



ISSN 1980-1742

Revista

Santa Rita

Ano 03 - Número 05 - Outono de 2008

---

copyright by autores  
todos os direitos desta edição estão reservados

# Revista Santa Rita

Ano 03, número 05, outono de 2008

ISSN 1980-1742

## Ficha Técnica

Diretor Geral da Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas	Santa Rita de Cássia	Anunciato Storopoli Neto
Diretor Acadêmico		Roberto Pepi Contieri
Conselho Editorial		Eduardo Satochi Uchida Eleandro T. Monteiro Fábio Campos de Aquino Fernando de Almeida Santos José Aparecido dos Santos Luiz Carlos Magno Noeli Mercês Mussolini Ricardo Camargo de Araújo Rosiley Aparecida Teixeira Souto Taís Cecília dos Santos Lima Vicente de Paula Rodrigues Maggio
Corpo Editorial		Adriano de Alencar Matos Barbosa Luciane Alves Santos Manoel Matias Fausto Rafael Anunciato Neto
Editor		Ricardo Meirelles
Revisão		Luciane Alves Santos
Projeto e Editoração		Torre de Pedra Editoração Eletrônica torredepedra@gmail.com
Capa		Príncipe Regente de Portugal e toda a Família Real embarcando para Brasil no cais de Belém (1807), Henry L'Évêque, 1815.

Faculdade  
**santa rita**



Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas Santa Rita de Cássia

Unidade Jaçanã: Avenida Jaçanã, 648 - Jaçanã

São Paulo – SP – CEP 02273 001

Telefone (11) 2241 0777

---

Permitida a reprodução desde que citada a fonte.

---

---

# Mais uma mercadoria?

Ricardo Meirelles

---



## Capa

O quadro "Príncipe Regente de Portugal e toda a Família Real embarcando para Brasil no cais de Belém (1807)", de Henry L'Évêque, pintado em 1815, pertence a Biblioteca Nacional de Portugal. A transferência da corte portuguesa para o Brasil se deu com o embarque da família real e parte da corte do Reino de Portugal em Novembro de 1807 no Porto de Belém, em Lisboa. Com essa transferência, a capital do reino foi estabelecida no Rio de Janeiro - na então maior e mais importante colônia portuguesa, o Brasil. O Tratado de Fontainebleau assinado entre a França e a Espanha retraçava Portugal em três principados e o plano de Napoleão era o de aprisionar a Família Real portuguesa, impondo a D. João VI o que veio a impôr a Fernando VII e a Carlos IV de Espanha - uma abdicação; paralelamente, a Inglaterra apressar-se-ia das colônias portuguesas, sobretudo o Brasil. Em 22 de Janeiro de 1808, D. João chegou com a corte a Salvador, onde decretou a abertura dos portos brasileiros às nações amigas, pondo fim ao Pacto Colonial. Em março, D. João transferiu-se para o Rio de Janeiro, transformando a cidade em sede da Monarquia. Ali formou o seu Ministério, aboliu a proibição da criação de indústrias, atacou e ocupou a Guiana Francesa, fundou escolas, bibliotecas, etc. Em 2008 se comemoram os 200 anos dessa transferência que, mais do que tudo, fundou de fato o país e a nação Brasil.

No atual mundo eminentemente capitalista, a sociedade cada vez mais se rende a práticas que poderíamos facilmente chamar de selvagens, visto o seu baixo grau de civilização: há uma perversa exacerbação dos valores individuais, uma maximização do dinheiro como bem pessoal absoluto, e uma transformação do que antes era direito do cidadão em objeto de consumo.

Segurança e saúde públicas ou estão totalmente falidas, ou atuam como máfias corporativas, prestando serviços justamente àqueles que não o merecem. Conseqüentemente, a educação não poderia ficar fora dessa forma de entendimento social e política pública: hoje em dia especula-se, junto aos órgãos máximos internacionais, como a ONU e a OMS (Organização Mundial do Comércio), que também a educação seja oficialmente – já que extra-oficialmente isso tem notoriamente se apresentado – incluída como mais um item comercializável.

É importante destacar que a educação, elemento fundamental da ideologia liberal e neoliberal, com as discussões em curso na OMC, poderá deixar de ser um direito social e transformar-se em mais uma mercadoria no setor de serviços. Esse fato é apenas mais um indício das mudanças que passam a ter as relações comerciais realizadas no mercado mundial e provoca uma profunda mutação nas relações socioeconômicas da nação. O que se dissemina é o pensamento único e a eliminação da história para a manutenção de uma única forma de ser do gênero humano: o capitalismo. Por outro lado, também é importante destacar que a educação, particularmente a de nível superior e as instituições que as desenvolvem, é própria da modernidade e constitui um direito do cidadão, traço legítimo, legal e histórico que estrutura e dá suporte a cidadania e a civilização.

No caso brasileiro, seria fácil esperar por resultados dessa natureza, já que a educação vem passando, governo após governo, por um processo de sucateamento que a tem transformando num segmento tão ineficaz e ineficiente que será indiscutível e inevitável a sua comercialização e transferência para o setor privado, tudo isso em nome da construção de um novo cidadão brasileiro, cujo perfil teria como pilares o modelo de competência, da empregabilidade e da participação política e social nos rumos do país.

Contudo, cabe em geral ao cidadão consciente e especificamente àqueles ligados diretamente à educação uma tomada de posição clara e atuante, procurando preservar os valores sociais positivos, a supremacia da coletividade frente ao indivíduo, e os direitos conquistados duramente pela prática civilizada e civilizatória.

É nesse sentido que apresentamos mais um número da Revista Santa Rita, no intuito de mostrar que existem medidas alternativas, mesmo dentro de um modelo viciado e autoritário, que certamente farão a diferença num futuro não muito distante. Nesse número, os artigos publicados apresentam uma sólida consistência acadêmica, bem como um alto grau de atualidade e propriedade, tendo em vista, principalmente, os cursos oferecidos pela faculdade, e as resenhas apresentam livros imprescindíveis para o aprimoramento intelectual e humano de nossa comunidade. As informações contidas nos artigos servem tanto aos estudantes e aos especialistas, quanto a qualquer cidadão comum que deseje saber mais sobre esses determinados assuntos, como, por exemplo, a defesa e o comportamento do consumidor, a vida das mulheres indígenas, a carga tributária das empresas, a discussão dos estrangeirismos da nossa língua e as novas práticas administrativas.

Dentro desse caminho de resistência, sabemos que a jornada é árdua e trabalhosa, mas não devemos nem podemos desanimar frente a essas dificuldades. O exercício da cidadania passa pela sua prática diária e ele não deve e não pode ser nunca deixado de lado.

