

## **INTERACIONISMO SIMBÓLICO: SOCIALIZAÇÃO NO ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO**

**MICHAEL SAMIR DALFOVO**

Sociedade Educacional de Santa Catarina  
msdalfovo@gmail.com

**MIRIAN MAGNUS MACHADO**

Sociedade Educacional de Santa Catarina  
mirianmagnus@gmail.com

**ANDRESSA GONÇALVES**

Sociedade Educacional de Santa Catarina  
dessa.cool@gmail.com

**MARCOS VINICIUS LEMFERS**

Sociedade Educacional de Santa Catarina  
marcoslemfers@gmail.com

### **RESUMO**

Com o objetivo de descobrir junto aos alunos do curso de administração de uma IES, a fixação de termos da área de administração, a base desse estudo foi o Interacionismo. Quanto ao método, o estudo se caracterizou como misto, com abordagem quantitativa e qualitativa. A coleta foi pelo método Survey. Primeiramente, houve escolha dos professores e das disciplinas geral e específicas. Após, os professores definiram “termos (códigos)” que utilizam em suas respectivas disciplinas. Amostra Censitária em todas as fases para descobrir e comparar qual o nível de conhecimento dos alunos sobre os termos. Também foi possível identificar o uso desses termos pelos alunos fora do âmbito educacional. Os alunos tendem a interagirem com os termos, com exceção do Learning Organizations, no qual foi o menos visto. O termo mais visto: S.W.O.T., utilizado em diversas disciplinas, a saber: Administração Estratégica e Administração Mercadológica.

**Palavras chave:** Interacionismo Simbólico. Ensino de Administração. Códigos e Termos.

## **1. INTRODUÇÃO**

É perceptível no ambiente acadêmico as discussões e troca de informação dentro do ensino. Essas trocas são realizadas em meio aos alunos com diferentes conhecimentos por estarem em diferentes áreas do mercado de trabalho, com diversas trajetórias de vida e experiências significativas para o campo social e profissional. Para que exista essa troca são utilizados códigos que são interpretados e compartilhados entre os principais agentes presentes: professores e alunos. Os códigos são construídos em meio ao conteúdo ministrado, conforme uma ementa básica a ser cumprida. Essa troca pode ser denominada como interacionismo simbólico.

O interacionismo simbólico têm como objetivo principal aproximar e fortalecer o envolvimento de profissionais em qualquer área do âmbito estudantil, esse com principal foco no ensino de administração, que com essa interação possa ser feita melhores análises de situações nas empresas, facilitando a comunicação e a troca de informações no meio empresarial. Esse estudo pretende demonstrar o uso de códigos que os professores apresentam aos alunos em suas salas de aulas e suas diferentes matérias e relacioná-las a cada área, saber se possuem conhecimento desses termos e se os mesmos são utilizados nas empresas.

Os professores que apresentam esses termos têm como objetivo ensinar os alunos os significados deles aos alunos, para que eles conseguiram se relacionar melhor com o ensino de administração, preparando-os para se tornarem melhores profissionais nas áreas escolhidas, inserindo esses códigos a eles, os professores têm como objetivo deixar eles mais próximos de suas áreas específicas, seja para uma entrevista de trabalho, um cargo de maior responsabilidade e também o aprimoramento de quem já tem possui certo conhecimento referente ao assunto que se é destinado dentro da sala de aula.

A condução desse estudo contribuirá para o campo da avaliação do ensino, em especial de administração, identificando o uso de termos explorados no ensino e que são aplicados no ambiente profissional. Da mesma forma, o trabalho possui contribuição científica ao levantar determinado cenário no ensino de administração quanto as práticas pedagógicas existentes.

## **2. RETRATANDO AS BASES DO INTERACIONISMO SIMBÓLICO**

A industrialização e urbanização durante o século XX causaram problemas sociais que serviram como incentivo de fontes para que pudessem desenvolver teorias e estudos sistemáticos do comportamento social humano. Quando se refere à interpretação dos processos e operações psíquicas, pode se destacar a influência da filosofia do pragmatismo, que começaram com os trabalhos de Dewey e Mead (CARVALHO, 2010).

Uma autorreflexão de Mead ganhou crédito por ter focado a ação interpessoal, mostrando que a forma de ação de um indivíduo provoca reações em seu parceiro, continuando assim a condição de suas próprias ações (CARVALHO, 2010). Para Vanoye (2003) para se ter um diálogo eficaz e consistente precisa haver um código em comum, aquele termo “falar a mesma língua”. Porém ele instiga esse “falar a mesma língua” como sendo o português que é utilizado no Brasil, ou os variados tipos de línguas portuguesas existentes que possuímos mas tem suas diferenças territoriais, climáticas, linguísticas. Ele constata que os diferentes níveis de linguagem, são determinados pelos ambientes sociais e culturais, afinal o português de um médico não é o mesmo de seu paciente.

De acordo com Carvalho (2010), pode-se notar a atenção de Mead sobre as elaborações de Wundt e às concepções behavioristas. Porém, sempre reconheceu as limitações de suas correntes de pensamentos e as criticava também. Para Mead o ato possui uma fase interna e externa e a questão é de que forma que essas fases se relacionam, assim criticando Wundt e Watson, por pressupor a mente em sua psicologia fisiológica e o abandono em seu behaviorismo.

De acordo com Minicucci (1995), behavior significa comportamento. Essa teoria psicológica condiz que os comportamentos observados de um indivíduo devem ser medidos e estudados da mesma maneira como se faz em outras ciências. Ele exemplifica que quando você estuda um humano ou até mesmo um animal, você realiza uma ciência objetiva ao contrário da ciência subjetiva que acaba dificultando a análise mais aprofundada e clara da situação. Hoje chamamos de Psicologia do Estímulo e da Resposta ou Psicologia, mas esses termos foram desenvolvidos através do Behaviorismo.

O Comportamento Organizacional foi desenvolvido por estudos das Relações Humanas, que serviram para aplicação e desenvolvimento desse estudo dentro das empresas. Você estuda o comportamento delas nas organizações através das funções que elas praticam dentro da organização e através desse comportamento podem-se verificar as atitudes que o indivíduo tem dentro do seu espaço (MINICUCCI, 1995). A partir disso pode-se concluir que a psicologia individual citada por Mead, tem duas fases sendo a primeira interna, que é imposta pelo indivíduo e a segunda fase, a externa que faz parte da sociedade onde o indivíduo se encontra. Mead descreve o ato social como função principal do comportamento humano, não apenas o comportamento externo, mas a atividade que envolve o ato (CARVALHO, 2010).

