kant sobre esse mesmo assunto. Kant entendia liberdade como o bem maior a ser partilhado por todos igualmente dentro da sociedade ao qual pertencia o cidadão. Já Hegel, contrariamente ao pensamento kantiano sobre liberdade, não a definia como um valor a ser partilhado, e sim como um princípio que deveria ser fruído na sua íntegra e não em partes. Entendia ele que o que é racional no direito é a liberdade, pois o que é livre ou o que realiza a liberdade é o estado de justiça.

Sobre justiça, apreende-se dos ensinamentos de Hegel, sobre esse ideal de valor, que existiria um outro princípio a ser o seu norte, ou seja, deveria existir um senso de racionalidade que conduziria à manifestação da justiça no seio da comunidade.

Por esse ponto de vista, conclui-se que, para Hegel, a justiça passa antes pelo campo da lógica e da razão do que qualquer outro, seja ele esse outro

caminho, o mundo do sonho ou da emoção. Segundo o pensamento hegeliano, justiça seria, ainda, o próprio direito, mas não só o direito posto, ainda que arbitrário, mas o direito na sua mais profunda racionalidade.

Acerca do conceito hegeliano de trabalho, pode-se dizer que seria esse o terceiro elemento que comporia uma espécie de tríade dos conceitos vitais e de fundamental importância para a vida pacífica e harmoniosa de todas as pessoas que comporiam uma sociedade.

Diz Hegel que o trabalho seria o modo pelo qual se dá a liberdade na sociedade, sendo ele o processo viabilizador da liberdade se instaurar ou se efetivar no seio da comunidade de forma realmente eficaz. Ainda sobre o trabalho, afirma que o trabalho livre é um direito do cidadão, pois o único modo de se participar da riqueza social vem através da manifestação da capacidade produtiva do indivíduo.

3 ESTADO E A SOCIEDADE CIVIL

A abordagem hegeliana tenta caracterizar o Estado em três aspectos primordiais: família, sociedade civil e o próprio Estado na sua acepção de totalidade.

Por família, entendia Hegel que seria ela o primeiro momento do surgimento da figura Estado. Seria, assim, a família a gênese de um momento maior de uma reunião de pessoas objetivando um ideal comum: o Estado.

Ao centrar seu foco no estudo da sociedade civil, ele diz que a sua finalidade está em fazer-se Estado. Na existência de um povo está o seu fim substancial: ser um Estado e como tal conservar-se.

Disse Hegel sobre sua noção de Estado: “Um povo sem a forma de Estado não tem história propriamente, tal como os povos que existiram antes de se constituírem em Estado e outros que ainda hoje existem como nações selvagens.”

Na análise da evolução do Estado, apresentam-se três modelos principais no seu processo histórico.

O primeiro deles seria o do Estado Grego. Esse tipo estatal, digamos assim, seria o Estado Antigo, isto é, aquele Estado pensado por Platão em sua obra, o modelo de Estado onde não houve distinção entre as vidas pública e

privada das pessoas que o compunham. A polis e o cidadão estavam de tal forma integrados que a ação do cidadão tinha como finalidade a ordem ética da polis. Esta, por sua vez, voltava-se para a realização dos interesses do indivíduo. Aqui, o que prevalecia era a perfeita sintonia existente entre o indivíduo e o seu tutor: o Estado.

O segundo momento da evolução do Estado passa pelo Estado Moderno, formado a partir da dissolução do Estado Grego ou Antigo. Nesse estágio, o universal e o particular opõem-se na realidade, isto é, agora já existe uma separação entre governo e povo, Estado e sociedade civil. Com isso, o indivíduo passa a ter no seu par o meio para alcançar os seus fins e não mais o Estado político do qual ele faz parte.

O terceiro e último momento do processo histórico da evolução do Estado surge com o aparecimento de Napoleão. Aqui está formado o Estado Pós-Revolucionário ou Contemporâneo. Nessa fase estatal, o homem é livre para agir, escolher o seu ofício, no acesso aos órgãos do Estado, dentre outras liberalidades. É no modelo contemporâneo de Estado que se consolida o princípio da subjetividade no seu vigor pleno.

Entenda-se, por esse princípio, que foi um novo conceito abordado por Hegel em sua obra, que não é a liberdade um elemento decorrente da postura ética das pessoas. Ao contrário. É a ética que decorre da liberdade e a realiza, quer como ordem exterior do mundo existente, quer subjetivamente como consciência interior da ação humana.

Segundo o entendimento do filósofo Hegel, várias são as formas de manifestação da figura do Estado. Contudo, somente as três principais manifestações estatais serão aqui abordadas, manifestações estas que serão tratadas de forma comparativa, ou seja, fazendo-se um paralelo entre uma das formas com as outras duas maneiras de o Estado se manifestar.

4 ESTADO RACIONAL E O CONSTITUCIONAL

A primeira das comparações será entre o que denomina Hegel de *Estado Racional e o Estado Constitucional*.

O Estado Racional, na ótica hegeliana, seria o Estado Grego, pois é na racionalidade que a liberdade se dá de modo concreto. Pretende o Estado Racional ser uma instuição ética universal e, de certa forma, foi assim que o Estado Grego foi visto por muito tempo.

Para ele, reside no Estado a noção de Liberdade. Essa crença, que não surgiu em Hegel do nada, veio surgir em sua obra essencialmente devido às influências exercidas pela Revolução Francesa (1789), onde à época de estudante foi um ardoroso defensor de seus ideais, quais sejam, Liberdade, Igualdade e Fraternidade.

Pode-se dizer, ainda, em relação à Revolução Francesa, que foi ela, juntamente com o advento de Napoleão, os fatos capitais na vida deste filósofo. A Revolução é a tentativa de restauração da cidade antiga, o triunfo da razão e da liberdade, a construção do real de acordo com o pensamento. Já Napoleão é a “alma do mundo”, a individualidade superior que, perseguindo apaixonadamente seu objetivo, é agente “de um fim que constitui uma etapa na marcha progressiva do Espírito Universal”.

Entretanto, foi Hegel, também, muito influenciado pelas idéias de Kant acerca da Revolução Francesa, sendo tais ideais kantianos de suma importância nos estudos de Hegel para que ele chegasse ao seu conceito de Estado Constitucional.

Hegel afirma que não há Estado sem constituição, embora esta possa não ser escrita. Um Estado sem constituição seria a própria sociedade civil, que, contudo, não existe fora do Estado ou anterior a ele. Nesse particular, define ele que a lei seria a forma racional de existência do direito; o código, a forma racional de organização do direito legal e a ordem jurídica seria, por fim, o todo, cuja unidade se dá na constituição escrita.

Pode-se perceber claramente que o estudo hegeliano acerca das formas de constituição concentra um foco, quase que total, na sua manifestação escrita, desprezando, dessa forma, a exteriorização puramente costumeira da constituição.

Hegel definiu da seguinte forma o que seria a constituição costumeira: “momento de racionalidade imediato e imperfeito, apenas vivido em si”. “O momento de expressão da vontade de pensar ou do direito no seu conceito. É a forma do Estado Racional”. Esse seria o conceito Hegeliano para a constituição escrita.

5 ESTADO RACIONAL E O DEMOCRÁTICO

A segunda comparação entre as formas de manifestação do Estado se dá entre *o Estado Racional e o Estado Democrático*.

O que se percebe no Estado Democrático de Hegel é que a participação dos cidadãos na vontade do Estado passa pela representação das corporações.

O Poder Legislativo, nesse tipo de Estado, não dá a última palavra. Aqui, o monarca é quem o faz; não de modo arbitrário, mas sim pela via da homologação ou da promulgação de um ato legislativo. Dessa forma, o monarca se vincula ao conteúdo concreto das decisões e quando há uma constituição nada mais tem a fazer senão assinar seu nome.

A teoria democrática de Hegel afasta-se, pois, de um sistema plebiscitário, devendo, assim, ser um Estado do tipo representativo. Com isso, pode-se dizer que o Estado hegeliano contém os princípios de um Estado democrático-social.

Procurando conceituar o Estado de Direito, o filósofo diz que ele tem que fazer valer a lei (sem privilégios, inclusive para o próprio Estado) e garantir os direitos individuais e sociais.

6 CONCLUSÃO

Pode-se concluir este estudo dizendo que o hegelianismo é o último dos grandes sistemas filosóficos do Ocidente. Determinando o horizonte intelectual em que ainda nos encontramos, exerceu decisiva influência na formação da teoria da práxis, da filosofia da existência e de algumas das correntes mais significativas do pensamento cristão.

De tão grande importância era a filosofia para Hegel que ele a considerava como a mais alta manifestação do Espírito absoluto, bem como a definia como o saber de todos os saberes. Com essas comparações, quis o filósofo classificar a filosofia como “o pássaro de Minerva que chega ao anoitecer”, ou seja, a crítica filosófica deveria ser feita ao final do trabalho realizado.