---

---

# Sumário

---

## Artigos

- 05 Aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas Relações Locatícias Residenciais  
*Zilda Tavares*
- 27 Análise do Comportamento do Consumidor no Momento da Compra no Varejo  
*Marco Antonio de Castro*
- 35 As indígenas da Terra de Santa Cruz  
*Thais Rabello*
- 55 A Carga Tributária das Empresas de Arrendamento Mercantil e o Valor Residual como Alternativa para Minimizá-la  
*Ricardo Camargo de Araújo*
- 65 Estrangeirismos: Algumas Reflexões acerca do Projeto de Lei n. 1676/99  
*Marcos José Fatori*
- 69 *Balanced Scorecard*: Uma proposta de Modelo para aplicação no setor varejista – ramo supermercado  
*Custódio de Santana*

## Resenhas

- 85 *Capital Intelectual*. Thomas STEWART.  
*Rafael Annunciato Neto*
- 86 *Código de Defesa do Consumidor e a alienação fiduciária imobiliária*. Zilda TAVARES.  
*Luciane Alves Santos*
- 87 *Memórias Póstumas de Brás Cubas, Quincas Borba e Dom Casmurro*. Machado de ASSIS.  
*Ricardo Meirelles*
- 88 *Peixe dourado*. Jean-Marie G. LE CLÉZIO.  
*Luciane Alves Santos*
- 89 *Normas editoriais para publicação*
-

# Aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas Relações Locatícias Residenciais

---

Zilda Tavares

Mestre em Direito do Consumidor, advogada e professora universitária

---

## Resumo

Este artigo aborda a possibilidade da aplicação do CDC no contrato de locação residencial, sob a égide da jurisprudência e doutrina, e as conseqüências dessa interpretação.

## Palavras-chave

CDC, contrato de locação, contrato de adesão, cláusula abusiva, lei do inquilinato, Lei 8.078/90 e Lei 8.245/91.

---

## Abstract

This article discusses the possibility of implementing the CDC in the residential lease, under the aegis of jurisprudence and doctrine, and the consequences of that interpretation.

## Keywords

CDC, contract, lease, contract of membership, unfair term, the law of inquilinato, Law 8.078/90 and Law 8.245/91.

---

# Aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas Relações Locatícias Residenciais

---

## 1. Considerações Iniciais

Considerando a dignidade humana princípio fundamental da Constituição Federal Brasileira vigente e a ideologia do “século americano” (estilo de vida calcado na hegemonia da língua e cultura americana, com a unificação dos países pela rede de informação, centralização da vida na publicidade, apelos hedonistas e euforia do consumo), é relevante que o ordenamento jurídico brasileiro esteja bem constituído, para o sistema de economia de mercado funcionar a contento, também com outro fundamento constitucional: a proteção do consumidor – arts. 1º., inciso III, 5º., inciso XXXII e 170 da CF/88.

Assim, na realidade deste novo século é questionado se a relação jurídica locatícia de bem imóvel, a princípio civil, conforme tradicional doutrina e ensino jurídico pode ser interpretado como relação de consumo.

Destaca-se o fato de estarmos entrando no primeiro século urbano da História, nunca houve tanta gente morando em áreas urbanas em nenhum outro momento histórico. O crescimento das cidades é inevitável e irreversível, a população urbana mundial era de 2,4 bilhões de pessoas em 1990, será de 3,2 bilhões no próximo ano e de 5,5 bilhões dentro de uma geração, ou seja, 95% do crescimento demográfico mundial para a próxima década se dará em áreas urbanas.

Em 1950, Nova York era a única cidade do mundo com mais de 10 milhões de habitantes em 1975, outras quatro se juntaram a ela: Tóquio, Xangai, Cidade do México e São Paulo. No Brasil a população urbana também em 1950 era de 36%, um país rural, em 1990, 76% da população já vivia em áreas urbanas, sendo uma das maiores taxas de urbanização, porém, com enorme déficit habitacional, com desequilíbrio na oferta e procura de imóveis.

Nesse contexto, procuramos analisar se o microsistema do Código de Defesa do Consumidor, com regramento específico para si, pode ser aplicado ao mercado imobiliário, especificadamente ao contrato de locação residencial, pois são vários os contratos imobiliários, *v.g.*, compra e venda, incorporação imobiliária, administração de imóveis etc., e quais as conseqüências dessa interpretação.

Por outro lado, considerando a amplitude e diversidade dos contratos de locação imobiliária, inclusive, a permissão da forma verbal para o vínculo locatício, é patente a dificuldade e até a impossibilidade de se analisar o contrato de locação imobiliário que possa ser considerado único, padrão.

Para solucionar esse impasse a escolha recaiu no que o próprio sistema jurídico determina para formalizar juridicamente a vontade das partes com segurança, autenticidade, publicidade e eficácia dos atos jurídicos, ou seja, os contratos de locação dos Serviços Notariais e/ou de Registro, que são similares aos contratos de locação vendidos em papelaria.

Entretanto, devido também a quantidade desses órgãos fez se necessário delimitar a sua abrangência e a escolha foi pelos dez (10) Serviços Notarias e/ou de Registro existentes no Município de São Paulo.

---

## 2. Noções Prévias

Antes de adentrar ao objeto do estudo, se faz necessário algumas noções gerais dos microssistemas, com definições básicas, esclarecendo ao leitor que não é propósito dessa pesquisa o aprofundamento e debate das definições.

### 2.1 Conceito de relação de consumo

A relação de consumo<sup>1</sup> não é definida em lei, do microssistema do Direito do Consumidor devem ser trazidos os seguintes conceitos para caracterizar as relações de consumo.

Ao lado desses elementos despontam três correntes doutrinárias para justificar a aplicação do CDC no âmbito das atividades econômicas: a teoria finalista, que preconiza a vulnerabilidade do consumidor, a teoria maximalista que considera-o como diretriz da relação contratual, seja ou não de consumo, face ao artigo 29º do CDC, e a teoria mista que assevera a consideração fática da proteção da lei ao consumidor, intuito do CDC, mesmo não havendo a hipossuficiência do consumidor no caso concreto.

É necessário, portanto, antes de falar na aplicação do Código de Defesa do Consumidor em alguma situação prática ou a um instituto, mostrar a quem se aplica, ou seja, seus sujeitos necessários; e em específico sobre o contrato de locação imobiliária termos a definição de serviço.

### 2.2 Conceito de consumidor

De acordo com o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, *in verbis*:

Artigo 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

É um elemento caracterizador a destinação final do produto ou serviço no conceito de consumidor, indicando o ponto terminal do processo de intercâmbio de mercadorias, sendo que os bens são adquiridos para satisfação de necessidades materiais e espirituais, e não para a recolocação no mercado.

Isoladamente não é completo, é necessário ainda acrescentar a vulnerabilidade social e econômica, que Fábio Konder Comparato<sup>2</sup> trata como submissão ao poder de controle do titular dos bens de produção; e, a exposição devido a grande massa de contratos de adesão que move a sociedade de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor traz ainda a figura do consumidor equiparado, de acordo com o artigo 29, *in verbis*:

Artigo 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

É um canal de oxigenação que permite a aplicação do Código de Defesa do Consumidor a quem não é consumidor, mas que se encontra exposto às práticas nele elevadas, aumentando a tutela protetiva.

Temos, também, a equiparação do consumidor no artigo 17 do CDC, *in verbis*:

Artigo 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Esta equiparação faz referência aos casos de responsabilidade pelo fato do produto e do serviço nas relações de consumo que evadas produziram danos, com a responsabilidade objetiva do fornecedor.

### 2.3 Conceito de fornecedor

Conceitua o Código de Defesa do Consumidor no artigo 3º, *caput*, o fornecedor, *in verbis*:

Artigo 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

A profissionalidade no exercício da atividade<sup>3</sup> é ponto central do conceito de fornecedor, mas a isso deve se acrescentar que na composição da relação de consumo é necessário trazer de volta o caráter de que o produto ou o serviço fornecidos seja de destinação final, não serem utilizados para o desenvolvimento da atividade empresarial do fornecedor.