George Herbert Mead (1982) é considerado com uma figura principal do interacionismo simbólico. Na psicologia social, Mead associou os termos psicologia e social. Psicologia como de costume é o estudo da pessoa individual ou da psique individual, que apresenta à reflexiva, criadora, responsável, consciente de si. Já o social, que teve certo desprezo pelas escolas psicológicas, que é a sociedade, é intensamente carregada de maneiras funcionais e condutistas (GOULART; BREGUNCI, 1990).

Mead que estudou na Alemanha teve um pouco de influência de Wundt, que revelou para Mead como o “gesto” tem uma forte referência no contexto social, que nele se encontra um grande desenvolvimento da verdadeira comunicação. (GOULART; BREGUNCI, 1990). É a partir de relações sociais que se obtêm o autoconsciente do indivíduo. O self e a psique são desenvolvidos apenas pelo processo social, mesmo sendo conectadas biologicamente. Exemplo uma criança que a partir de uma classe social, época, lugar, começa a criar e formar a sua individualidade a respeito do que o ambiente lhe oferece (GOULART; BREGUNCI, 1990). Mead (1982, apud Goulart e Bregunci, 1990), explica que a transformação e formação de um indivíduo perante a sociedade trata-se da sua intervenção e interpretação da linguagem existente na sociedade, e também das capacidades fisiológicas dos individuais de cada um dentro desse sistema.

A sociedade existe, pois é formada de indivíduos que criam atos sociais e desde o seu desenvolvimento já possibilitam gestos para sua comunicação. Gestos que significam e provocam ações aos demais organismos biológicos existentes nos grupos, podendo-se dizer que estes gestos possuem significados subjetivos. Logo assim com esses gestos, membros de um grupo sabem o que significa quando usado entre eles (GOULART; BREGUNCI, 1990).

Para Mead, o “self” é um forte processo social composto por duas partes: o “eu” e o “mim”. O “eu” consiste na reação do organismo às atitudes dos outros, já o “mim” são as atitudes dos outros que cada pessoa adota como a que se tem consciência. Pessoas que são dotadas de um “self” reflexivo e crítico podem ter escolhas divergentes das transmitidas pelo seu grupo (GOULART; BREGUNCI, 1990).

O processo de comunicação parte da premissa que primeiramente deve existir um emissor e um receptor na transmissão da comunicação, utilizando instrumentos de linguagem oral, “verbal” que é a mais comum delas e a comunicação não verbal. Os instrumentos utilizados são definidos através do ambiente em que os indivíduos se encontram e o objetivo que tem em comum. Além do “emissor” que é quem inicia a comunicação, o “receptor” que é a quem se designa a comunicação, existe a “mensagem” que é o conteúdo da comunicação e o “código” que são grupos de símbolos para formular a mensagem, tipo mímica, pintura, música. A forma verbal é constituída de duas maneiras e são transmitidas na forma de linguagem falada ou a escrita. Já o instrumento de comunicação “não verbal”, é utilizado como um termo genérico e dependendo do contexto da comunicação possui significados fortes e carregados da mensagem que está sendo transmitida. Ela pode ser transmitida por gestos, posturas, expressões faciais, silêncios, e também pode ser percebida como expressões de coragem, omissão ou covardia (MINICUCCI, 1995).

Conforme Kotler (1998), é preciso considerar os elementos do processo de comunicação, que são: (i) Emissor: é aquele que têm a iniciativa da comunicação. Este que deve ser capaz de transmitir de forma acessível ao outro indivíduo; (ii) Receptor: aquele que recebe a mensagem deve estar em sincronia com o emissor para que possa compreender a mensagem; (iii) Ruído: distorção não planejada durante o processo de comunicação; (iv) Mensagem: é o conteúdo da comunicação, pode comportar elementos intelectuais e afetivos; (v) Resposta: conjunto de reações do receptor após a mensagem; (vi) Codificador-decodificador: o codificador são os objetivos e intenções que o emissor da comunicação executa para transmitir a mensagem, já o decodificador vai depender da habilidade do receptor de traduzir (decodificar) a mensagem recebida; (vii) Feedback: corresponde à informação que o emissor consegue obter e pela qual sabe se a sua mensagem foi captada pelo receptor.

Esses são pontos chaves que Kotler aponta para se obter uma comunicação eficaz do início da transmissão ao fim dela. Afirma ainda que o emissor precisa estar em sintonia com seu público alvo, para efetivarem a sua audiência projetada e as respostas que eles necessitam. As mensagens precisam estar de acordo com o público alvo e ser codificadas de maneira apropriada para que os receptores possam decodificá-las de maneira correta, sem causar nenhum prejuízo ao trabalho que está sendo efetuado. As mensagens devem ser transmitidas por canais apropriados, que possam ser alcançados pelo público, não causando nenhum tipo de ruído no momento em que ela é recebida. E o feedback precisa estar também bem desenvolvido para que as respostas dos receptores possam ser devolvidas aos emissores para confirmarem se todo o processo de comunicação está sendo eficaz e surtindo efeito sobre o público alvo e sobre o tema desenvolvido pelo emissor.

## 2.1 SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL

Semiótica que trata do estudo dos símbolos, buscando as suas origens e significâncias em que cada ambiente são utilizados, traz a simbologia organizacional como termo para apresentar e estudar os termos que são utilizados no ambiente organizacional. Simbologia organizacional que nesse caso se refere aos símbolos ou termos que são usados na

organização é diferente do interacionismo simbólico, onde estudam suas colocações, apresentações no meio de comunicação dos indivíduos envolvidos.

Santaella (2001) descreve o modelo semiótico-informacional que nasceu do modelo original como explica Eco (1972). Ele que propôs uma teoria que tivesse ênfase na necessidade de significação ou produção dos sentidos, sendo capaz de explicar e expor o processo comunicativo através dos sistemas de conhecimentos que a orientam. Esse novo modelo situa o conceito de código, que passou não apenas a ser comunicação como transferência de informação para a de transformação de um sistema, essa transformação que quem a garante é o código. Tem como caráter intrínseco o processamento de entendimento entre o emissor e o receptor.