Por isso, tudo que fora exposto e muito mais é que Hegel propõe um novo conceito de história com o seu modo particular de pensar. Diz ele que o presente é retomado como resultado de um longo e dramático processo e que a história não é uma simples acumulação e justaposição de fatos acontecidos no tempo, mas é um verdadeiro engendramento, um processo cujo motor interno é a contradição.

Faz alusão, ainda em relação ao seu ponto de vista sobre a História, que nenhuma condição histórica é permanente. Por isso, a mais profunda lei política é

a liberdade, por ser um caminho aberto para o processo histórico. O Estado, segundo o filósofo, deveria ser a liberdade organizada.

Ao finalizar este estudo sobre um dos mais notáveis filósofos de todos os tempos, não se pode deixar de mencionar que, para muitos, a obra de Hegel foi de tamanho vulto que ela pode ser comparada com a de Goethe, na Literatura, e com a de Beethoven, na Música.

REFERÊNCIAS

ARANHA, Maria Lucia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1993.

SALGADO, Joaquim Carlos. **A idéia de justiça em Hegel**. São Paulo: Loyola, 1996.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Princípios da filosofia do direito**. Tradução de Orlando Vitorino. São Paulo: Martins Fontes, 1997 (Clássicos).

Abstract

Hegel consolidated all his philosophy basis in what we call dialectics. It was through this multiplying theory of knowledge that this philosopher could make his followers have critical and questionable minds and also from the other studios from the other fields of science. The knowledge, in a general sense, owes Hegel a great deal for his valuable contribution in the research field.

Key words: *Philosophy politics; Hegel; dialectics.*

A INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: uma breve abordagem sobre a sociedade da informação, o fenômeno global e a mundialização da cultura

Sara Andrade¹

Resumo

Articulando a importância da informação na sociedade contemporânea, transitamos entre fenômenos que têm nesse elemento informacional um ponto de comunhão. Trata-se da formação de uma sociedade global, sustentada pela informação e pelo conhecimento, e que tem como um dos seus aspectos mais discutidos a possibilidade de formação de uma cultura igualmente planetária. Trazemos aqui para comentário algumas das questões que se colocam como fundamentais em face dessa nova realidade que se edifica.

Palavras-chave: *Informação; sociedade contemporânea; novas tecnologias da informação; mundialização da cultura.*

1 O FENÔMENO GLOBAL E AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

A descoberta de que vivemos hoje em uma sociedade global e as novas formas de compreender o mundo nos surpreendem, encantam e atemorizam. O mundo não é mais compreendido como um conjunto de nações e o seu elemento central e principal não é mais o indivíduo em sua singularidade ou organizado coletivamente. O componente humano é agora concebido dentro de uma sociedade global, de um espaço mundializado pelas configurações e movimentos da globalização.

O fenômeno da Globalização é tido por Albrow² (apud., IANNI, 1997, p. 09), como a significação de "todos os processos por meio dos quais os povos do mundo são incorporados em uma única sociedade mundial, a sociedade global". Esta nova realidade traz implicações sociais, políticas, econômicas, históricas, culturais, geográficas e lingüísticas. Tal variação igualmente aponta as perspecti-

¹ Mestre em Ciência da Informação (UFPB), Professora da FARN.

² ALBROW, Martin. *Globalization, Knowledge and Society*. Sage Publications, London, 1990, pp. 3-13.

vas, a ótica sob a qual analisamos respectivo fenômeno, fazendo surgir várias metáforas, multiplicadas pela imaginação e pela reflexão, na tentativa de traduzir o acontecimento global:

Faz tempo que a reflexão e a imaginação sentem-se desafiadas para taquígrafar o que poderia ser a globalização do mundo. Essa é uma busca antiga, iniciada há muito tempo, continuando no presente, seguindo pelo futuro. Não termina nunca. São muitas as expressões que denotam essa busca permanente, reiterada e obsessiva, em diferentes épocas, em distintos lugares, em diversas linguagens (IANNI, 1997, p. 57).

Segundo Ianni (1997, p. 16), muitas expressões descrevem ou traduzem a globalização: “economia-mundo”, “sistema-mundo”, “shopping center global”, “capitalismo global”, “mundo sem fronteiras”, “hegemonia global”, “Disneylandia global”, dentre outras. Cada uma dessas formulações suscita ângulos diversos de análise, priorizando aspectos que transitam desde o social e o político até o lingüístico.

Em seu aspecto mais geral, contudo, é a idéia de comunidade mundial, de mundo sem fronteiras que vamos empregar neste primeiro momento. É no âmbito de um espaço ou ambiente global que vamos considerar as novas tecnologias de informação e a sociedade que tem nelas um de seus sustentáculos: a sociedade da informação e do conhecimento.

A expressão ‘Sociedade da Informação’ quer significar uma nova forma de organização social em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação de informação adquirem primazia na criação de conhecimento e na potencial satisfação das demandas da sociedade atual. Tal sociedade corresponde a uma nova estrutura social, cujo funcionamento recorre crescentemente a redes digitais de informação. As alterações daí advindas resultam do desenvolvimento de novas tecnologias da informação, audiovisuais e das comunicações com as suas importantes ramificações e impactos no trabalho, na educação, na ciência, na saúde, no lazer, nos transportes e no ambiente, dentre outros.

A transição para esta nova sociedade, motivada pela revolução informacional, possui um traço diferencial em relação às outras revoluções tecnológicas, que tinham por base a energia, a matéria e a força muscular. O que

caracteriza a transição em curso (da sociedade industrial para a pós-industrial) é o domínio da informação e do conhecimento:

Na transição da sociedade industrial para a pós-industrial, a informação vai se delineando como ingrediente indispensável à tomada de decisões e objeto propulsor do desenvolvimento (...), o fator determinante do progresso se desloca cada vez mais da posse de bens materiais para a capacidade de elaborar idéias (CABRAL, 1992, p. 214).

Nesse espaço de primazia da informação e do conhecimento, as novas tecnologias desenvolvidas para seu manejo e uso vieram dar novo impulso ao trato do elemento informacional, de como acessá-lo, recuperá-lo, transmiti-lo. A mídia adquire novos recursos ao contar com uma comunicação global e instantânea que lhe potencializa como veículo de transmissão de notícias. A “Aldeia Global” indica a formação de uma comunidade mundial, materializada “com as realizações e as possibilidades de comunicação, informação e fabulação abertas pela eletrônica” (IANNI, p. 16). Com esse recente espaço aberto, além das mercadorias convencionais, a informação aparece como um novo produto a ser comercializado: “As informações, os entretenimentos e as idéias são produzidas, comercializadas e consumidas como mercadorias” (IANNI, p. 52).

Segundo Ianni, a modernização parece ter como marca “a proliferação e a generalização dos meios impressos e eletrônicos de comunicação, articulados em teias multimídias alcançando todo o mundo” (IANNI, p. 93). Em função das tecnologias originadas da informática e da eletrônica, os meios de comunicação se fortalecem com mais recursos e mais dinamismo. A mídia eletrônica prevalece, no âmbito da Aldeia Global, como poderoso instrumento de comunicação e informação.

Seja qual for sua realidade ou idéia, a Aldeia Global tem como suporte a informatização, as técnicas eletrônicas que compõem uma máquina universal que maneja mensagens múltiplas e está presente em todos os lugares. São o que se denominam ‘tecnologias da inteligência’, as quais caracterizam a era da informática.

A explosão dessas novas tecnologias da informação e da comunicação, a qual tem hoje como emblema a Internet, vem acompanhada do surgimento da sociedade da informação e do conhecimento. Essas tecnologias, que intervêm na quase totalidade das atividades humanas, estruturam modos de aprender, de pensar, de produzir, de trocar, de decidir e de se representar o mundo.

A Sociedade da Informação, portanto, desenha-se como um novo ambiente global, alicerçado na comunicação, cujas regras de operação, serviços e aplicações estão sendo discutidas e construídas atualmente em âmbito mundial.

Diante desse fluxo mundializado de informações, percebemos que o fenômeno global e a sociedade informacional possuem um nexo particular: as novas tecnologias de informação e comunicação. A nova realidade que se configura nos coloca algumas questões fundamentais sobre suas conseqüências e efeitos, dentre as quais destacamos as seguintes indagações: aderir à era da informação e do conhecimento, assim como entrar no ritmo da globalização, pode significar o progresso social ou o aniquilamento das culturas locais, regionais e nacionais? Até que ponto estar inserido nesta nova realidade é benéfico ou maléfico para as nações sob o ponto de vista de suas tradições culturais? Seria o excesso de informação algo ameaçador para as sociedades contemporâneas?

Relacionar o fluxo global de informações com o progresso social, assim como a globalização com a identidade cultural requer mais que avaliar essas relações entre benéficas ou maléficas, o que é geralmente uma tendência a priori, sendo necessário, para uma ponderação rica e cautelosa, perceber as vantagens e desvantagens que podem se extrair desse novo campo de ligações.