O fornecedor, no desempenho de suas atividades com profissionalidade é quem de algum modo contribui para circulação de produtos e de serviços, seja ele ente público ou privado, até mesmo sem personalidade jurídica.

Há, portanto, um par conceitual para as relações de consumo: destinação final e profissionalidade que deve ser observada desde a oferta do produto ou serviço até a total execução do contrato de consumo.

## 2.4 Conceito de serviço

Serviço é definido de acordo com o parágrafo 2º do artigo 3º, *in verbis*:

§ 2º. Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

## 2.5 Conceito de locação

Na locação de coisas, o locador é toda pessoa física ou jurídica que cede o uso, gozo de um bem, móvel ou imóvel, ao locatário, pessoa física ou jurídica que recebe e serve-se do bem, mediante retribuição, com tempo determinado, artigo 1.188 do Código Civil e 22, I e II da Lei nº. 8.245/91.

## 3. Contrato de Adesão

O contrato como forma de composição de interesses sempre esteve presente no convívio social, desde os tempos remotos, como se verifica no Direito Romano, os contratos de venda, locação, etc. Era visto, na clássica noção, como uma relação de iguais, com partes contratantes livres, compondo os seus interesses na mesma posição de igualdade.

O contrato de adesão surge da evolução social, histórica, principalmente tecnológica, e econômica da humanidade que com a revolução industrial, calcado no conhecido “modelo fordista” (sistema industrial de produção em massa inaugurado no início do século 20 pela Ford), teve propulsão da economia, em escala, e conseqüentemente o consumo em massa.

Nesse novo contexto as normas jurídicas que existiam não mais atendiam as novas exigências contratuais do cidadão, e, mais, ainda das empresas, necessitando-as de um instrumento jurídico ágil, que racionalizasse os negócios e a organização empresarial com baixo custo. Esse novo instrumento, contrato de adesão, impossibilitou o ajuste individual e a discussão quanto aos pormenores do produto pelo consumidor.

A realidade social e econômica à época do Código Civil Brasileiro, publicado em 1916, retrata o país, Brasil, conservador, patriarcal, rural e de relações contratuais individualistas centralizadas na propriedade imobiliária. Vale lembrar que o modelo contratual aplicado era pautado pelo Código Civil Brasileiro, elaborado em realidade totalmente diversa da atual, com os princípios da autonomia da vontade, da força obrigatória do contrato e da boa-fé, limitados apenas pelas normas de ordem pública e os bons costumes.

O regramento jurídico não mais servia as velozes mudanças sociais com o impacto cada vez maior das descobertas e invenções tecnológicas na economia — quem imaginaria há quarenta anos atrás o computador pessoal, a Internet, a biotecnologia ?

Tornou-se necessário uma norma jurídica que atendesse essa realidade, inclusive, pela necessidade do próprio Estado ter os investimentos financeiros estrangeiros, o que só seria possível com regras conhecidas e estabelecidas, com mínimo de segurança jurídica e econômica, dado as despesas das demandas judiciais na produção dos bens que não passa despercebida pelo mercado numa instabilidade política.

Essa modificação legislativa veio, principalmente, através da Lei Maior, de 1988, com novos princípios na ordem econômica: a livre iniciativa ajustada à função social da propriedade dos bens de produção e a dignidade da pessoa humana (respeito ao consumidor, artigo 170º, V e artigo 1º e 5º, XXIII, da CF/88).

Mas não foi suficiente. Era necessária a alteração da legislação infraconstitucional.

A técnica de reformas legislativas com elaboração de novos códigos, civis, penais, trabalhistas, tributários, deram lugar às conhecidas mini reformas, com feitura e adoção de leis específicas para cada matéria, resultando um complexo e emaranhado sistema jurídico com vários microssistemas, além da legislação infraconstitucional recepcionada.

No campo jurídico contratual a intervenção estatal veio com a promulgação da específica Lei nº. 8.078/90, divulgada como Código de Defesa do Consumidor, passando a disciplinar as novas relações contratuais, de consumo, com os contratos de adesão, como um verdadeiro microssistema multidisciplinar.<sup>4</sup>

---



### 3.1 Conceito de contrato de adesão

Portanto, a nova instrumentalização dos negócios ditada pela produção e consumo em série foi regrada pelo modelo contratual de adesão, conceituado no artigo 54 da Lei nº. 8078/90, *in verbis*:

Artigo 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

Destaca-se que a doutrina já tratava do tema, tendo a expressão “contrato de adesão” surgido com análise do Código Civil Alemão por Raymond Saleilles, na obra *De la Declaration de Volonté, Librairie General de Droit et Jurisprudence*, Paris, 1929, e na nossa doutrina pátria com os estudos de Orlando Gomes.<sup>5</sup>

O contrato de adesão apresenta as características de:

“1) simplificação no modo de produzir-se o consentimento, com expressa aceitação em bloco das condições pré-redigidas; 2) desigualdade entre as partes, favorecendo a que dita as condições, o que não raro conduz ao abuso e à arbitrariedade; 3) oferta pública firme e irrevogável; 4) intervenção do Estado nos contratos, numa frenagem aos abusos a que a condição de privilegio fatalmente descamba”<sup>6</sup>.

Essas características seguem os princípios<sup>7</sup>:

- 1) princípio da unidade e invariabilidade do conteúdo (cláusulas padronizadas);
- 2) princípio da complexidade ou tecnicismo;
- 3) princípio da generalidade (indeterminação dos destinatários) ou permanência da oferta;
- 4) princípio da superioridade ou prepotência econômica (ausência de negociação prévia);
- 5) princípio do estado de necessidade (aceitação compulsória do destinatário, “take it or leave it”);
- 6) princípio da preservação do contrato (nulidade parcial);

Com a Constituição Federal de 1988, a doutrina moderna considera os contratos de consumo como interesses coletivos ou difusos.

O CDC atua não só no momento da contratação, adesão, mas, também na fase pré-contratual, disciplinando a publicidade, depois na pós-contratação e por derradeiro na execução do contrato, arts. 37, 49 e 51, estabelecendo as chamadas cláusulas abusivas.

## 4. Cláusulas Abusivas

Nos artigos 51 a 53 do CDC o legislador listou as possíveis situações tidas como abusivas, elecando exemplificativamente, conforme *caput* do artigo 51, deixando em aberto a definição de abusividade contratual para o intérprete dada a impossibilidade de se exaurir todas as circunstâncias da vida real.

Utiliza-se também de outras regras, cláusulas gerais, que permitam proibir as situações leoninas, vexatórias, onerosas ou lesivas aos consumidores, para conceituar a abusividade, sendo um sistema aberto.

Os elementos para caracterizar a cláusula abusiva são:

- a) predisposição unilateral;
- b) inserção em condições gerais;
- c) atribuição de onerosidade e desvantagens excessivas ao aderente;
- d) incompatibilidade com as hipóteses da lista legal, artigo 51, ou com a boa-fé e a equidade.

A constatação da abusividade nas cláusulas contratuais predispostas unilateralmente deve se submeter à análise geral, total do contrato, pois tendo o equilíbrio como escopo das relações contratuais de consumo é mister a análise do objeto contratual para que se verifique a desvantagem do consumidor.