Santaella (2001) explica outro modelo, o semiótico-textual que é mais complexo que o modelo acima citado. Esse modelo veio para explicar que aos destinatários das mensagens não recebem apenas mensagens e sim códigos de práticas textuais da cultura da empresa. Códigos que são vistos como o semiótico-textual da cultura organizacional, que incidem no processo de interpretação e aquisição de conhecimentos sobre os efeitos deles. Nele pode aprofundar-se no estudo da dinâmica que existe entre o emissor e receptor das mensagens e estruturas textuais que eles utilizam, analisando também o discurso e o funcionamento comunicativo neles incluídos.

Semiose significa a ação interpretativa dos signos. Por exemplo, quando o professor pede para que os alunos levantem a mão para falar, este pedido é um signo, o que provoca o signo é um objeto. Signos têm como efeito o sentido deles provocados nos indivíduos. O esforço que ele provoca pode ser muscular ou mental. Peirce descreve que a semiose não é uma percepção direta, mas sim indireta do mundo. A semiótica é uma doutrina essencial e onde pode se criar as variedades fundamentais de possível semiose (BROSSO; VALENTE, 1999).

O signo semiológico também é um composto de um significante e um significado. Esse signo semiológico está em qualquer área que pesquisarmos, seja no código de trânsito, jurídico, administração, recursos humanos, eles que são derivados pela sociedade para fins de significação (BARTHES, 2006). Barthes (2006) explica que a Semiologia é um estudo da ciência geral dos signos onde para a Linguística é apenas uma parte. Tem por sua vez estudar e pesquisar qualquer que seja o sistema de signos em qualquer campo que precise ser estudado. Exemplos de alguns signos que são citados, imagens, gestos, sons, objetos, tiros, protocolos e neles são constituídos “linguagens” ou significados. Signos que hoje são usados na comunicação de forma a atingir uma grande massa populacional.

Simbolismo organizacional refere-se a termos usados dentro de uma organização para que seus membros possam revelar e fazer a compreensão de imagens, valores e sentimentos importantes da organização. Ele expressa a ideologia de valores (DANDRIDGE; MITROFF; JOYCE, 2008).

### **3. METODOLOGIA**

A modalidade da pesquisa adotada nesse estudo se caracteriza como descritiva com abordagem quantitativa. Para ao primeiro momento da fase empírica tem-se os professores das disciplinas que orientam e ou são profissionalizantes da profissão de administração. Os professores foram escolhidos por este julgamento. Para o segundo momento tem-se os alunos, todos os que estiverem presentes em sala foram parte da pesquisa. Assim a amostra apresentada foi considerada como censitária.

A coleta de dados ocorreu nas instalações de uma instituição no sul do Brasil, mais especificamente, nas salas onde estudam os alunos de administração. O tempo médio de resposta foi de 15 minutos. Do total dos 208 matriculados no curso de administração, 130 responderam a pesquisa, conforme a presença em sala de aula. As visitas as salas de aula ocorreram com a permissão ao professor que estava lecionando a aula no momento.

O instrumento de coleta foi distribuído para cada aluno, contendo sete tabelas (termos), quais sejam: análise SWOT, gestão de pessoas, learning organizations, administração da produção, gestão de pessoas, marketing, supply chain, fluxo de caixa x orçamento de caixa.

Primeiramente foi identificada por dados secundários a análise das ementas e plano de ensino dos professores das matérias do ensino de administração. Os dados foram cedidos pela própria coordenação de curso. Por meio de entrevistas foram questionados aos professores quais os termos específicos que eles utilizam dentro de suas salas de aula e como que eles conceituam esses termos diante dos alunos. O roteiro base para identificação foi conforme exemplo do Quadro 1:

**Quadro 1 - Identificação dos termos e conceitos**

Semestre	VII		
Disciplina	Gestão de Serviços		
Professor(a)	Michael Samir Dalfovo		
Termos	Conceito	Autores	Abordagem em Sala
Variabilidade	A forma como o serviço é prestado para um indivíduo, muitas vezes pode ser diferente para o outro.	Kotler (2007)	Os alunos aprendem esse termo por meio de paródias

Fonte: da pesquisa (2016)

Após, foi aplicado um instrumento de coleta em formato questionário com os termos identificados, analisando conhecimento, fonte do termo, e aplicação no ambiente profissional de cada aluno para identificar assim a sua utilização ou não utilização dos termos apresentados em sala. Em primeira mão foi feita uma análise de conteúdo por meio de entrevistas com os professores e em cima de seus planos de ensino que também foram analisados. Após a realização da pesquisa, com 130 alunos do curso de administração do período noturno de todos os semestres da instituição pesquisada, os dados obtidos foram tabulados, utilizando a ferramenta Excel. A partir daí, foram confeccionadas as tabelas sobre o índice de frequência das respostas dos alunos. As tabelas foram geradas pela ferramenta Tabela Dinâmica disponível no próprio software Excel. Dessa forma foi possível a realização de análise bivariada. O questionário utilizado na pesquisa com os alunos também foi analisado, pelas frequências absolutas dos termos.

#### **4. RESULTADOS**

Para buscar os termos selecionados para a pesquisa, foi feita uma seleção entre as disciplinas, que consigam abranger uma maior aproximação com o curso de Administração, a partir disso foram escolhidas as disciplinas Teoria Geral da Administração, Administração Mercadológica, Administração de Produção, Recursos Humanos I, Logística, Administração Orçamentária e Controladoria e Administração Estratégica.

A partir da definição das disciplinas, procurou-se o professor que lecionava que cada uma delas. Escolhido as disciplinas e os professores que as lecionam, foi o momento de entrevistar individualmente cada um deles, para descobrir justamente ao plano de ensino de

cada disciplina, qual seria o termo que os professores se destacam mais, como sendo o mais importante e que o aluno tivesse que avançar o semestre sem esquecê-lo.