Na realidade, todas as questões postas até o momento devem ser consideradas como uma provocação que, pela inquietação que pode causar, promove o desafio e a motivação de se tentar produzir exames mais cuidadosos e articulações mais consistentes do que se pretende argumentar. Tomaremos aqui essa provocação e nos empenharemos no intento de discutir brevemente o tema sem a pretensão de esgotar suas possibilidades de entendimento, mas sim de expor sucintas considerações e de renovar nossas inquietações.

A Sociedade da Informação e o fluxo mundializado de mensagens, desenham-se, portanto, como um novo ambiente global, alicerçado em comunicações, cujas regras de operação, serviços e aplicações ainda estão sendo discutidas e construídas em âmbito planetário.

Fazer parte dessa nova sociedade não significa tão somente gozar dos seus benefícios, dos ganhos ou proveitos que as novas tecnologias podem oferecer. É neste momento que pretendemos ponderar os avanços, os benefícios e malefícios que a dinâmica informacional impressa pelas técnicas eletrônicas de informação e comunicação fazem surgir como conseqüência.

Inegáveis são os progressos e benefícios que o fluxo mundializado de

informação pode redundar. Em todos os setores da nossa vida quotidiana percebemos a presença das novas tecnologias e como estas facilitam nossas atividades no trabalho, na vida doméstica, nas relações comerciais e financeiras, na academia e no lazer. O usufruto destas técnicas e a facilidade de se obter e recuperar informações que nos auxiliem no exercício de nossas atividades e na tomada de decisões podem nos aproximar do progresso ou nos põe dentro de sua marcha.

Muitos projetos podem ser encaminhados, muitos problemas podem ser solucionados com o uso de tecnologias informáticas e principalmente com o teor das informações que destes instrumentos fazem uso para circular entre seus usuários.

A circulação de informações se traduz não somente em avanços tecnológicos ou instrumentos sofisticados de multimídia, podem representar também um fluxo de conhecimentos, cuja apropriação e utilização importa em produção de mais conhecimento e de progressos em todos os setores sociais.

Talvez aqui esteja a primeira inquietação sobre os supostos progressos alcançados com o mero fluxo de informações. Acreditamos que a aproximação ou até o alcance “dos horizontes progressivos da modernidade” não é algo automático, mágico. O simples ir e vir de informações não põe uma nação no rumo certo do progresso. Dois aspectos devem ser considerados antes que aceitemos esta hipótese: 1) Que tipo de informação está circulando? 2) Como as pessoas se apropriam dessa informação?

Pensamos que a transmissão da informação apenas geraria progresso quando, além de possuir o teor progressista necessário para tanto, motivasse transformações, redefinições de conceitos e noções, e, enfim, quando dita informação interagisse com seu destinatário, transformando-se com ele, para que, por fim, ocorra a apropriação pelo usuário dessa informação do que acabou de ser conhecido.

Informações mal compreendidas, mesmo que transmitidas com o uso da mais alta tecnologia, pode significar progresso nenhum. Antes de considerarmos como válida a hipótese de que estar inserido na malha do tráfego competente de informações leva ao progresso, devemos considerar outros elementos, a exemplo do fator educação, do preparo intelectual das pessoas que enviam e recebem mensagens, do grau de compreensão e da capacidade de se inclinarem “progressivamente” para o futuro e para a “modernidade” (atribuindo-se para esta um sentido evolutivo).

Não queremos aqui articular argumentos pessimistas, ao contrário, encaramos com otimismo tudo o que possa colaborar com o bem-estar social,

apenas não queremos tratar questão tão complexa e relevante de forma simplificada. Temos, antes de tudo, que saber de que progresso estamos falando e que tipo de progresso queremos para nós.

2 MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA E IDENTIDADE CULTURAL

Considerando o fenômeno global e seus efeitos no mundo da cultura, afigura-se oportuno destacar que uma das preocupações mais prementes nessa temática é a questão da sobrevivência das culturas locais em face de uma “planetarização cultural” que se anuncia. Isso porque a globalização, fenômeno quase inexorável da atualidade, é entendida como a significação de todos os processos por meio dos quais os povos do mundo são incorporados em uma única sociedade mundial, a sociedade global.

Conforme já afirmamos, muitos efeitos se incluem nesta nova realidade, com implicações sociais, políticas, econômicas, históricas, culturais, geográficas e lingüísticas. Analisaremos agora esse fenômeno considerando um dos seus aspectos possíveis, situado dentro das previsões de formação de uma cultura mundial e da possibilidade de “extinção” das culturas locais e da identidade cultural.

Como bem nos coloca Ortiz (1996, p. 62):

As inovações tecnológicas têm evidentemente uma influência capital na mundialização da cultura, formando a infra-estrutura material para que ela se consolide. Computadores, fax, satélites possibilitam a comunicação à distância, favorecendo o desenvolvimento das cadeias televisivas planetárias e das firmas globais... o planeta é uma rede informacional cujas partes encontram-se interligadas.

Uma reflexão importante e inevitável é posta de início: ante o fenômeno da globalização, que propõe um mundo sem fronteiras e uma certa unicidade, estariam as diferenças e as diversidades culturais ameaçadas?

De fato, pensar numa aldeia global nos sugere também pensar nesta unicidade já mencionada. Contudo, tal idéia não é antagônica às diferenças e às diversidades. Ao contrário, mesmo que se construa uma nova forma de compreender o tempo e o espaço, mesmo que se crie uma nova ‘visão de mundo’ mais global, as outras ‘visões de mundo’ continuam existindo e todas elas convivem,

em conflitos, acomodações e hierarquias, sem, no entanto, aniquilarem-se.

Segundo Ortiz, o processo de mundialização da cultura preserva outras culturas, que são as culturas locais e preexistentes no interior do espaço transcultural que se edifica, inculcando nestas novos significados e outras conotações. A totalidade integrada inspirada pela mundialização “penetra as partes no seu âmago, redefinindo-as nas suas especificidades”.³ Para existir, o processo de mundialização deve se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens.

A cultura que antes tinha uma área geográfica determinada, agora pode ser pensada numa territorialidade global. Isso pode nos levar a crer, num primeiro momento, que com a difusão tecnológica, “a aldeia global consagraria uma homogeneização dos hábitos e do pensamento. As tecnologias de comunicação, ao aproximarem as pessoas, tornariam o mundo cada vez mais pequeno e idêntico”.⁴

O que há de fato, é talvez uma hegemonia da cultura mundial e não uma homogeneização cultural. A diferença é por demais importante e incontroversa. Quando falamos em hegemonia, pressupõe-se a existência de outros tipos de expressões culturais, que coexistem no contexto hegemonizado da sociedade global. Hegemonia quer significar preponderância, supremacia, superioridade. Isso nos faz presumir, sem muito esforço hermenêutico, que há uma relação com o outro, que várias culturas se relacionam, convivem e se acomodam. Já a homogeneização, embora pressuponha a existência de partes, essas são da mesma natureza, estão estreitamente ligadas e não apresentam diferenças. Seria o fim das diferenças e das diversidades que comprometeriam a identidade cultural e este fim, embora pareça se prenunciar com o desenvolvimento espetacular de tecnologias, não devemos imaginar que estas nos levariam a viver num mundo sem fronteiras, mas sim que a contemporaneidade, ao romper com a geografia tradicional, cria novos limites.

Esta coexistência entre a cultura hegemônica e outras culturas é bem ilustrada pelo cientista social Ianni (1997, p. 110-112), quando, a título de exemplificação, explica essa dita convivência quando nos esclarece que, muito embora a língua inglesa venha sendo o idioma da aldeia global, as outras línguas não deixam de existir:

Sim, a língua de fato da aldeia global tem sido principalmente o inglês... Naturalmente as outras

³ ORTIZ, 1996, p. 30-31.

⁴ *Ibid.*, p. 31.

línguas não só permanecem, mas desenvolvem-se, transformam-se e até mesmo podem enriquecer-se.

... Do intercâmbio entre as diferentes línguas como momentos essenciais das diferentes culturas, dos diferentes modos de ser, tanto se produzem mutilações e reiteraões como recriações e transfigurações.

... A universalização do inglês, portanto, não significa automaticamente a homogeneização dos modos de falar, escrever e pensar, ou ser, agir, sentir, imaginar e fabular. Ainda que a forma pela qual está ocorrendo a globalização do capitalismo leve consigo essa tendência, ainda que idéia de aldeia global implique essa conotação, é negável que as mais diversas modalidades de organizar a vida e o trabalho, as heranças e as tradições, as façanhas e as derrotas, ou os trabalhos e os dias, continuarão a produzir e a desenvolver as diferenças, as diversidades e as polifonias.