Assim, a liberdade contratual somente é concedida para que seja alcançada a sua função social: alcançar o que é justo e útil socialmente.

Importante, frisar que cláusula abusiva não é cláusula ilícita, (CC, artigo 145, II) o conceito de abusividade é maior, depende da extensão das obrigações na análise global do contrato, não sendo proibida legalmente, as cláusulas ilícitas, ao contrário, tem o objeto ilícito, embora, os efeitos destas duas cláusulas sejam o mesmo: a nulidade de pleno direito.

Os princípios e direitos básicos do Direito do Consumidor, Lei nº 8.078/90, norteiam a abusividade contratual, são eles:

- 1) o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, artigo 4º;
- 2) a ação governamental no sentido de proteger o consumidor, pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança e desempenho, artigo 4º;

3) a informação adequada, clara e precisa, sobre os diferentes produtos e serviços, com a especificação correta sobre as suas características, qualidades, e sobre os riscos que apresentam, artigos 6º, 31, e 50;

4) proteção contra o produto ou serviço que possa acarretar riscos à saúde ou segurança dos consumidores, artigos 8º, 9º e 10º;

5) proteção contra produtos e serviços com vícios de qualidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhe diminuam o valor, assim, como por aqueles decorrentes da disparidade de indicações constantes da oferta, embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, independentemente de culpa, artigos 12, 18, 20, 21, 23, 24 e 25;

6) proteção contra qualquer modalidade de publicidade, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidades ou propriedades sobre produtos e serviços, artigos 37, 66 e 67;

7) a inversão do ônus da prova, artigo 6º, VIII;

8) o direito de arrependimento, artigo 49;

9) a interpretação *contra stipulatorem*, artigo 47;

10) o dever de garantia, artigo 50.

Estas regras harmonizam-se com o sistema de proteção ao consumidor, eis que o próprio sistema impõe a nulidade da cláusula, além de sanção administrativa, arts. 51, § 2º e 56 da Lei nº 8.078/90, com controle prévio administrativo e a possibilidade do controle interno, ou seja, o exame do contrato pelo próprio consumidor.

O controle externo<sup>8</sup> pode ser realizado também por autoridades administrativas e pelo Poder Judiciário que normalmente exerce a fiscalização cogente das cláusulas abusivas.

Defende Nelson Nery Junior<sup>9</sup> que a cláusula abusiva por ser uma nulidade absoluta<sup>10</sup> efeito “*ex tunc*”, e matéria de ordem pública não está sujeita a preclusão temporal, podendo o Poder Judiciário se manifestar *ex officio*, sendo imprescritível a ação judicial.

E no campo processual a defesa do consumidor é ampla, irrestrita, conforme artigo 83 do CDC, *in verbis*:

Artigo 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este Código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

## 5. O Conflito das Leis

O conflito das leis se deve em razão da diretriz do artigo 2º da Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro<sup>11</sup>, com a promulgação da lei ordinária do inquilinato, Lei nº 8.245 de 18 de outubro de 1991, e a vigência do CDC, também lei ordinária, em 11 de março de 1991, respeitado o *vacatio legis*.

O choque decorre do fato da Lei nº. 8.245/91 dispor expressamente seu âmbito de aplicação às locações imobiliárias urbanas, porquanto com regramento próprio para esses contratos, e o CDC, também dispor regras contratuais.

Existem dois entendimentos: a corrente doutrinária que aplica o CDC nos contratos de locação e a corrente contrária que o afasta.

Os doutrinadores contrários à aplicação do CDC argumentam, no campo infraconstitucional, a resolução em favor da lei mais moderna, no conflito entre leis especiais ou gerais. Alegam, outrossim, a disposição expressa da Lei nº. 8.245/91, artigo 79, que determina a aplicação supletiva do Código Civil e do Código de Processo Civil nos casos omissos.

Com entendimento contrário, com aplicação do CDC nas relações locatícias, a defesa decorre da efetividade constitucional do CDC, art.5º, XXXII, inclusive, como cláusula pétrea, e art. 48 no ADCT da Constituição Federal de 1988, como verdadeiro instrumento complementar<sup>12</sup>, pois a valorização do consumidor diante do lucro, vantagem econômica contratual, do mercado imobiliário, é o entendimento coerente, pois a dignidade humana, com o respeito ao consumidor, deve ser ponderada<sup>13</sup> frente ao valor constitucional da livre iniciativa.

Defendem o CDC como norma geral dos contratos de consumo e não de um contrato de consumo específico, e a compatibilidade com leis especial posteriores não é proibida, desde que a matéria seja compatível.

A regra da compatibilidade das leis é seguida por Claudia Lima Marques, *ipsis litteris*:

“Vale lembrar que as normas do CDC são gerais e não revogam expressamente a lei especial existente e nem são revogados por leis especiais posteriores. Como ensina Oscar Tenório, pode haver a coexistência da nova lei em face da anterior lei, desde que compatíveis. A lei especial mais nova não afeta a vigência da lei geral anterior, no que não forem incompatíveis, sendo necessário examinar a finalidade da duas leis. É a regra da compatibilidade da leis. O CDC não trata de nenhum

---

contrato em especial, mas se aplica a todos, a todos os tipos de contratos, se contratos de consumo. Neste caso não revogará as normas especiais referentes a estes contratos, que nem sempre são de consumo, mas afastará a aplicação das normas previstas nas leis especiais anteriores que forem incompatíveis com o novo espírito tutelar e de equidade do CDC.

*Se a lei é posterior, como no caso da Lei 8.245/91, é de se examinar a compatibilidade do CDC com a lei mais nova. No caso, o CDC e a nova Lei de Locações são perfeitamente compatíveis, tratam de aspectos diferentes da mesma relação contratual e serão usadas conjuntamente quando tratar-se de locações urbanas não-comerciais”<sup>14</sup>.*

Necessário esclarecer que a jurista adota a teoria finalista, considerando apenas o contrato de locação residencial, sob a ótica dos artigos 2º e 3º do CDC, como relação de consumo. Consideram, ainda, a obrigatoriedade da convergência do direito constitucional de moradia e da função social da propriedade<sup>15</sup>, normas de ordem pública que ensejam a intervenção estatal, o CDC, nos contratos de locação imobiliária, art.6 da CF/88.

Contudo, a Lei do Inquilinato é também de ordem pública em matéria de locações urbanas, de inegável relevância social, originando-se a intervenção estatal para proteção dos locatários, conforme prescreve o artigo 45 da Lei nº. 8.245/91, *in verbis*:

Artigo 45. São nulas de pleno direito as cláusulas do contrato de locação que visem a elidir os objetivos da presente Lei, notadamente as que proíbam a prorrogação prevista no artigo 47, ou que afastem o direito à renovação, na hipótese do artigo 51, ou que imponham obrigações pecuniárias para tanto.

## 6. Aplicação do Código de Defesa do Consumidor

A política habitacional desde o extinto Banco Nacional de Habitação, do Sistema Habitacional Financeiro, não saldou o déficit de moradia para a grande massa de pessoas de baixa renda, que foram empurradas para as periferias das cidades, zonas de mananciais e que culminou em cidades como São Paulo na existência do Movimento dos Sem Teto, copiando o Movimento dos Sem Terra, com ocupação clandestina de prédios públicos e privados abandonados no centro da cidade.