Sendo assim obtivemos os termos Learning Organization, Marketing, Administração da Produção, Gestão de Pessoas, Supply Chain, Fluxo de Caixa e Orçamento de Caixa e Análise SWOT. Termos esses escolhidos como mais importantes pelos professores para que os alunos pudessem avançar os semestres e cada semestre avançado eles conseguissem obter um maior interacionismo simbólico, entre os termos apresentados e também às várias disciplinas do curso de Administração. Cada professor escolheu um termo específico para sua disciplina, porém não significa que este termo é apresentado aos alunos somente no semestre em que o professor leciona aquela específica disciplina.

Antes de iniciar a análise dos dados é importante comentar o critério estabelecido pelo pesquisador para classificação das respostas do aluno em função dos termos da área utilizados. A escolha do termo ocorreu pela nomeação do professor de disciplinas específicas, voltadas ao campo da administração, quais sejam: (i) Administração Estratégica; (ii) Recursos Humanos I; (iii) Administração Orçamentária e Controladoria; (iv) Teoria Geral da Administração; (v) Administração da Produção; (vi) Administração Mercadológica; (vii) Logística. Foi necessário estabelecer um critério para identificação do uso correto do termo pelos alunos. Para tanto, isso ocorreu pela proximidade com o significado escolhido e comentado pelo professor e autores indicados, conforme Quadro 2.

#### Quadro 2 - Pesquisa com os Professores

Semestre	7º Semestre		
Disciplina	Administração Estratégica		
Professor(a)	Mirian		
Termos Análise SWOT.	Conceito Análise do ambiente interno, levantar pontos fortes e pontos fracos e análise do ambiente externo por meio das oportunidades e ameaças do mercado.	Autores Eliézer Arantes da Costa, Michael Porter, Henry Mintzberg.	Abordagem em Sala Exposição pelo professor, prática de análise por meio de simulação em sala e no trabalho interdisciplinar.
Semestre	5º Semestre		
Disciplina	Recursos Humanos I		
Professor(a)	Susane Schneider		
Termos Gestão de Pessoas.	Conceito Um conjunto de políticas e práticas que permitem a conciliação de expectativas entre a organização e as pessoas para que ambas possam realizá-las ao longo do tempo.	Autores Joel Souza Dutra.	Abordagem em Sala Exposição, discussão em grupo, estudo de casos e leituras.
Semestre	7º Semestre		
Disciplina	Administração Orçamentária e Controladoria		
Professor(a)	Eli		
Termos Fluxo de Caixa X Orçamento de Caixa.	Conceito O fluxo de caixa refere-se ao movimento de dinheiro no período passado e futuro, enquanto o orçamento de caixa é apenas para períodos futuros.	Autores Hoji, Assaf Neto.	Abordagem em Sala Exemplos e exercícios práticos.
Semestre	2º Semestre		
Disciplina	Teoria Geral da Administração		
Professor(a)	Charles Schwanke		
Termos <i>Learning Organizations.</i>	Conceito São organizações que têm a	Autores Peter Senge.	Abordagem em Sala Leitura e discussão de textos,

	capacidade de aprender, renovar e inovar continuamente, possuindo também cinco disciplinas, sendo elas: domínio pessoal, modelos mentais, visão compartilhada, aprendizagem em equipe e pensamento sistêmico.		estudo de caso, exibição de vídeo com palestra de Peter Senge.
Semestre	5° Semestre		
Disciplina	Administração de Produção		
Professor(a)	Norberto		
Termos Administração da Produção.	Conceito É a atividade pela qual os recursos fluem dentro de um sistema definido e são reunidos e transformados de uma forma controlada e organizada.	Autores Slack.	Abordagem em Sala Exposição e discussão para entendimento do conceito.
Semestre	4° Semestre		
Disciplina	Administração Mercadológica		
Professor(a)	Ana Cláudia		
Termos Marketing.	Conceito Processo social que envolve trocas que satisfaçam as necessidades e desejos dos clientes e os objetivos da organização. Essa troca inicia na ideia de concepção do produto, passa pela precificação, distribuição e comunicação com o cliente.	Autores Kotler.	Abordagem em Sala Aula expositiva, vídeos e conteúdo escrito.
Semestre	6° Semestre		
Disciplina	Logística		
Professor(a)	Rogério Pereira		
Termos <i>Supply Chain</i> .	Conceito Gerenciamento da cadeia de suprimentos desde o fornecedor até o cliente final	Autores Battaglia.	Abordagem em Sala Aula discursiva e exercícios de fixação.

Fonte: da pesquisa (2016)

#### 4.1 AVERIGUAÇÃO DA PERCEPÇÃO E CONHECIMENTO DOS ALUNOS SOBRE OS TERMOS

A Tabela 1 demonstra na primeira coluna SEM, essa que apresenta o semestre em que a pesquisa foi feita, sendo a segunda coluna Nível de Aceitação, que possui três respostas, sendo a primeira Conhece Total, significando que o aluno conhece o termo e respondeu de forma correta o significado dele, Conhece Parcial, significa que o aluno conhece o termo, mas ele respondeu de forma incompleta o significado dele e o Não Adequado, mostra que o aluno conhece o termo, porém ele respondeu de forma errada, ou seja, o alunos apenas imaginam que conhece, mas quando perguntado se ele pode explicar o termo, ele explica de forma incoerente.

**Tabela 1 - Nível de Aceitação**

SEM	NÍVEL DE ACEITAÇÃO	FCXOC	GP	LO	MKT	PROD	SC	SWOT	TOTAL
-----	--------------------	-------	----	----	-----	------	----	------	-------