Na sociedade global, ao mesmo tempo que atuam forças de articulação, integração e até de homogeneização, operam forças que afirmam e desenvolvem diversidades, singularidades e identidades. O problema da diversidade no contexto da globalização deve ser refletido. Contudo, não devemos nos inclinar para posicionamentos exacerbados, em que o local supera o global ou que a diversidade se subordina à globalidade, não podemos esquecer que “o local pode não só afirmar-se como recriar-se no contraponto com o global” (IANNI, 1997, p. 202).

A sociedade global traz, nas suas configurações e movimentos, o problema da diversidade. Em qualquer situação estamos diante do contraponto local-global, parte e todo, micro e macro, individualismo e holismo... nossa reflexão se envolve com a dialética singular e universal. O que precisamos deixar claro é que não há primazia de um ou outro, mas sim que ambos se constituem reciprocamente, articulam-se de maneira harmoniosa, tensa ou contraditória. “A globalização não significa nunca homogeneização, mas diferenciação em outros níveis, diversidades com outras potencialidades, desigualdades com outras forças”.⁵

⁵ IANNI, p. 206.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia. Grupo de Trabalho sobre Sociedade da Informação. **Ciência e tecnologia para a construção da sociedade da informação no Brasil** (Documento de Trabalho Versão 3). São Paulo: CNPq/IBICT, Instituto UNIEMP, 1998.

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. **Bases para o Brasil na sociedade da informação: conceitos, fundamentos e universo político da indústria e serviços de conteúdo**. São Paulo: CNPq/IBICT, Instituto UNIEMP, 1998.

CABRAL, Ana Maria Rezende. **Sociedade pós-moderna: o poder da informação, o poder de informar**. Revista da Escola de Biblioteconomia. Belo Horizonte: UFMG, v. 21, n. 02, p. 213-223. jul/dez., 1992.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

Abstract

Articulating the importance of the information in the modern society, moving through phenomena, which have in this informational element a common point. We are talking about the formation of a global society, based on information and knowledge, and that it has one of the most arguable aspects the possibility of formation of a culture equally planetary. We bring some questions, which are considered fundamental for comments of this new reality that is being built.

Key words: *Information; contemporary society; news technologies.*

O PRINCÍPIO DA IGUALDADE: da formalidade à efetividade

Carlos Thompson Costa Fernandes¹

Resumo

Nesse estudo tenciona-se analisar, ainda que perfunctoriamente, o princípio da igualdade em sua faceta formal e material, desde sua previsão em textos normativos meramente declaratórios, até sua preceituação naqueloutros, cognominados constituições, cujos conteúdos desfrutam das características de supremacia e fundamentalidade.

Nesse desiderato, permeia-se a influência que tal norma principiológica sofreu e vem passando, máxime de ordem econômico-social, que reflete, de imediato, no âmbito da Ciência Jurídica até alcançar o Estado contemporâneo, cujos alicerces, voltados a todo o tempo à procura de sua efetividade, almejam identificá-lo como Democrático de Direito.

Palavras-chave: *Princípios da igualdade; igualdade formal; igualdade material; direito a igualdade.*

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Nada mais instigante e tormentoso, dentre os direitos e garantias individuais, do que discurrir, mesmo que despido esteja de qualquer pretensão, sobre o princípio da igualdade.

Nessa linha, cuidar-se-á de abordá-lo levando em conta aspectos relacionados à igualdade formal e material, expondo a evolução ocorrida diante da sua previsibilidade em diplomas declaratórios e constituições.

No arremate, será evidenciado o tratamento desse princípio no Estado contemporâneo, que tencione chamar-se Democrático de Direito, principalmente, no que se refere a fatores econômico-sociais incitadores de sua efetividade.

¹ Mestre em Direito Constitucional pela PUC – SP. Professor da FARN.

2 A IGUALDADE FORMAL

O princípio da igualdade, como objeto de pesquisa, como descrito outrora, aventa questionamentos variados, os quais podem ser acompanhados e comprovados na sedimentação de sua definição teórica, quando da Revolução Francesa até os dias atuais.

Essa conjectura exteriorizou-se no comportamento do indivíduo em si, como sujeito dos efeitos formais da igualdade, como também no reivindicar da sociedade, que não se acomodara em funcionar como mera coadjuvante desses efeitos.

Contra os abusos perpetrados pelo absolutismo nos séculos XVIII e XIX, movimentos se desencadearam com o fito de desenvolver um elenco mínimo de direitos individuais para a proteção contra as investidas sempre avassaladoras do Estado absolutista, no qual a pessoa do monarca se confundia com a própria instituição Estado e, por isso, os seus atos volitivos suplantavam abertamente os ditames normativos e, finalmente, sua força, expressada pelo seu poder político, era confundida como que se de um Deus proviesse.²

Naqueles idos, com a pretensão de instalação de um Estado de Direito, por meio do qual o indivíduo tivesse um campo próprio de direitos inalienáveis, imprescritíveis e irrenunciáveis – sem que o Estado deles pudesse dispor – adveio, por outro lado, a instrumentalização de uma pauta, instruída de critério negativo, aspirando vedar e eliminar privilégios pessoais e prerrogativas de classes subsistentes e amplamente disseminadas na conjuntura sócio-política da época.³

Eis o reinado da igualdade formal, revelada preambularmente pela Declaração do Estado da Virgínia, em 1776 e, posteriormente, pela Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, emanada da Revolução Francesa, em 1789, por meio da qual adquiriu universalidade.

Sobre essa questão, perdura uma certa querela em se saber qual o

² "... as declarações dos séculos XVIII e XIX apresentam uma indisfarçável hostilidade contra o poder, considerado o inimigo por excelência da liberdade. Em todas elas, avulta a mesma preocupação: armar os indivíduos de meios de resistência contra o Estado. Seja por meio delas estabelecendo zona interdita à sua ingerência – *liberdades-limites* – seja por meio delas armando o indivíduo contra o poder no próprio domínio deste – *liberdades-oposição*" (FERREIRA FILHO, 1997, p. 280-281).

³ Como bem assevera J. J. Canotilho: "As regras de direito estabelecem padrões de conduta ou comportamento (direito objectivo), mas garantem também uma *destinação* e *diferenciação* do indivíduo através do direito perante os poderes públicos, assegurando-lhes um estatuto subjectivo essencialmente constituído pelo catálogo de direitos, liberdades e garantias pessoais" (*Direito constitucional e teoria da constituição*, 238).

documento que culminou na expressividade individualista e, por decorrência, liberal, no final do século XVIII e início do século XIX.

Alguns autores indicam a Declaração do Estado da Virgínia, em 1776, como propulsora dessa luta em busca dos direitos fundamentais.⁴ Outros, por sua vez, apontam a Declaração do Homem e do Cidadão de 1789 (Francesa) como responsável pela difusão política e jurídica do ideal de igualdade.⁵

Empregando o rigor cronológico, não há que se questionar contra o pioneirismo da Declaração da Virgínia de 1776, documento este com conteúdo marcadamente insurrecional às regras impostas pelo absolutismo. Entretanto, a grande responsável pela divulgação desses direitos fundamentais e, incluindo aqui, o da igualdade, em seu aspecto formal, foi, indubitavelmente, a Declaração Francesa de 1789.

Como já salientado, investindo-se contra os privilégios de ordem pessoal e a discriminação existente em torno das classes sociais, que na época se dividiam em nobreza, clero e povo, este subdividido em burgueses, proletariados e camponeses, procurou-se conceber o ideário individualista, em que o homem, nascendo livre, deveria por si só, em igualdade de condições com os demais, promover seu próprio desenvolvimento sem a interferência política do Estado. A igualdade aqui era vista com um caráter de uniformidade, ou seja, tratamento igualitário a todos, indistintamente.

Propagada por intermédio do racionalismo burguês-francês, a idéia de igualdade terminou por receber maciço amparo da classe proletariada que, com o suceder do tempo, principiou a exigir, outrossim, a sua substantividade, em flagrante reação à sua prescrição meramente formal nos diplomas legais.

Para fazer vingar tal ideologia, olvidou-se de apresentar reais garantias dessa previsão igualitária.

Em verdade, numa análise crítica, não houve esquecimento em propiciar ditas garantias aptas a viabilizar a plena observância da igualdade, dentro das possibilidades lógicas verificadas em cada situação factual emergente. Deu-se,

⁴ "A opressão absolutista foi a causa próxima do surgimento das Declarações. Destas, a primeira foi a do Estado da Virgínia, votada em junho de 1776..." (Ibid., p. 281)

⁵ Alice Bianchini afirma com convicção: "A origem da idéia jurídica de igualdade, por seu turno, não se põe em dúvida: advém do direito público francês, tendo sido, pioneiramente, formalizada por ocasião da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789 e, mais tarde, incorporada, à guisa de preâmbulo, ao texto constituinte adotado a 03.09.1791" (BIANCHINI, 1996, p. 208).

pois, omissão proposital da classe burguesa, mentora desses ideais de cunho eminentemente formal. Porquanto ela, detentora de poder econômico e alicerçada no contratualismo – de Rousseau, que fora desvirtuado – no jusnaturalismo subjetivo e no racionalismo nacionalista, engendrou, nessa dimensão, os direitos fundamentais justamente para, antagonicamente ao que restara difundido, prevalecer como classe de ideologia capitalista, conduzente e mantenedora do processo evolutivo do liberalismo econômico.