A política urbana é de competência da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios com previsão constitucional de programas de construção, melhoria das condições habitacionais e saneamento básico ( artigo 23, IX ), além da função social da propriedade urbana diante do Estatuto da Cidade.

A crise habitacional traz os reflexos, como a busca de soluções variadas pelo legislador, desde o incremento nas locações de imóveis até uma política de financiamento de imóveis que trazem figuras conhecidas e amplamente difundidas pelo meio empresarial para aquisição de bens imóveis, sejam elas a alienação fiduciária em garantia, leasing imobiliário, até a busca de fundos no mercado mobiliário, com o lançamento de títulos como o certificado de recebíveis imobiliários, afora as garantias pelos caucionamentos. Merece realce a nota aposta por Francisco Carlos Rocha de Barros<sup>16</sup>, *ipsis litteris* :

*“Não fossem tão profundos os desníveis sociais, se os cidadãos estivessem situados em planos econômicos razoavelmente próximos, não haveria necessidade de tanto legislação extraordinária. As normas quase centenárias do Código Civil, que respeitam a propriedade e proclamam a liberdade de contratar, seriam suficientes.*

*(...) Importa anotar, inicialmente, que para enfrentar questões de locação predial urbana não se deve perder de vista a falta de moradias decorrente da miséria que castiga milhões de brasileiros, desafiando a inteligência e a sensibilidade do legislador. De um lado, a preocupação com a dignidade da pessoa humana, reclamando a proteção de um teto para cada família e forçado a edição de leis protetoras do inquilino; de outro, a restrição aos direitos do proprietário, desestimulando o investimento na construção de imóveis e fazendo diminuir a oferta e aumentar a demanda. Atormentado por tais pressões o legislador brasileiro vem-se esforçado ao longo dos anos para apresentar normas reguladoras de locação que sejam justas e equilibradas “*

### 6.1 As posições doutrinárias.

A doutrina que defende a aplicação do CDC nos contratos de locação imobiliária aduz que se trata de contrato de consumo, aliada ao intuito da paz social, com a previsão constitucional de proteção à moradia, e a função social da propriedade.

O entendimento contrário justifica a inaplicabilidade do CDC por não existir relação de consumo.

A corrente favorável procede à análise dinâmica do sistema jurídico, com os conceitos estabelecidos pelo artigo 1.188 do Código Civil, consistindo a locação na cessão temporária do uso e gozo do imóvel, mediante certa retribuição, com os conceitos estabelecidos no CDC de consumidor e fornecedor.

Por esse raciocínio estão presentes as figuras do fornecedor e do consumidor, a que alude o CDC: o locador faz a entrega do imóvel, ou seja, fornece o imóvel (artigo 3º e § 1º),

enquanto o locatário está na posição de consumidor desse produto (artigo 2º), porque o recebe para locação não comercial, ou seja, sem as características específicas da locação comercial e industrial, submetendo-se a tutela do CDC.

Esse é o magistério de Claudia Lima Marques<sup>17</sup>; o locatário como destinatário final do produto, permite a aplicação do CDC, pois está sob a égide do conceito de consumidor, que utilizando o imóvel, casa, apartamento, para moradia é destinatário final.

Argumenta a seu favor a caracterização do imóvel como produto, objeto de consumo, diante da necessidade de habitação, artigos 2º e 3º do CDC, afirmando ser este o entendimento da jurisprudência, coligindo julgado do TARS, *ipsis litteris*:

*'Ação Civil Pública. Tem o Ministério Público legitimidade para propor ação visando a proteção do consumidor. A relação de intermediação de imóveis para locação submete-se às disposições do Código de Defesa do Consumidor. Cláusulas de contrato de adesão cuja nulidade se reconhece. Inaplicabilidade da Lei 8.078, de 11.9.90, aos contratos firmados anteriormente à sua vigência. Recurso parcialmente provido.'*<sup>18</sup>

Reforçando esse entendimento, aduzem, também, que o contrato de locação imobiliário tem outorga de crédito, outro objeto de consumo, eis que o valor locatício, aluguel, será pago posteriormente ao uso e gozo do imóvel.

Nessa linha de argumentação, da aplicação do Código de Defesa do Consumidor<sup>19</sup> segue o entendimento de Sílvio de Salvo Venosa<sup>20</sup>, *ipsis litteris*:

*"O CDC cria um microsistema legal que se insere e se harmoniza com as relações jurídicas regidas pelas leis civis, mercantis, administrativas. Dúvidas inexistem que as constantes leis do inquilinato de nossa história, afora o caráter emergencial de anteriores leis revogadas, sempre se mostraram como leis especiais, destinadas unicamente a reger a relação ex locato, com evidente intuito protetivo do inquilino.*

Sob esse aspecto há patente ponto de contato entre o CDC e a Lei do Inquilinato: ambos os diplomas buscam proteger o contratante em tese juridicamente mais fraco, contra aquele que se apresenta na relação negocial, sempre em tese como economicamente mais forte: locador e locatário; consumidor e fornecedor (estes conceituados respectivamente nos arts. 2º e 3º do CDC).

No entanto, o CDC é norma abrangente de toda a relação de consumo, enquanto a lei do inquilinato se particulariza na relação da locação imobiliária.

(...)

Desse modo, tanto numa como noutra legislação, ambas de caráter eminentemente protetivo do juridicamente mais fraco, cabe ao julgador no caso concreto concluir se a cláusula contratual contraria o espírito do diploma legal.

Por isso, a posição do intérprete, ao examinar relação locatícia, é partir da premissa primeira do cunho da lei do inquilinato; a seguir seu raciocínio demandará os princípios de defesa do consumidor e o exame de sua aplicação. Não se esqueça ademais dos princípios do Código Civil. Esta se nos afigura como sendo a postura correta na aplicação de ambas.

(...)

Tanto a lei de defesa do consumidor como a lei do inquilinato vieram a lume para corrigir distorções de relações negociais. Cabe ao intérprete impedir que se materialize uma distorção dentro da outra. Não foi essa evidentemente a intenção do legislador, sob pena de ser tolhida a livre iniciativa, elevada a categoria de garantia individual (artigo 5º, XIII da CF), e com ela empedir-se o fluir da economia. Ainda porque a ordem econômica constitucional deve ser assegurada entre outros, pelos princípios de livre concorrência, no mesmo plano da defesa do consumidor (artigo 170, incs. IV e V da CF, respectivamente. Ou tem termos mais práticos, distantes dos postulados teóricos: há bons e mais fornecedores, assim com há bons e maus consumidores. Em termos axiológicos, a apreciação do intérprete, do juiz deve levar em conta os voltes em jogo porque o ordenamento pátrio hoje lhe dá o instrumental necessário.

(...)

Nesse ponto, por conseqüência, se harmoniza o conceito de coletividade e interesses difusos com a redação do parágrafo único do artigo 2º do CDC, o qual após definir consumidor individual estatui: 'Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo'.

Ora, levando-se em conta esses dispositivos não é custoso concluir que basta a conceituação de consumidor na relação jurídica para a aplicação da norma, independentemente de se buscar a tipificação do outro sujeito da relação, como fornecedor ou não. Sob tal aspecto será trazida à proteção do inquilino, portanto, todos o microsistema do consumidor, inclusive, é evidente, as infrações penais e as normas processuais que permitem a defesa coletiva de interesses (artigo 81 e ss.).