1	Conhec. Total	1	1	0	1	2	0	2	7
	Conhec. Parcial	3	8	0	5	2	1	3	22
	Não Adequado	4	5	2	8	3	1	0	23
Total 1 SEM		8	14	2	14	7	0	5	52
2	Conhec. Total	0	3	0	1	0	0	3	7
	Conhec. Parcial	3	4	0	2	1	0	1	11
	Não Adequado	10	11	2	10	15	0	6	54
Total 2 SEM		13	18	2	13	16	0	10	72
3	Conhec. Total	0	2	0	0	0	0	2	4
	Conhec. Parcial	1	4	1	1	2	1	0	10
	Não Adequado	5	8	0	7	3	0	6	29
Total 3 SEM		6	14	1	8	5	1	8	43
4	Conhec. Total	1	4	0	1	0	1	14	21
	Conhec. Parcial	4	4	0	14	1	0	1	24
	Não Adequado	7	5	0	2	4	0	2	20
Total 4 SEM		12	13	0	17	5	1	17	65
5	Conhec. Total	1	4	0	3	3	0	10	21
	Conhec. Parcial	0	3	0	6	3	0	1	13
	Não Adequado	5	3	0	2	4	0	0	14
Total 5 SEM		6	10	0	11	10	0	11	48
6	Conhec. Total	1	1	0	4	1	7	6	20
	Conhec. Parcial	1	4	0	1	3	0	1	10
	Não Adequado	12	10	2	9	10	4	5	52
Total 6 SEM		14	15	2	14	14	11	12	82
7	Conhec. Total	3	5	1	3	5	4	7	28
	Conhec. Parcial	5	2	0	2	4	1	3	17
	Não Adequado	3	3	0	5	2	2	1	16
Total 7 SEM		11	10	1	10	11	7	11	61
8	Conhec. Total	10	14	0	11	10	7	16	68
	Conhec. Parcial	1	1	0	1	5	0	0	8
	Não Adequado	2	1	0	3	1	1	0	8
Total 8 SEM		13	16	0	15	16	8	16	84
Totos Semestres		83	110	8	102	84	30	90	507
Todos Sem. Conhec. Total		17	34	1	24	21	19	60	176
Todos Sem. Conhec. Parcial		18	30	1	32	21	3	10	115
Todos Sem. Não Adequado		48	46	6	46	42	8	20	216

Fonte: da pesquisa (2016)

Continuando, com a demonstração da Tabela 1, tem-se da terceira até a nona coluna os termos analisados: Fluxo de Caixa e Orçamento de Caixa (FCXOC), termos esses que são apresentados no sétimo semestre do curso, na disciplina de Administração Orçamentária e Controladoria. Na quarta coluna, Gestão de Pessoas (GP), termo que é apresentado no quinto semestre, na disciplina Recursos Humanos I. Quinta coluna, Learning Organization (LO), apresentado aos alunos no segundo semestre na disciplina de Teoria Geral da Administração. Sexta coluna, apresenta o termo Marketing (MKT), apresentado aos alunos no quarto semestre, pela disciplina Administração Mercadológica. Sétima coluna, para o termo

Administração da Produção (PROD), termo esse que é apresentado aos alunos no quinto semestre na disciplina de Administração de Produção. Na oitava coluna, o termo Supply Chain (SC), termo que é apresentado aos alunos no sexto semestre, na disciplina de Logística. Nona coluna, Análise SWOT (SWOT), termo que é apresentado aos alunos no sétimo semestre, na disciplina de Administração Estratégica.

#### 4.2 PERCEPÇÃO DOS ALUNOS POR SEMESTRE QUE JULGAM CONHECER OU NÃO OS TERMOS

A Tabela 1 permite obter uma visão geral e ampla da pesquisa que foi aplicada à 130 alunos do período noturno do curso de administração de uma instituição de ensino superior no sul do Brasil. Apontando quantos alunos de cada semestre conhecem totalmente, parcialmente e não adequadamente, ou seja, que responderam errado a pergunta referente ao termo que lhes foi apresentado.

Quanto ao nível de conhecimento, percebe-se que a quantidade de alunos, que responderam de forma correta, independentemente do termo apresentado, não é apresentada uma crescente. O semestre que os alunos comentaram saber mais sobre os temas analisados, foi o oitavo semestre (18 alunos) com um total de 84 termos. Vale ressaltar que o terceiro semestre são os 14 alunos que informaram menos conhecer sobre os termos adotados, com um total de 43 termos.

O que se esperava encontrar na realidade é que o primeiro semestre tivesse o menor índice e, os números fossem crescendo conforme o semestre, já que o aluno possui mais contato com as disciplinas do curso, como também com as escolhidas para a definição dos termos. No entanto, isso não ocorreu. Acredita-se que esses indicadores possam ter acontecido ou por conhecimento de outro professor que já fez ligação com o termo em suas disciplinas ou pelo fato de que o aluno já possui contato com o ambiente de trabalho em período diurno e, lá pode ter sido o local em que aprendeu sobre determinado termo.

#### 4.3 NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS ALUNOS POR SEMESTRE QUE JULGAM CONHECER OS TERMOS

A área mais estudada, aprofundada, relacionada ao interacionismo simbólico, trata-se nada mais do que as salas de aula de qualquer que seja a instituição de ensino, seja qual for a sua especialidade, onde se deriva a formação dos professores juntamente com a prática pedagógica. O ato pedagógico apresenta ser singular, porque é nele que o professor aprimora sua forma de transmitir as informações, tendo o poder de inibir ou exaltar o desejo de saber de seus alunos, estreitando sua relação com os alunos, com sua matéria e até mesmo o seu ato pedagógico (GOULART; BREGUNCI, 1990).

Outro ponto que pode ser interpretado pela Tabela 1 é quanto ao número de acertos dos termos, na qual os alunos julgaram ter conhecimento. Apenas 07 alunos do primeiro e 07 do semestre acertaram os termos pesquisados. Esse dado não demonstrou grandes “surpresas”, afinal são alunos de fases iniciais e ainda não tiveram contato com todas as disciplinas do curso. Vale ressaltar que apenas o segundo semestre estava tendo contato com uma das disciplinas eleitas na definição de um termo.

O fato de no primeiro e no segundo semestre obterem o mesmo indicador pode ser explicado pelo fato de que o professor C. S. leciona também no primeiro semestre e pode já ter utilizado algum termo. Pela lógica, dos termos, com exceção para o termo Learning Organization esse que é apresentado no segundo semestre, os semestres iniciais não tiveram ainda acesso aos termos pesquisados. No entanto, ao averiguar os termos que obtiveram classificação como Conhece total, não apareceu Learning Organizations indicado pelo próprio professor do segundo semestre. Esse termo, obteve apenas uma única resposta correta, com um aluno do sétimo semestre.