Emerge, nessa altura, o apogeu do Estado Liberal, no qual ao indivíduo dava-se a oportunidade de conquistar aquilo que lhe era devido, intervindo o Estado minimamente nestas relações. Em outras palavras, a livre iniciativa, o direito de propriedade e o mercado eram os instrumentos que ditavam as regras, não cabendo ao Estado imiscuir-se nessa seara. Conforme registra Celso Ribeiro Bastos:⁶

a forma sob a qual melhor veio a ser conhecida a teoria dos direitos individuais é a proposta pelo liberalismo que prega o caráter negativo destes direitos, é dizer: O Estado os satisfaz por um abster-se, por um não atuar. Por exemplo, o direito à liberdade, à propriedade.

Com este comportamento, o volume de riquezas se ampliou. A indústria também se desenvolveu. Esse desenvolvimento veio a impulsionar, por sua vez, as desigualdades entre os que detinham vigor econômico e os que se entregavam ao trabalho, exatamente para garantir essa fartura, muito embora dela não usufruíssem.⁷

Nesse ambiente, entre a opulência da burguesia e a miséria da classe proletariada, exsurtiu o reclamo por uma política que produzisse o resultado efetivo posto, genérica e abstratamente, nas normas liberais. Subsistente a de ordem política (meramente formal), ante a prevalência da liberdade até mesmo sobre a igualdade, carecia assegurar, também a todos, aquela de ordem econômica.

Isto, definitivamente, não interessou nem despertou a classe burguesa, somente preocupada, até então, em desfigurar a opressão política patrocinada pelo absolutismo, que impedia o deslanchar de sua atividade essencialmente econômica. Não é demasiado trazer à memória:

⁶ FERREIRA FILHO, 1997, p. 170.

⁷ Alice Bianchini retrata com precisão esta trajetória quando noticia que “o desenvolvimento industrial, por sua parte, trouxe como corolário a formação de uma classe operária, para a qual as garantias formais, caracterizadoras das chamadas liberdades formais, de sentido negativo, como resistência e limitação ao poder, eram insuficientes, uma vez que era da opressão econômica (capitalista) que provinham as suas mazelas” (BIANCHINI, 1996, p. 212).

era neste cenário que se introduzia a concepção formal da igualdade, como um dos elementos a demarcar o Estado de Direito Liberal. Todavia, como já ressaltado, não era previsto qualquer direito de natureza social e nem mesmo se pensava no valor da igualdade sob a perspectiva material e substantiva.⁸

Envereda-se, pois, na segunda fase evolutiva do princípio da igualdade, com a rebeldia daqueles que nunca tiveram real acesso aos seus benefícios. Retratar-se-á, a partir de agora, o desenrolar da luta pela igualdade material.

3 IGUALDADE MATERIAL

A Revolução Francesa, como se viu, teve um desiderato certo: elevar a burguesia, classe antes à margem do Estado absolutista, à categoria de classe dominante do poder político e econômico.

Com essa asserção, é de se ter como incongruente com o movimento, ao menos diretamente, qualquer intenção com vistas a respaldar direitos e garantias fundamentais em sua acepção material. A burguesia, destarte, em nada se preocupou em acenar para questões envolvendo direitos sociais⁹.

Esse comportamento recalcitrante de descompromisso com a massa, que lhe oferecera e lhe dera apoio quando dos movimentos fundantes dos direitos individuais acarretou uma onda de revoltas populares e de pronunciamentos reiterados de doutrinadores em torno desse abismo existente entre a previsibilidade formal dos direitos fundamentais e a sua transparente inaplicabilidade no campo pragmático.

Inobstante, o próprio alcance do sufrágio universal, como instrumento caracterizador da democracia indireta – representativa – também desencadeou essa efervescência popular. Isto porque, mesmo diante do empobrecimento da classe proletária, restava a ela ainda o direito de sufrágio, direito este que terminava por atemorizar e influenciar a classe dominante.

⁸ Ibid., p. 140.

⁹ Corroborar esse entendimento o parecer de Alice Bianchini: "Indubitavelmente, a Revolução Francesa, na sua consagração final, foi muito mais um movimento de reformulação política do que de insurreição para conquistas sociais" (Ibid., p. 213).

Esse pré-falado processo reivindicatório projetou a instituição, nos países ocidentais – conhecidos pelo capitalismo exacerbado – de direitos econômicos e sociais, em sede constitucional, os quais, atribuindo ao Estado obrigações de cunho positivo, visavam a prestação, *verbi gratia*, de serviços públicos. A partir daí, o Estado passou a intervir decididamente na economia, intervenção esta que lhe rendeu papel ativo no resguardo de uma série de direitos sociais.

Celso Ribeiro Bastos aponta a doutrina altercada por Marx e Engels como elemento que “desfechou um golpe fatal à concepção liberal dos direitos individuais clássicos, tão profundo que acabou por desfigurá-la por completo”. Mais adiante assevera:

Nada obstante partir de uma ideologia totalmente diversa, a crítica marxista teve, sem dúvida, o condão de repercutir nas formulações clássicas, sobretudo em dois pontos: na insuficiência do igualitarismo meramente formal e no caráter muitas vezes platônico de certos direitos, quando não acompanhados de condições materiais necessárias à sua plena efetivação.¹⁰

Decerto, a doutrina defendida por Marx inflamou sobremaneira a classe proletariada, que se encontrava, naquela passagem, sobrecarregada com o trabalho prostrado do crescimento da produção industrial, além de altamente debilitada sob o ponto de vista econômico – visto já padecer do mal da miserabilidade.

Como bem sintetiza Pinto Ferreira:

as democracias ocidentais procuraram regular o problema das reivindicações proletárias, daí surgindo o intenso desenvolvimento de uma legislação de trabalho, a compreensão socializante do direito de propriedade e o reconhecimento de inúmeros direitos socialistas da massa trabalhadora, provocando mesmo o nascimento de uma ordem socialista do Estado.¹¹

Todos esses avanços de ordem social, ensejadores do Estado Social (ou Intervencionista), contribuíram para o reconhecimento da necessidade de se pro-

¹⁰ BASTOS, 1998, p. 170.

¹¹ FERREIRA, p. 768.

mover, ou melhor, de se instituir garantias específicas visando assegurar plena efetividade aos direitos individuais e, conseqüentemente, à igualdade.

4 PRINCÍPIO DA IGUALDADE – APLICABILIDADE CONTEMPORÂNEA

Ao longo das considerações pretéritas, um processo evolutivo dos direitos fundamentais e individuais foi registrado. Tomou-se conhecimento das crises e revoluções ocorridas na pretensão de fazer prevalecer o direito de igualdade a todos os cidadãos componentes do Estado de Direito – Constitucional e Democrático –.

Hodiernamente, está-se a colher os frutos desses movimentos em busca de uma igualdade material. De uma realidade prestigiosa de documentos de conteúdo eminentemente declaratórios, passou-se a testemunhar um empenho da sociedade em avançar, pelos canais disponíveis da representatividade e das normas constitucionais – sejam de ordem princípio lógica, regrativa ou valorativa – nas garantias e remédios jurídico-processuais tendentes a abolir as discriminações pessoais subsistentes entre os indivíduos, como as provenientes de cor, sexo, idade, bem como aquelas decorrentes do exercício dos direitos políticos, civis, econômicos, sociais e culturais.¹²

Já se visualiza a postura de cobrar responsabilidades do Poder Legislativo, quanto à limitação à sua atividade legislativa, bem assim aos outros Poderes, no que tange à aplicabilidade de regras de interpretação.¹³

Com essa ilação se pode enunciar que, numa visão abrangente, mesmo não tendo essa intenção, os ideais liberais – individualistas – terminaram por impulsionar a criação de direitos sociais e econômicos, favorecendo, dessarte, as camadas sociais economicamente desprestigiadas.

Contudo, não se pode aceitar manobras excêntricas que tenham o objetivo de ressuscitar a preponderância da formalidade em detrimento da efetividade.

¹² Como bem resume Alice Bianchini: "Foram criados, para tanto, instrumentos específicos de defesa dos direitos e garantias inscritos nas Constituições, que, dependendo do país, desempenham papéis de sobrelevada importância, e vêm sendo, pelo menos no caso brasileiro, pouco a pouco aprimorados, ainda que se possa afirmar que muito há para ser desenvolvido" (BIANCHINI, 1996, p. 218).