(...)

Ainda que de aparente perplexidade, o âmbito procurado pela lei de defesa do consumidor permite e conduz a essa conclusão. Quer nos parecer, portanto, que essa será a orientação da jurisprudência que tomará corpo.

(...)

Portanto, que se enquadre o locatário na definição genérica de consumidor do artigo 2º, quer na definição de incidência mais específica do artigo 29 do CDC, não há de se negar que o inquilino ao contratar a locação imobiliária se expõe perante a relação de consumo e nela se insere, independentemente da figura que se apresenta como locador.

(...)

O conceito de consumidor é emoldurado pela idéia de vulnerabilidade. Assim também o inquilino. Protege-se o inquilino na atual Lei do Inquilinato, em menor extensão é verdade do que na lei anterior, porque em tese é a parte vulnerável na relação jurídica. Eventual abuso de direito, que no caso concreto subverta ou faça desaparecer essa vulnerabilidade, encontrará, por certo, a correta interpretação justa e equitativa dos tribunais, como, de foram mais digressiva, expusemos nesta reflexão. De qualquer modo, como explanado, em momento algum se anula a aplicação integral da Lei do Inquilinato, sob a premissa de que a proteção do locatário deve ser sistemática.

(...)

O ordenamento consumerista será aplicado naquilo que completar e se harmonizar com o espírito não só da lei inquilinária como de tantos outros diplomas legais.”

Em sentido contrário, a doutrina que sustenta a inaplicabilidade do CDC às relações locatícias, considera que não existe relação de consumo entre locador e locatário, não podendo ser comparados a consumidor e fornecedor. Acompanha essa posição o Professor Hugo Nigro Mazzili e o Prof. Newton de Lucca,<sup>21</sup> este diferenciando o seu entendimento, somente, quando a figura do locador pratica atividade profissional.

Nesse aspecto, há coerência com o estágio atual da sociedade moderna, a realidade do “*homo aeconomicus*”, pois o risco de se adotar a teoria maximalista do Direito do Consumidor nos contratos, com aplicação generalizada do CDC, poderia elevá-lo a uma verdadeira Constituição.

## 6.2 A posição da jurisprudência.

No Supremo Tribunal Federal não foi encontrada nenhuma decisão judicial a respeito da matéria.

O Superior Tribunal de Justiça, ao contrário, possui várias decisões, sendo a maioria esmagadora contrária a aplicação do CDC ao contrato de locação imobiliária, não adotando-o como relação de consumo, seguindo, até o momento, os entendimentos esposados nos Recursos Especiais, dos Ministros Luiz Vicente Cernicchiaro e Edison Vidigal, como segue, *in verbis*:

“LOCAÇÃO - CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - MULTA - A Lei de Locação não se confunde com o Código de Defesa do Consumidor. Em sendo assim, a multa pode ser diferente. (STJ - 6ª T.; Rec. Esp. nº 131.851-SP; Rel. Min. Luiz Vicente Cernicchiaro; j.23.09.1997; v.u.).

ACÓRDÃO.

Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da Sexta Turma do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por unanimidade, não conhecer do recurso, nos termos do voto do Sr. Ministro-Relator. Participaram do julgamento os Srs. Ministros VICENTE LEAL, FERNANDO GONÇALVES e ANSELMO SANTIAGO. Ausente, ocasionalmente, o Sr. Ministro WILLIAM PATTERSON.

Brasília, 23 de setembro de 1997 (data do julgamento).

RELATÓRIO.

O EXMO. SR. MINISTRO LUIZ VICENTE CERNICCHIARO (RELATOR): Recurso Especial interposto por ..., com apoio no artigo 105, III, “a” da CF, contra acórdão unânime da 11ª Câmara do 2º Tribunal de Alçada Civil do Estado de São Paulo, que entendeu ser inviável a redução da multa contratual de 20% sobre os débitos para 10% em face da inaplicabilidade do Código do Consumidor e da Lei de Usura à Locação.

Alega o recorrente ofensa ao artigo 9º do Decreto nº 22.626/33, além do artigo 52, § 1º da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

Contra-razões às fls. 80/87.

Despacho de admissão às fls. 89/90.

É o relatório.

MINISTRO LUIZ VICENTE CERNICCHIARO.

VOTO.

O EXMO. SR. MINISTRO LUIZ VICENTE CERNICCHIARO (RELATOR): Sr. Presidente, trata-se de matéria relativa a contrato de locação em que foram pactuados 20% sobre os débitos, caso não efetuado o pagamento do aluguel.

A contraparte afirmou que o Código de Defesa do Consumidor e a Lei de Usura impedem esse percentual, devendo ser reduzido para 10%.

O Tribunal afirmou serem diplomas distintos.

Creio que há inaplicação do Código de Defesa do Consumidor à locação. O contrato fixou multa de 20%. Aliás, há precedentes, conforme se mencionou às fls. 89/90, da Sexta Turma e, também, da Quinta Turma.

Não conheço do recurso especial.”

Segue a decisão do Ministro Edison Vidigal, da 5ª Turma, em 09.11.94, *in verbis*:

“RECURSO ESPECIAL Nº 38247-2 – SP (REG. 93.0024254-7).

RELATOR: O EXMO SR. MINISTRO EDSON VIDIGAL.

RECORRENTE: ARMANDO LIVICHI SAITO.

RECORRIDO: ANTONIO MATIAS PENA.

VOTO.

O EXMO. SR. MINISTRO EDSON VIDIGAL: Senhor Presidente, a alegada ofensa à Lei 8.070/90 – Código do Consumidor – é impertinente à hipótese aqui tratada, razão pela qual o Acórdão recorrido acertadamente afastou sua incidência, por não ter a mesma aplicação em questões oriundas de vínculo locatício, anotando que “a lei inquilinária regulou toda a matéria de que trata, de sorte que a disposição do código especializado na defesa do consumidor, para modifica-la, haveria de a ela referir-se, especificamente. Mas tal não ocorreu. (fl. 77).

Ao invocar a proteção da Lei 8.070/90, o recorrente pretende nula a cláusula 5ª do contrato locatício, que diz, foi ‘assinado por coação’ (fl. 82).

O julgado hostilizado, ao confirmar a sentença que afastara o direito de retenção por benfeitorias consignou que ‘não é nula a cláusula pela qual o locatário renunciou ao direito de retenção ou indenização por benfeitorias realizadas no imóvel, como acontece no presente caso (Cláusula 5ª, fls. 5)’ (Fl. 76).

Com efeito, o pretenso direito a retenção por benfeitorias, inserido em cláusula contratual que o exclui, apresenta-se incabível em sede de recurso especial, consoante o teor da súmula 5, STJ.

A propósito, a lição de Arnaldo Medeiros:

‘Ninguém pretende que o direito de retenção seja de ordem pública ou de interesse geral, pelo que não pode haver dúvida sobre a validade do pacto que o exclua’.

A instâncias ordinárias, ademais, soberanas no exame das questões fáticas e probatórias dos autos, consideram lícita a cláusula contratual que afasta o direito à indenização e retenção por benfeitorias e, doutrina e jurisprudência afinam-se no sentido de que o direito de retenção por benfeitorias necessárias ou úteis – Lei 6.649/79 – Artigo 26 (sob o império da qual foi celebrado o contato), não é de ordem pública, sendo, pois, suscetível de ter sua incidência afastada pela vontade das partes.