Além disso, o termo mais conhecido pelos alunos do primeiro e segundo semestre foi SWOT, indicado pela professora M. M. M. do sétimo semestre. Isso significa, que desde o início do curso os alunos já estão tendo acesso a determinado termos, como o SWOT alinhado a disciplina de Administração Estratégica. No terceiro semestre apenas 4 alunos responderam corretamente os termos apresentados, número inferior ao do primeiro e segundo semestre, tendo em vista a justificativa de que apenas um termo (Learning Organizations) já teria sido apresentado aos alunos, e também porque a quantidade de respondentes o terceiro semestre é inferior ao dos semestres anteriores, assim trazendo uma menor porcentagem de chance para respostas positivas. Porém, pode-se comparar a quantidade superior de alunos do segundo semestre que responderam de forma Não Adequada, onde esse número chegou a 54 termos, já os alunos do terceiro semestre apenas 29 termos incorretos.

A partir do quarto semestre pode-se notar uma diferença mais perceptível e mais positiva referente aos semestres anteriores, que juntando os alunos do primeiro, segundo e terceiro semestre, temos um total de 18 termos, na quais os alunos possuem conhecimento total independentemente do termo, já no quarto semestre, o número já é superior, com um total de 21 termos. Ao considerar, apenas o quarto semestre, é apresentado aos alunos a disciplina de Marketing. Marketing que também foi o termo pesquisado, porém teve menos acerto com o total de 1, já o termo respondido mais corretamente foi a Análise SWOT, que é apresentado para os alunos na disciplina de Marketing, novamente, o termo Análise SWOT foi escolhido por outro professor, que ministra a disciplina Administração Estratégica que leciona apenas no sétimo semestre do curso de administração. O termo Análise SWOT, pode ter sido maior referenciado com um total de 14 alunos, pois é um termo de fácil aprendizado e têm referência na disciplina de Marketing.

O Marketing, como termo específico, pode ser menos representado, por ser abrangente demais e os alunos confundiram com o conhecimento popular, aquele conhecimento trazido de fora, tanto que o termo Marketing teve um resultado de 14 alunos que responderam de forma Parcial a esse termo.

O quinto semestre, já passado o meio do período total do curso de Administração, obteve, independentemente do termo, um total de 21 ocorrências para o conhecimento total. Mesmo valor do semestre anterior, porém pode-se notar que os valores de conhecimento parcial e as respostas do Não Adequado, são inferiores ao do quarto semestre, ou seja, pode-se notar um amadurecimento de ideias e conhecimentos dos alunos, notando também que agora o valor do termo Marketing é superior, ao do semestre passado, sendo que no quarto semestre teve 1 uma resposta de conhecimento total e no quinto semestre foram 3 respostas de conhecimento total.

O resultado de 20 respostas de conhecimento total que o sexto semestre obteve, não era o esperado, tendo em vista que já lhes foram apresentados 5 termos, e também porque tem o termo Supply Chain que lhes é apresentado na disciplina de Logística. Essa disciplina que é aplicada apenas no sexto semestre, já deveria se ter um resultado mais expressivo para a

resposta de conhecimento total. Porém, no sexto semestre as respostas que tiveram uma maior ocorrência no nível de conhecimento: Não Adequado, tendo o resultado de 52 respostas inadequadas frente a 15 alunos pesquisados. O termo Supply Chain, específico do semestre em questão, obteve apenas 07 alunos que responderam adequadamente.

No sétimo semestre acontece totalmente o contrário do que aconteceu no semestre anterior, obteve-se o resultado de número de 28 termos classificados como: conhecimento total e; apenas 16 termos enquadrados como: não adequado. Resultado obtido no sétimo semestre foi o de que todos os termos já haviam ou deveriam ter sido apresentados aos alunos. Nesse caso, tiveram resposta de conhecimento total, até o mesmo o termo Learning Organizations, que até então não tinha sido respondido totalmente correto em todos os outros semestres.

Pode-se ter como referência esse número positivo superior aos outros semestres pesquisados, o fato de ter 2 dois termos, que lhe são apresentados especificamente no sétimo semestre, em específico: Fluxo de Caixa x Orçamento de Caixa da disciplina Administração Orçamentária e Controladoria e o termo Análise SWOT, apresentado na disciplina de Administração Estratégica. O termo com maior nível de adequação foi análise SWOT com 07 acertos dentre 11 alunos. No entanto, o termo FCxOC não foi o segundo que obteve maior adequação.

O resultado, de uma maneira geral que é mais que satisfatório, é verificado no oitavo semestre. Apenas com a exceção do termo Learning Organizations, onde não se obteve nenhuma resposta. Foi obtido o número 68 de respostas de conhecimento total independentemente do termo, valor quase triplicado comparado ao sétimo semestre. Tendo em vista que 18 alunos responderam a pesquisa isso dá um resultado de 3,77 em média de termos respondidos corretamente por cada aluno. O termo mais conhecido foi Análise SWOT com 16 acertos de 18 alunos.

Contudo, tem-se o oitavo semestre como a turma que respondeu que mais conhece os termos apresentados a eles. Obtendo um número de 84 respostas, na qual os alunos afirmam que conhecem. Porém, 68 dessas respostas para o conhecimento total dos termos, seguido de 8 respostas para o conhecimento parcial dos termos e, apenas 8 respostas para respostas não adequadas, essas que significam que os alunos responderam de forma incorreta a significância do termo que os mesmos responderam que conhecem.

Pode-se ter o oitavo semestre como o semestre que obteve o maior número de respostas de conhecimento total. Essa colocação que é de se esperar, por estarem em fase de graduação de do curso, tendo também maior tempo de interacionismo com os termos, sendo dos semestres anteriores até o atual, e também a aplicação deles fora do sistema de ensino, sendo em suas vidas profissionais ou até mesmo pessoais. Ao unir as 130 pesquisas feitas, que são os alunos que responderam desde o primeiro semestre até o oitavo semestre de administração e multiplicar por 7 tem-se o número final é de 910 respostas. Para um aproveitamento de 100%, seria necessário um total 910 respostas corretas, independentemente dos termos e dos semestres, sendo assim, todos os alunos teriam que conhecer os termos apresentados.

Porém, o número que foi alcançado para as respostas de conhecimento total a frente dos termos apresentados é de 176 acertos. Esse número representa apenas 19,34%, do montante total. Acredita-se que essa porcentagem, não é a adequada, tendo como fatores puxando essa porcentagem para baixo, as respostas do segundo e terceiro semestre, que somam no total apenas 14 respostas corretas, mesmo tendo um termo já apresentado para eles

a partir do segundo semestre, o termo Learning Organization, aplicado na disciplina de Teoria Geral da Administração.