¹³ Ensina Manoel Gonçalves Ferreira Filho: "Como limitação ao legislador, proíbe-o de editar regras que estabeleçam privilégios, especialmente em razão da classe ou posição social, da raça, da religião, da fortuna ou do sexo do indivíduo. Inserido o princípio na Constituição, a lei que o violar será inconstitucional. É também um princípio de interpretação. O juiz deverá dar sempre à lei o entendimento que não crie privilégios, de espécie alguma. E, como o juiz, assim deverá proceder todo aquele que tiver de aplicar uma lei" (FERREIRA FILHO, p. 274).

Exemplo servível para se trazer a pêlo é o caso da inserção das normas programáticas nas constituições – ou de eficácia limitada de princípio programático, na dicção de José Afonso da Silva. Essas normas, como consabido, ainda que desfrutem de um mínimo de eficácia, não são de aplicação direta e imediata, posto que se limitam apenas a delinear princípios diretivos e comandos gerais para serem logrados pelos órgãos e Poderes do Estado. Nesse passo, cabe ao legislador ordinário ou aos agentes dos outros Poderes a incumbência de efetivá-las, na forma e condições previstas na Constituição. Por outro lado, cumpre aos cidadãos reivindicar, no exercício legítimo de participação política, a efetividade e realização dessas metas ou fins esculpidos pelo Poder Constituinte Originário.

Muito se discute acerca da prestabilidade das normas constitucionais de cunho programático, ante a sua quase sempre *aparente* letargia. Todavia, adequado se mostra o posicionamento daqueles que defendem sua relevância, ante o reconhecimento de sua contribuição para a construção de um Estado assecuratório de direitos e garantias fundamentais.

Ao entrar em contato com a origem dessas normas e acompanhar a sua evolução no âmbito do Direito Constitucional, logo se denuncia o seu destaque. A passagem do Estado Liberal, que valorizou o indivíduo – limitando os poderes do Estado – para o Intervencionista, cujas atividades foram ampliadas, máxime no aspecto sócio-econômico, dando-lhe uma feição de social, é a prova de sua importância. Em verdade, essas normas são tendências na busca de um Estado mais igualitário e, por via de alcance, mais justo. Com o tempo, estarão ou não efetivadas, a depender do caminhar das ações promovidas pelos cidadãos integrantes da nação e máxime daqueles exercentes do poder.¹⁴

Processam-se críticas pela inércia dos Poderes e órgãos do Estado, em não providenciar a aplicabilidade plena desses dispositivos programáticos – a maioria procedente. Ocorre que, não se pode deixar de reconhecer a dificuldade concreta de realização de algumas desses ideais. Essas conquistas hão de surgir – e estão surgindo – com o caminhar dos tempos, com a solidificação do espírito social, ao qual está – ou estava ? – compromissada nossa Constituição.

Contudo, não há olvidar que, ainda não sendo possível implementar todos os princípios programáticos, vedado está ao legislador ou aos órgãos

¹⁴ É como afirma José Afonso da Silva: “As normas programáticas, introduzidas na constituição como resultado do conflito de interesses, importam, ao menos, numa tentativa de superação da democracia formal, e tendem, como visto, a instaurar um regime de democracia substancial, ao determinarem a realização de fins sociais, através da atuação de programas de intervenção na ordem econômica, com vistas à realização da justiça social e do bem comum”. (SILVA, 1998, p. 156).

públicos em geral adotar medidas que se choquem com aquelas diretrizes. Em melhor síntese, não se pode coagir em termos absolutos a produção legislativa ou administrativa para promover e realizar aqueles programas, mas, todavia, eles, também, não poderão efetivar ações contrárias ou violadoras daquelas, sob pena de tais legislações, atos e medidas serem considerados inconstitucionais.

De uma forma ou de outra, resta a todos promover o aprimoramento desses direitos, eliminando as discriminações inconstitucionais e privilegiando o princípio da igualdade e as metas que dele se podem extrair, metas estas, pois, que acabam por fortalecer, também, o próprio Estado Democrático de Direito.¹⁵

5 CONCLUSÕES

1. Na luta contra o regime absolutista exurgiu o Estado de Direito – Liberal –, por meio do qual procurou-se instituir um conjunto de direitos para os indivíduos e, ao mesmo tempo, afastar privilégios e discriminações subsistentes no seio das relações sociais.

2. Esse movimento que pregava a igualdade formal ganhou a adesão das classes menos abastadas – principalmente a proletariada – que, todavia, com ela não passou a se contentar.

3. A igualdade formal foi o instrumento empregado pela classe burguesa para vender seu modelo político-econômico, exteriorizado no Estado Liberal.

4. A lousura entre a previsibilidade e a efetividade do princípio da igualdade propiciou o processo reivindicatório em busca de garantias para sua observância, inclusive com a participação intervencionista do Estado.

5. A representatividade e o respeito à Constituição, diploma supremo do Estado, foram premissas aplicadas com vistas a salvaguardar o direito à igualdade, que terminava por não legitimar qualquer espécie de discriminação não agasalhada pelo sistema constitucional.

6. Garantias e remédios jurídico-processuais positivados capazes de minimizar ou eliminar de uma vez os efeitos de discriminações entre os indivíduos, seja em relação a cor, raça, sexo, idade, seja em relação aos direitos políticos, civis

¹⁵ Esse é o magistério de Flávia Piovesan, Luciana e Priscila Kei Sato: “Se a democracia se confunde com a igualdade, a implementação do direito à igualdade, por sua vez, impõe tanto o desafio de eliminar toda e qualquer forma de discriminação como o desafio de promover a igualdade. Para a implementação do direito à igualdade, é decisivo que se intensifiquem e se aprimorem ações em prol do alcance dessas duas metas que, por serem indissociáveis, não devem ser desenvolvidas de forma conjugada” (PIOVESAN; PIOVESAN; KEISATO, 1997, p. 145).

e sociais, são evidências e respostas no intento de tornar viável o respeito ao princípio da igualdade.

7. As normas constitucionais programáticas não devem servir de trampolim para se desprezar a efetividade dos direitos alinhados ao princípio da igualdade.

8. A reverência ao princípio da igualdade se mostra como recurso indispensável em busca do convívio pacífico e justo de toda e qualquer sociedade que tenha a intenção de se sujeitar aos fundamentos de um Estado Democrático de Direito.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Celso Ribeiro. **Curso de direito constitucional**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

BIANCHINI, Alice. A igualdade formal e material. **Caderno de direito constitucional e ciência política**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 17, p. 202-222, out./dez., 1996.

BOBBIO, Norberto. **Igualdade e liberdade**. 2. ed., Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

CANOTILHO, J. J. Gomes. **Direito constitucional e teoria da constituição**. 2. ed., Coimbra: Almedina, 1998.

COMPARATO, Fábio Conder. Igualdade, desigualdades. **Revista Trimestral de Direito Público**, São Paulo: Malheiros, n. 1, p. 69-78, 1993.

CUNHA, Elke Mendes; FRISONI, Vera Bolcioni. Igualdade: extensão constitucional. **Caderno de direito constitucional e ciência política**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 16, p. 248-267, jul./set., 1996.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Curso de direito constitucional**. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 1997.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Conteúdo jurídico do princípio da igualdade**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 1997. 14

MIRANDA, Pontes de. **Comentários à Constituição de 1967**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1969.

MORAES, Alexandre. **Direito constitucional**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PIOVESAN, Flávia; PIOVESAN, Luciana; KEI SATO, Priscila. Implementação do direito à igualdade. **Caderno de direito constitucional e ciência política**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 21, p. 139-145, out./dez., 1997.

SABBAG, César de Moraes. O direito de igualdade. **Caderno de direito constitucional e ciência política**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 15, p. 89-96, abr./jun., 1996.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 1996.

_____. **Aplicabilidade das normas constitucionais**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 1998.

TABORDA, Maren Guimarães. O princípio da igualdade em perspectiva histórica: conteúdo, alcance e direções. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro: Renovar, n. 211, p. 241-269, jan./mar. 1998.

Abstract

In the paper, the objective is to analyze artificially the equality principle; in its normal and material facet, since its preview in normative texts merely stated, until its preconception in others, called Institutions, in which the contents enjoy the supremacy and fundamental characteristics.

In this wish, it is said that such basic norm has been going through, especially of Socio-Economic nature, that reflects, suddenly in the legal science, until it reaches the contemporaneous Estate, in which their basis look for their effectiveness; wish to identify it as a Democratic Law.

Key words: *Equality principles; formal equality; material equality; right to equality.*

PLATÃO: sua última utopia política

Itamar de Souza¹

Resumo

Este artigo analisa os aspectos mais importantes do diálogo AS LEIS, de Platão. Trata-se da sua última utopia política. O autor procura destacar a atualidade do pensamento do filósofo grego.