Assim os precedentes desta Corte, dentre eles – Resp 10.336 – SP, rel. Min. Eduardo Ribeiro:

‘LOCAÇÃO – BENFEITORIAS.

Lícito convencionarem as partes não ser devida indenização por benfeitorias, ainda que necessárias’.

Assinalo, outrossim, que a locação é hoje regulada pela Lei 8.245/91, que revogou a Lei 6.649/79 – é lei especial que trata especificamente das locações prediais urbanas e não pela lei 8.078/90, que dispensa proteção ao consumidor, em hipóteses não abrangidas por leis especiais. (Resp. 38.639-0 – SP, 5ª Turma).

Em suma, o pedido reconvenicional que objetivou a retenção por benfeitorias, não foi acolhido em face de ter, a locatária, de forma expressa e antecipadamente renunciado ao direito de exigí-la, considerando, também, irrelevante a prova sobre benfeitorias, pois, o direito de retenção ou indenização estava inserido em cláusula contratual que o exclui. Não se trata de “negativa de valorização jurídica das provas e da tese” (fl. 81, como quer o recorrente, mas de interpretação de cláusula contratual, pelo que inócua seria a feitura da perícia, que apenas acarretaria a morosidade desnecessária do provimento jurisdicional, em prejuízo dos princípios processuais de celeridade e economia. Resp. 2903-MA, Rel. Min. Athos Carneiro.

Assim, não conheço do recurso.

É o voto”.

A única exceção ocorre na 6ª Turma deste E. Tribunal, tão, somente, a respeito de benfeitoria, com entendimento favorável a aplicação do CDC, in verbis:

“EMENTA: - RESP. CIVIL. LOCAÇÃO. BENFEITORIA NECESSÁRIA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. A benfeitoria necessária é indenizável. O Código de Defesa do Consumidor veio amparar a parte mais fraca nas relações jurídicas. Nenhuma decisão judicial pode amparar o enriquecimento sem justa causa. Toda decisão há de ser justa.” – Resp.n.90.366 – MG (96.0016186-0) – DJ, 02.06.1997”.

Verificamos no âmbito da jurisprudência estadual, Tribunais de Justiça e Alçada, entendimentos diversos e conflitantes pela incidência, ou não, do Código de Defesa do Consumidor.

Merece registro a divergência apurada nos próprios Tribunais, conforme o objeto da demanda judicial, aplicando-se, ou não, o CDC nos contratos de locação.

Diante da divergência foi realizada a pesquisa nos tribunais brasileiros, com a ressalva que ficaram de lado questões processuais, ou seja, a investigação teve, apenas, o direito material do consumidor e a lei do inquilinato, rejeitando-se decisões de cunho processualista.

Necessário esclarecer que não foram consultados os seguintes tribunais estaduais, em razão de não estarem devidamente informatizados, como segue:

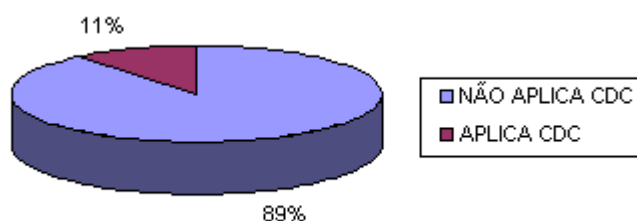
- a. Tribunal de Justiça do Acre – [www.tj.ac.org.br](http://www.tj.ac.org.br);
- b. Tribunal de Justiça de Alagoas – [www.tj.al.org.br](http://www.tj.al.org.br);
- c. Tribunal de Justiça de Amazonas – [www.tj.am.org.br](http://www.tj.am.org.br);
- d. Tribunal de Justiça do Amapá – [www.tj.ap.org.br](http://www.tj.ap.org.br);
- e. Tribunal de Justiça do Ceará – [www.tj.ce.org.br](http://www.tj.ce.org.br);
- f. Tribunal de Justiça de Goiás – [www.tj.go.org.br](http://www.tj.go.org.br);
- g. Tribunal de Justiça do Maranhão – [www.tj.ma.org.br](http://www.tj.ma.org.br);
- h. Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul – [www.tj.ms.org.br](http://www.tj.ms.org.br), não é possível ler a página;
- i. Tribunal de Justiça de Pernambuco – [www.tj.pe.org.br](http://www.tj.pe.org.br);
- j. Tribunal de Justiça do Piauí – [www.tj.pi.org.br](http://www.tj.pi.org.br);
- l. Tribunal de Justiça de Roraima – [www.tj.rr.org.br](http://www.tj.rr.org.br);

Por derradeiro, se constata a posição dominante dos Tribunais pela não aplicação do CDC, apenas, o tribunal da região sul é favorável ao CDC, destacando-se o Estado do Rio Grande do Sul com a maioria das decisões afirmativas, e o Estado de São Paulo dividido no tema, como se verá adiante, com exceção dos tribunais acima.

### 6.3 Gráficos Resumos

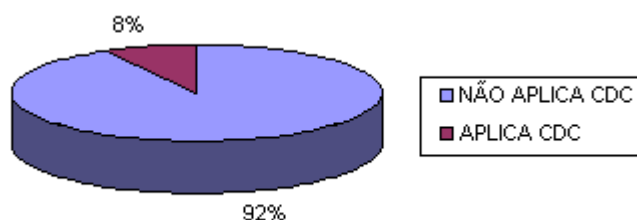
Aqui foi elaborado gráficos, com resumo do resultado da pesquisa, condensando-se o posicionamento dos tribunais nacionais diante das questões levantadas (multas contratuais, benfeitorias, fiança, multas de despesas condominiais, descontos ou abono de pontualidade, prêmios de bonificação, seguro-fiança, relação com a administradora, restituição em dobro, induzimento a erro, inscrição do nome do SPC-SERASA), trazendo e demonstrando a posição atual da jurisprudência, no intuito de facilitar o entendimento do leitor, eis que não caberia nesse espaço a exposição da metodologia utilizada.

GRÁFICO 1 – MULTA: CONTRATUAL, MORATÓRIA E COMPENSATÓRIA – POSICIONAMENTO NACIONAL



Comentário: a jurisprudência brasileira não adota a aplicação do CDC nos contratos locatícios, a proporção (11%), não autoriza a afirmação que os tribunais nacionais protegem o locatário, aceitando-o como consumidor.

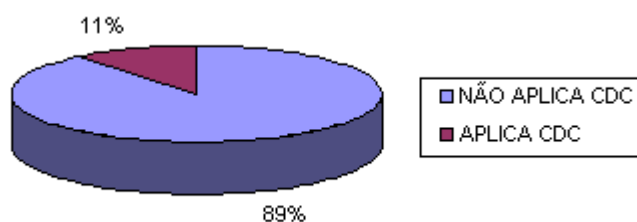
GRÁFICO 2 – MULTAS DE DESPESAS CONDOMINIAL POSICIONAMENTO NACIONAL



Comentário: embora a questão seja de despesa condominial, a importância surge principalmente nos centros urbanos, onde a maioria dos imóveis alugados são unidades condominiais, apartamentos, refletindo na locação, sendo despesa obrigatória do locatário, conforme determina a legislação do inquilinato, artigo 23, I e XII.