#### 4.4 NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS ALUNOS POR TERMO

Analisando a Tabela 1, verifica-se que de 130 alunos respondentes, 110 responderam, ou seja 84,62%, afirmando que conhecem o termo Gestão de Pessoas, independentemente do seu nível de conhecimento, termo esse que é apresentado na disciplina de Recursos Humanos I, a partir do quinto semestre. Porém, apenas 34 alunos, 30,91%, possuem o conhecimento total referente a esse termo, sendo que 46 alunos, 41,82%, responderam que conhecem o termo, mas responderam incorretamente o significado dele.

Já o termo Análise SWOT, que deveria ser apresentado aos alunos apenas no sétimo semestre, pela disciplina de Administração Estratégica, obteve um resultado de 90 alunos, 69,23%, dos alunos conhecem esse termo, sendo dos 90 alunos que julgam conhecem, 60 alunos, ou seja, 66,67% alunos independentemente do semestre, responderam adequadamente (conhecimento total) sobre o termo. Sendo o termo Análise SWOT, o termo de maior interacionismo simbólico com os alunos. Acredita-se que esse resultado seja obtido, pelo fato do termo não ser apresentado de forma definitiva apenas no sétimo semestre.

Tendo como disciplinas e professores paralelos, que em algum momento em decorrer do curso, colocaram em prática a interação desse termo com seus alunos. Dado esse que pode ser afirmado, pois a tabela apresenta que em todos os semestres obteve resultados de alunos que responderam que conhecem esse termo de forma a responder corretamente o seu significado. O termo Fluxo de Caixa X Orçamento de Caixa, apresentado quase eu fielmente apenas no sétimo semestre pela disciplina de Administração Orçamentária e Controladoria, trouxe na Tabela 1 que dos 130 alunos, 83 deles, 63,85%, responderam que conhecem o termo. Porém, apenas 17 alunos acertaram o seu real significado, ou seja 20,48% responderam corretamente, já 18 alunos, 21,69% responderam de forma parcial o significado e o restante 48 alunos, ou seja 57,83% responderam de forma incoerente o significado desse termo. Esse resultado de respostas não adequadas, pode ser resultado pelo fato do termo ser realmente aprendido e estudado apenas no sétimo semestre, deixando que os alunos de semestres anteriores não tenha tanto conhecimento sobre o mesmo.

Tanto que obteve-se o resultado de 13 alunos, do sétimo semestre em diante que acertaram seu significado. O termo Learning Organization, apresentado que deveria ser apresentado pela disciplina de Teoria Geral da Administração a partir do segundo semestre, aponta na Tabela 1, que dos 130 alunos, oito alunos, ou seja 6,15%, responderam que conhecem esse termo, porém seis alunos, 75%, responderam de forma incorreta o significado dele, um aluno respondeu de forma parcial o significado, e apenas 1 ou seja, 15% dos 8 alunos, respondeu de forma correta o seu significado, sendo esse aluno do sétimo semestre que respondeu corretamente.

Esse resultado pode ser explicado pela ampla gama de informações são repassadas aos alunos que estão ingressando no curso, provavelmente sendo deixado de lado aspectos mais técnicos, como esse termo em específico. Marketing termo que é foi ingressado na pesquisa como termo que é apresentado aos alunos pela disciplina de Administração Mercadológica no quarto semestre do curso, a Tabela 1 aponta que dos 130 alunos, 102 alunos, ou seja, 78,46% responderam que conhecem esse termo que possui um significado um pouco mais abrangente. Mas dos 102 alunos, 24 alunos, 23,53% responderam de forma correta o seu

significado, 32 alunos, 31,37%, responderam de forma parcial o seu significado e 46 alunos, ou seja, 45,10%, responderam de forma incorreta o significado do termo Marketing.

Pode-se ter como fator a quantidade de respostas erradas maior que a de respostas corretas, a ampla diversidade de respostas que poderiam ser aceitas, porém foi notado que os alunos se prendiam a aquele conhecimento popular, interacionismo que é atribuído juntamente com a sociedade. Já o termo Administração da Produção termo esse que é apresentado especificamente aos alunos pela disciplina de Administração de Produção a partir do quinto semestre do curso, aponta na Tabela 1, que do total de 130 alunos, 84 alunos, então, 64,62% responderam que conhecem o termo que lhes é apresentado. Desses 84 alunos, 21 alunos, 25,00% responderam de forma correta o significado do termo, 25,00%, 21 alunos responderam de forma parcial o significado do termo e os outros 42 alunos, ou seja 50,00% responderam de forma incorreta.

Acredita-se que seja o mesmo fato do resultado obtido pelo termo Marketing, pela crença popular, pela interação que se obtém fora do âmbito técnico e educacional. Tanto que a Tabela 1, aponta que 15 alunos do segundo semestre responderam de forma incorreta o significado do termo, esse termo que a princípio deveria ser repassado a eles mais especificamente no quinto semestre, ou seja, não teria como ingressantes no curso obterem respostas corretas sobre o termo de Administração da Produção.

O termo Supply Chain, que deve ser apresentado especificamente aos alunos no sexto semestre pela disciplina de Logística, demonstra na Tabela 1, que dos 130 alunos, 30 deles disseram que conhecem o termo, ou seja, 23,08%. Porém, dos 30 alunos que responderam que conhecem o termo, 19 alunos, 63,33% responderam de forma correta, três alunos responderam de forma parcial o seu significado, então 10,00% e 8 alunos responderam de forma incorreta o seu significado, ou seja, 26,67%.

A Tabela 1 aponta também que é no semestre em específico a apresentação desse termo, onde teve o maior índice de resposta incorreta, tendo como 4 alunos que responderam de forma inadequada. Porém o resultado foi igual ao do oitavo semestre com quantidade de alunos que acertam o seu significado, sendo sete alunos para cada semestre.

## **5. CONCLUSÃO**

O interacionismo simbólico têm como objetivo principal aproximar e fortalecer o envolvimento de profissionais em qualquer área do âmbito estudantil, esse com principal foco no ensino de administração, que com essa interação possa ser feitas melhores análises de situações nas empresas, facilitando a comunicação e a troca de informações no meio empresarial, para que assim possam ter tomadas de decisões mais rápidas e com maior êxito nas situações problemas. Objetivo pode ser levado mais adiante afim de apontar com que frequência os alunos estão aplicando os termos ensinados a eles em seus locais de trabalho.