Palavras-chave: *Filosofia Política; Platão; sistema judiciário; governo.*

1 INTRODUÇÃO

A Filosofia Política, assim como outros ramos da Filosofia Geral, surgiu na Grécia antiga, berço inconfundível da filosofia ocidental. Platão, que viveu entre 427 e 347 a.C., preocupou-se também com os problemas políticos da sua época. Na qualidade de integrante da elite ateniense, ele envolveu-se com a política e, após amargar alguns fracassos, recolheu-se à reflexão filosófica tentando encontrar a forma mais perfeita de governo. Fruto desta reflexão são os três Diálogos que ele dedicou à política: A República, O Político e As Leis. Por questão de espaço, abordaremos somente As Leis, obra escrita já na sua maturidade intelectual e biológica. Não esqueçamos que ele faleceu aos 80 anos de idade. A referida obra foi publicada em 437 a.C., pelo seu discípulo e secretário, Felipe de Opus.

2 QUAL A FORMA DE GOVERNO?

Após dissertar longamente, no Livro III, sobre a origem da Lei, das Constituições e do Governo, o filósofo afirma que o Estado projetado por ele “deve ser livre, racional e amigo de si mesmo”. (PLATÃO, 1999, p. 158).

Depois de examinar longamente os vícios e as virtudes das formas de governo do seu tempo, o filósofo concluiu: “Há duas formas de constituição que

¹ Mestre em Sociologia pela USP, Historiador e Professor de Lógica e Filosofia Política da FARN

são, por assim dizer, as matrizes a partir das quais, que se o afirmar em verdade, todas as restantes nascem. Destas uma é chamada adequadamente de monarquia, e a outra, democracia (...) as restantes são praticamente todas, como eu disse, modificações dessas duas” (PLATÃO, 1999, p. 158). “Ora, é essencial que uma constituição encerre elementos dessas duas formas de governo se quisermos que disponha de liberdade e amizade combinados com sabedoria” (PLATÃO, 1999, p. 159). Sem participar destas duas formas de governo – monarquia e democracia – um Estado “jamais poderá ser bem governado”. Esta é a convicção do filósofo em apreço.

Após descartar a idéia de que o objetivo do legislador é preparar o Estado para sair vitorioso na guerra, o filósofo afirma que o objetivo do legislador deve ser conduzir os cidadãos à prática da “virtude e ela somente (...) e poder-se-ia denominá-la ‘justiça completa’” (PLATÃO, 1999, p. 74). É importante lembrar que, para o autor em apreço, a justiça completa, tomada como “virtude suprema”, compreende o autocontrole, a sabedoria, a coragem e a justiça. De acordo com estas virtudes, diz o filósofo, que “o legislador deverá regulamentar todas as relações sociais dos cidadãos”, desde o seu nascimento até a sua sepultura (PLATÃO, 1999, p. 76).

3 AS INSTITUIÇÕES BÁSICAS DO ESTADO

Na elaboração destas instituições fundamentais, Platão procurou extrair dos Estados existentes ou já desaparecidos o que havia de melhor para estruturar o Estado-Colônia por ele idealizado. À semelhança do que existiu na Grécia de Solon, de Clístenes e Péricles (séculos V e IV a.C.), o Estado-Colônia deveria ter uma Assembléia Popular, um Conselho, 37 Guardiães das Leis e o Poder Judiciário com os seus Códigos, Tribunais e prisões.

No novo Estado a ser implantado, deveria prevalecer o império da lei.

4 A ASSEMBLÉIA POPULAR

Este órgão, formado pelos 5040 cidadãos habitantes do país e divididos em quatro classes sociais de conformidade com o seu patrimônio, tem como função principal eleger os membros do Conselho. Segundo a observação de Ernest Barker, “a Assembléia popular prescrita nas ‘Leis’ corresponde à Assembléia de Atenas na época de Solon, como ela dividida em quatro classes, e tendo poderes análogos, o Conselho, contudo, corresponde ao Conselho ateniense instituído por Clístenes” (BARKER, 1978, p. 402).

Além da função eleitoral, a Assembléia popular tinha a atribuição de aprovar as mudanças legislativas. Mas, é oportuno ressaltar que ela não possuía função deliberativa.

5 CONSELHO

À semelhança do Conselho dos 500, que existiu na democracia ateniense, o Estado-Colônia idealizado por Platão possuía também um Conselho, eleito pela Assembléia, formado por 360 membros. Cada classe social tinha noventa representantes no Conselho, eleitos no processo que combinava elementos monárquicos e democráticos.

Este Conselho, formado por representantes de todas as quatro classes, exercerá a função de poder executivo do Estado-Colônia. Na Democracia Ateniense, o Conselho dos 500 dividia-se em dez grupos de 50 membros, e cada um governava a cidade por um mês. De modo semelhante, Platão estabeleceu que o Conselho dos 360 membros deve se dividir em doze seções, tendo cada uma a obrigação de governar o Estado por um mês, ao longo do ano.

Além do que já foi dito dessa instituição, é importante lembrar que cabe ao Conselho a faculdade de convocar a Assembléia Popular para a realização de seções ordinárias ou extraordinárias.

6 OS 37 GUARDIÃES DAS LEIS

Além de eleger o Conselho, a Assembléia Popular elege também os 37 Guardiães das Leis. Entretanto, desta eleição, nem todos os cidadãos participam. Este grupo de magistrados exerce uma função equivalente à desempenhada pelo Supremo Tribunal Federal da República do Brasil ou à Corte Suprema dos Estados Unidos. Sua função primordial é zelar pela fiel aplicação das leis.

Como serão escolhidos estes 37 magistrados? Quem poderá exercer este cargo? Segundo o idealizador do Estado-Colônia, participarão da seleção “todos aqueles que portam armas como integrantes da cavalaria ou infantaria ou aqueles que serviram na guerra, se sua idade e capacidade o permitirem. Eles realizarão a eleição no santuário que o Estado considerará o mais sagrado e cada um levará ao altar do deus, escrito numa tabuinha, o nome do seu candidato, incluindo o nome do pai deste, e de sua tribo e do demo a que pertence e, além disso, incluirá seu próprio nome da mesma maneira” (PLATÃO, 1999, p. 232).

A eleição se faz em três escrutínios: no primeiro, serão escolhidos trezentos candidatos considerados como válidos; no segundo, a assembléia escolhe cem candidatos dentre aqueles trezentos; e, no terceiro escrutínio, dentre os cem, são escolhidos trinta e sete (37). Diz o filósofo: "... os trinta e sete que tiverem obtido o maior número de sufrágios serão submetidos ao teste e proclamados magistrados" (PLATÃO, 1999, p. 232).

No tocante às atribuições dos Guardiães das Leis, diz Platão: "Em primeiro lugar, deverão atuar como Guardiães das Leis e em segundo lugar como Guardiães dos documentos, onde cada um deverá fazer constar para os magistrados o montante dos seus bens. Caso se prove que alguém possui mais do que o que foi registrado, todo o excedente será confiscado, além do que, tal ficará sujeito a ir a julgamento pela ação de quem quer que deseje processá-lo" (PLATÃO, 1999, p. 233-234). Pelo exposto, estes magistrados exercem também uma função de controle do Estado sobre a população, equivalente à que desempenha a Receita Federal nos Estados modernos.

O mandato dos Guardiães das Leis será de vinte anos, mas, "sua eleição só poderá ocorrer após completar cinquenta anos. Por outro lado, se for eleito com sessenta anos de idade, seu mandato será de apenas dez anos" (PLATÃO, 1999, p. 234). Neste Estado platônico, a idade mínima para um cidadão exercer um cargo público é 50 anos, e a idade máxima, 70 anos.

7 SISTEMA JUDICIÁRIO

Platão estava convencido que um Estado não seria tal, se não possuísse um poder judiciário adequadamente organizado com os seus tribunais e juízes, agindo como fiéis seguidores das leis. Por isso, ele idealizou um sistema judiciário, no qual seriam julgadas ações particulares e públicas. Para as ações públicas, propôs a criação de três tribunais. Primeiro, o tribunal da vizinhança; o segundo é o tribunal da tribo. O país está dividido em doze tribos. Finalmente, "se as duas cortes não forem capazes de decidir o assunto, uma terceira porá fim ao caso". Esta terceira corte, a denominamos de tribunal superior. Integram esta corte juízes com mandato de um ano, escolhidos por todos os magistrados. As sessões deste tribunal superior são públicas e os juízes anunciam publicamente o seu voto.

8 PUNIÇÃO PARA JUIZ INJUSTO E ADVOGADO

Nenhum magistrado está acima da lei e todos devem julgar com bastante

ética. Assim, se um juiz prejudicar a alguém por causa de uma sentença injusta, poderá ser punido.

Platão reconhece a importância da profissão de advogado para o estabelecimento da justiça e a ela se refere assim: “Ninguém negaria que a justiça entre os seres humanos é uma coisa bela e foi ela que civilizou todos os assuntos humanos. E se a justiça é bela, como negar que a profissão de advogado também não o é”. No entanto, devido à demagogia de alguns profissionais, deverá ser igualmente punido o advogado que – por querela ou por ambição – “for flagrado tentando reverter a força dos argumentos justos nas mentes dos juízes”.

9 CÓDIGOS E PRISÕES

Para reger as relações entre os habitantes do país que idealizou, o filósofo elaborou, com bastante detalhe, um Código Penal (livros IX e X) e um Código Civil (livro XI). Estabeleceu uma distinção entre os delitos cometidos voluntariamente e os involuntários. Na sua filosofia penal, a lei e a pena são instrumentos educativos, capazes de reconduzir o apenado a uma conduta normal, de conformidade com as leis da sociedade. Refletindo a mentalidade de seu tempo, Platão recomenda a aplicação da pena de morte para vários tipos de delito. Tal severidade vem confirmar esta lei sociológica: quanto mais regredimos no tempo em direção à Antiguidade, maior é a desproporção existente entre a pena e o delito. O contrário acontece quando viajamos em direção aos termos modernos.

No país idealizado por Platão, haverá três prisões: uma pública, situado perto do Ágora, isto é, praça pública; uma segunda, chamada de Reformatório, localizada “próximo da sala de reuniões dos oficiais que realizam reuniões noturnas; e a terceira, localizar-se-á no centro do território, no sítio mais selvagem e ermo possível” (PLATÃO, 1999, p. 430-431).

Entre os delitos que o legislador deve punir com severidade está a impiedade. O Estado platônico tem uma religião oficial, à qual nenhum cidadão, seja magistrado ou não, deve se opor nem por palavras, nem por ações. Proíbe também a criação de religiões particulares.

10 A SEGURANÇA

A segurança do território e da capital do país será confiada a militares e civis. Os comandantes militares, chamados de “estrategos”, serão escolhidos

logo após a eleição dos guardiães das leis, sendo tomados exclusivamente de nosso Estado e a partir dos indicados a seleção deverá ser feita por todos que estão servindo ou serviram na guerra, de acordo com sua variação de idades” (PLATÃO, 1999, p. 234). Além disso, cada tribo fornecerá, anualmente, cinco dos seus membros para atuarem como agrônomos (guardiães do campo) e frouaracas (comandante de posto de guarda). Por fim, “será obrigação de cada um dos cinco selecionar doze jovens de sua própria tribo na faixa etária entre 25 e 30 anos” (PLATÃO, 1999, p. 241). O mandato de guardas e magistrados do setor de segurança será de dois anos.

A segurança da capital será feita igualmente pelos estrategos e seus auxiliares eleitos.

11 SISTEMA ECONÔMICO E SOCIAL

O Estado idealizado por Platão deve situar-se longe do mar distando uns “oitenta estádios”. Ele considera o mar “um vizinho salgado e amargo” e que não conduz o cidadão à prática da virtude (PLATÃO, 1999, p. 174).

Trata-se de um Estado agrícola, uma colônia, cuja capital deverá localizar-se no centro do território, em “um lugar que possua todas as outras conveniências que uma cidade exige” (PLATÃO, 1999, p. 223). A população deste Estado poderá vir de todas as partes da Grécia e admite também, sob certas condições, o elemento estrangeiro. Todavia, a população total nunca deverá ultrapassar 5040 habitantes. Com eles, a terra será dividida em lotes e distribuídas igualmente.

Diferentemente do que pensava n’A República, n’As Leis o filósofo admite a propriedade privada da terra. Sobre isto, ele se expressa desse modo: “O detentor do lote deixará sempre atrás de si como herdeiro do lote um filho de sua escolha que o suceda no zelo dos ancestrais divinizados...” (PLATÃO, 1999, p. 217). Seja como for, assevera o filósofo, o número de lotes e o de lares “não deverá nunca ser maior ou menor”, isto é, 5040 lotes, 5040 lares.

Não obstante reconhecer a propriedade privada da terra, os produtos agrícolas deverão ser distribuídos entre todos os habitantes (PLATÃO, 1999, p. 350-351). A propriedade além, de ser inalienável, ninguém poderá alterar as suas demarcações sob pena de ser punido.

12 QUATRO CLASSES SOCIAIS

Enquanto n'A República o autor dividiu a população em três classes, aqui, n'As Leis, ele admitiu a existência de quatro classes sociais, levando em consideração "a variedade do patrimônio de cada colono". É importante ressaltar que ele não denominou aqui estas classes.

13 LIMITES DE POBREZA E DE RIQUEZA

Ao pretender evitar os extremos de riqueza e de miséria, Platão antecipou-se aos ideais democráticos dos nossos tempos, convencido de que este é o caminho adequado para assegurar a estabilidade do Estado. Assim diz ele: "É, como afirmamos, necessário a um Estado que pretende evitar a maior das pragas, que seria melhor chamar de ruptura do que de cisão, já uma ou outra gera aquele mal. Conclui-se que o legislador tem agora que declarar um limite para ambas essas condições. O limite para a pobreza deverá ser o valor do lote, o qual permanecerá fixo e nenhum magistrado (como nenhum outro cidadão que aspire à virtude) permitirá que seja diminuído. E tendo definido esse como valor inferior, o legislador permitirá que se possua duas, três ou quatro vezes esse valor" (PLATÃO, 1999, p. 223).

Quanto ao limite de riqueza, estabeleceu o filósofo a seguinte diretriz: "Na hipótese de alguém adquirir mais do que isso se doar o excedente ao Estado e aos deuses que zelam pelo Estado, será alvo de boa estima e estará isento de punição; se, entretanto, alguém desacatar esta lei, poder-se-á livremente denunciá-lo e receber, por isso, a metade do excedente, além do que o culpado pagará uma multa no mesmo índice sobre seus bens legítimos, sendo que a outra metade do excedente caberá aos deuses" (PLATÃO, 1999, p. 223). Além de estabelecer estes parâmetros para a riqueza e a pobreza, o filósofo recomenda que o Estado exerça uma supervisão sobre todas as propriedades.

14 COMÉRCIO É PROIBIDO

Sem explicar as razões de sua atitude, o filósofo condena a atividade comercial, dizendo: "...nenhum comércio visando a lucro, seja neste ramo (exportação ou importação) ou em qualquer outro, será praticado em parte alguma dentro das fronteiras de nosso Estado e território" (PLATÃO, 1999, p. 350).

15 A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO

O filósofo dá uma importância extraordinária à educação primária e secundária. Disse ele que “é imperioso que o legislador não permita que a educação infantil seja encarada como matéria secundária ou inessencial” (PLATÃO, 1999, p. 248). Ela deve ser ministrada aos dois sexos. Para dirigi-la, ele propõe que seja escolhido, entre os Guardiães das Leis, aquele que reunir as melhores condições. O eleito não deverá ter menos de 50 anos e terá de ser casado, pai de filhos legítimos de ambos os sexos. Seu mandato será de 5 anos. Esta é a magistratura mais importante do Estado.

16 CASAMENTO E FAMÍLIA

Enquanto no diálogo *A República* o filósofo propôs a abolição da família para as classes sociais dos reis-filósofos e para os militares, supondo que os seus integrantes estavam imbuídos de elevado altruísmo, aqui, n' *As Leis*, ele defende o casamento e a família. Assim, após examinar bem e ser aconselhado pelos mais experientes, o homem deve procurar “uma companheira do seu gosto e adequada para a procriação de filhos. Ele deve casar-se entre os 25 e 35 anos de idade” (PLATÃO, 1999, p. 256). O filósofo admite o divórcio para casais de temperamento inconciliável (PLATÃO, 1999, p. 460).

17 CONCLUSÃO

O texto d' *As Leis*, cujo conteúdo mais importante procuramos destacar, foi escrito há dois mil e trezentos anos. É verdade que, nele, nem tudo é digno de encômios e admiração. Para ilustrar, basta citar a contradição entre a meta de se constituir um Estado livre e racional e a permanência da escravidão, assim como a falta de liberdade religiosa e comercial. Por outro lado, a atualidade do pensamento político de Platão ficou bem manifesta na busca da igualdade proporcional, na divisão equitativa da terra, e sobretudo, no combate aos extremos de riqueza e de pobreza, como fator de estabilidade política. Além disso, o império da lei e da ética deve constituir o fulcro das relações sociais. Estes desideratos são, ainda hoje, perseguidos pelos Estados contemporâneos. Por conseguinte, nem todas as idéias políticas que circulam no mundo atual são inteiramente novas. Infere-se desta constatação a importância de se ler os clássicos diretamente nas suas fontes.

REFERÊNCIAS

BARKER, Ernest. **Teoria política grega: Platão e seus predecessores**. Tradução de Sérgio Fernando Guarischi Bath. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1978. (Coleção Pensamento Político, 2).

PLATÃO. **As Leis, ou da legislação e epinomis**. Tradução Edson Bini. São Paulo: Edipro, 1999.

Abstract

This article analyses the most important aspects of a dialogue; Plato's Laws. It deal with his last political utopia. The author shows the present influence of the Greek Philosopher's thoughts.

Key words: *Philosophy; Plato; justice system; government.*