Acredita-se que os alunos tendem a aumentar gradativamente o interacionismo simbólico com os termos apresentados ao longo da graduação. Como apresentado na Tabela 1, foi confirmado que ao decorrer dos semestres do curso os alunos vão interagindo mais com os termos e tendem que ao passar dos semestres eles conheçam não apenas o termo que lhe é apresentado na disciplina e semestre em questão, mas também trazem os termos anteriores para frente do curso.

Acredita-se que a pesquisa mostre um aumento gradativo do conhecimento dos alunos, desde o primeiro semestre até o último semestre. Sendo assim, apontar que os alunos do

último semestre possuem uma melhor interação e conhecimento dos termos, que os alunos que estão ingressando no curso de Administração. Pode-se notar essa confirmação na Tabela 1, pois aponta um aumento gradativo entre os semestres anteriores e como esperado mostra também que o último semestre foi o que mais respondeu corretamente os significados dos termos.

Outro pressuposto confirmado foi de que o termo Learning Organization, foi o termo menos indicado pelos alunos, tanto no quesito de terem visto esse termo, como também de terem acertado o significado dele, como aponta na Tabela 1, apenas um aluno acertou o seu significado. Provavelmente deve ser um termo menos trabalhado em sala de aula, vindo a trazer esses resultados mínimos a esse termo se comparado aos outros. Acredita-se que os alunos do curso de administração tenham um interacionismo simbólico razoável referente aos termos apresentados na pesquisa.

Pode ser notado essa justificativa na Tabela 1, onde aponta os resultados sobre os níveis de aceitação das respostas dissertativas dos alunos, quando se é perguntado o significado dos termos. Porém acredita-se que essa interação simbólica razoável com os termos aplicados aos alunos não seja empecilho ao decorrer do curso no aspecto de aumentar ou diminuir os índices de aprovação ou reprovação dos alunos. Pode-se também apontar pontos que mais se destacaram sobre cada objetivo específico do trabalho: fale o que mais se destacou sobre cada objetivo específico:

Os códigos (termos) escolhidos foram: Learning Organizations, Gestão de Pessoas, Marketing, Administração da Produção, Supply Chain, Fluxo de Caixa x Orçamento de Caixa e Análise SWOT. Esses códigos foram escolhidos através de professores de áreas específicas do curso de administração selecionados e após uma reunião individual, cada um apresentou o termo que achava ser o mais importante para sua disciplina. Na Tabela 1 nota-se que os termos que mais obtiveram destaque levando em consideração o nível de aceitação perfeito para seus significados, foram os termos Gestão de Pessoas e Análise SWOT.

Na Tabela 1, apresenta que os termos Gestão de Pessoas e Análise SWOT foram os que mais tiveram respostas com o nível de aceitação correto para o significado deles. Porém se não for considerar o nível de aceitação dos significados temos o termo Gestão de Pessoas em primeiro lugar como termo mais conhecido e o termo Marketing em segundo lugar como termo mais conhecido entre os alunos.

Na Tabela 1, nota-se então que o termo mais conhecido entre os alunos do curso de administração foi o Análise SWOT e o menos conhecido e tão pouco aplicado foi o termo Learning Organizations. Foi utilizada como referência um questionário aos professores, onde nele explicavam o significado do termo, foi através dele então que podemos ter uma base sobre o nível de conhecimento dos termos pesquisados, assim fazendo uma comparação entre as respostas dos alunos e a descrição que os professores trouxeram.

Algumas limitações referentes a pesquisa podem ser levantadas sendo eles, que o conhecimento dos alunos referente aos termos ficou um pouco amarrado as referências que os professores propuseram. Outro fator também pode ser levado em consideração, foi o tamanho do questionário utilizado para colher as informações e a quantidade de alternativas dadas aos alunos. Em média a pesquisa durou 15 minutos dentro de cada sala, tendo maior duração nos semestres mais elevados, que precisavam dissertar sobre os códigos, já os semestres iniciantes foram mais rápidos.

Esse estudo teve como intenção também a estimulação de mais pesquisas nessa área do estudo da administração. Pode-se dar como sugestão, a pesquisa de outros termos ou também de outras disciplinas focadas a administração para intensificar mais essa área. Poderia também alinhar os próximos estudos, com uma amostra maior do que essa apresentada, estreitando os laços entre os planos de ensino dos professores, juntamente com uma observação em sala de aula e uma maior aproximação referente ao local de trabalho. Poderia também utilizar essa pesquisa como ferramenta para as próximas pesquisas que forem feitas.

Poderiam ser feitos outros estudos com uma amostra maior e também em outras instituições para se fazer um comparativo ao ensino das instituições.

O interacionismo simbólico parte da premissa de aproximar uma certa sociedade, população em específico e em uma área em específica para que nela possam se desenvolver juntos e fortalecer os laços intelectuais, facilitando sua aproximação com o desconhecido de sua área. Nesse caso, a população são os alunos que estão sendo preparados para um mundo interno (estudantil) e o externo (profissional) e para isso necessitam de conhecimento e habilidades para se destacarem no mercado que hoje em dia está cada vez mais competitivo, e uma ressalva para esses alunos é a interação simbólica com termos específicos da área da administração, para que até mesmo em uma entrevista de emprego, ou um cargo de mais alto nível, tenham esse conhecimento para que possam interagir com uma maior facilidade, qualquer que seja a situação.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, V. **Interacionismo simbólico**: origens, pressupostos e contribuições aos estudos organizacionais, 2010.

BARTHES, R.. **Elementos da semiologia**. 16.ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

BREGUNCI, M. das G. de C.; GOULART, I. B. **Interacionismo Simbólico**: uma perspectiva psicossociológica, 2009

BROSSO, R.; VALENTE, N. **Elementos de semiótica**: comunicação verbal e alfabeto visual. São Paulo: Panorama, 1999.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MEAD, G. H. *Espiritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós. (Obra original publicada em 1934), (1982).

MEAD, G. H. *Espiritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Paidós, 1982. 393p.

MINICUCCI, A. **Psicologia aplicada á administração**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

VANOYE, F.. **Usos da linguagem**: problemas e técnicas na produção oral e escrita. 12.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman 2001.