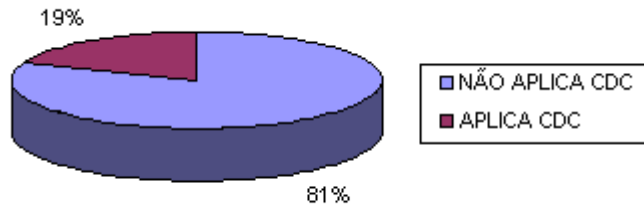
Com menor participação da jurisprudência nessa matéria, os tribunais seguem o mesmo entendimento de não adotar a relação locatícia como relação de consumo.

GRÁFICO 3 – BENFEITORIAS POSICIONAMENTO NACIONAL



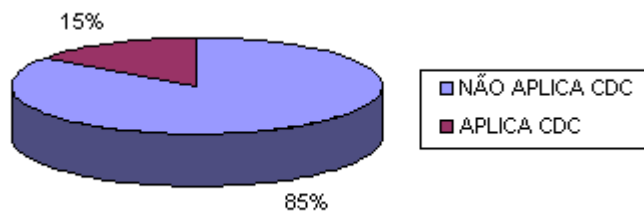
Comentário: repete-se nessa matéria a quantidade e proporção dos julgados das multas contratuais, gráfico 1, afastando a aplicação do CDC nos contratos de locação imobiliários.

GRÁFICO 4 – FIANÇA  
POSICIONAMENTO NACIONAL



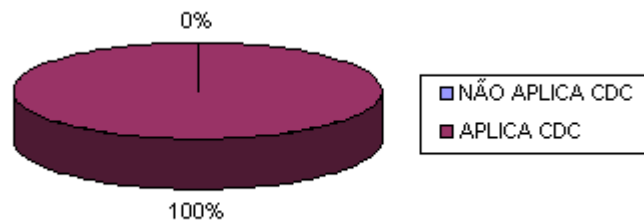
Comentário: pela média dos julgados, constata-se que a fiança é o tema mais debatido nos tribunais, talvez por envolver terceiro e não propriamente o locatário. Contudo, mesmo, assim, a jurisprudência dos tribunais pesquisados não permite a rejeição da lei do inquilinato.

GRÁFICO 5 – DESCONTO POR PONTUALIDADE, ABONO DE PONTUALIDADE OU PRÊMIO DE BONIFICAÇÃO.  
POSICIONAMENTO NACIONAL



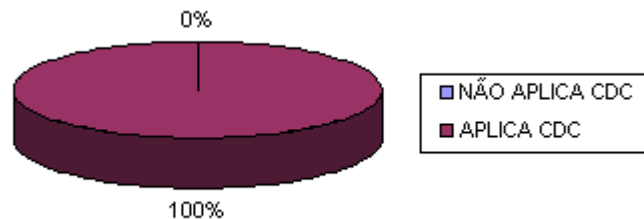
Comentário: necessária a observação que o resultado não reflete a posição nacional em razão da impossibilidade da pesquisa em todos os tribunais, conforme nota do capítulo, apenas com os julgados obtidos pode-se concluir o posicionamento regional do tema, mas, constata-se novamente a posição dominante da jurisprudência da inaplicabilidade do CDC.

GRÁFICO 6 – SEGURO-FIANÇA  
POSICIONAMENTO NACIONAL



Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, entretanto, nesse tema os julgados admitem a aplicação do CDC, observando-se a pequena quantidade de julgados.

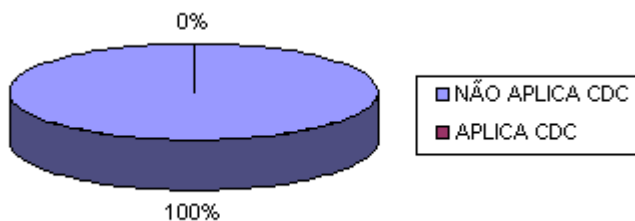
GRÁFICO 7 – RELAÇÃO ADMINISTRADORA,  
POSICIONAMENTO NACIONAL



Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, entretanto, nesse tema os julgados admitem a aplicação do CDC, por trata-se de prestação de serviço das administradoras e não o vínculo entre locador e locatário, sendo incontroverso a relação de consumo entre a administradora e o inquilino.

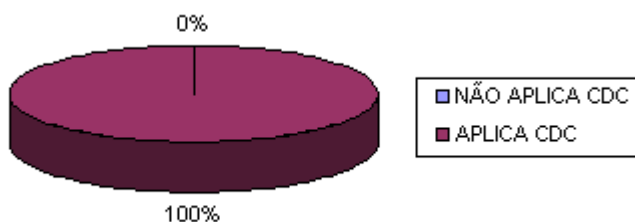


GRÁFICO 8 – RESTITUIÇÃO EM DOBRO DE QUANTIA INDEVIDAMENTE PAGA PELO PAGAMENTO DE ALUGUEL EXCESSIVO- POSICIONAMENTO NACIONAL



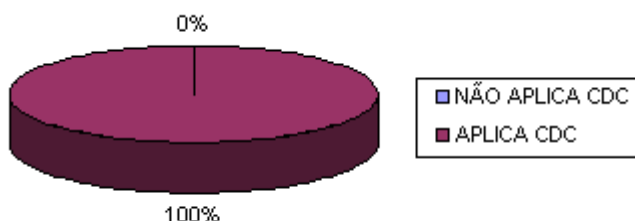
Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, e a ínfima quantidade de julgados.

GRÁFICO 9 – RESTITUIÇÃO EM DOBRO DE QUANTIA REFERENTE ÀS DESPESAS CONTRATUAIS DE INTERMEDIACÃO OU ADMINISTRAÇÃO IMOBILIÁRIA- POSICIONAMENTO NACIONAL



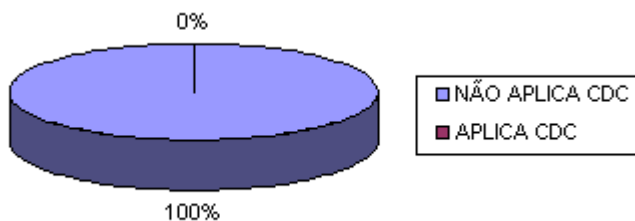
Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, bem como é abordagem da relação das administradoras imobiliárias com o locatário, prestação de serviço, e não a relação de locação.

GRÁFICO 10 – INDUZIMENTO DO LOCATÁRIO A ERRO NA CLÁUSULA DE REAJUSTE CONTRATADA POSICIONAMENTO NACIONAL



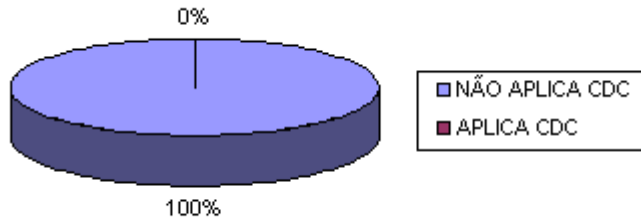
Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, e a ínfima quantidade de julgados.

GRÁFICO 11 – INDUZIMENTO DO LOCATÁRIO A ERRO PELO ANÚNCIO DA LOCAÇÃO – POSICIONAMENTO NACIONAL



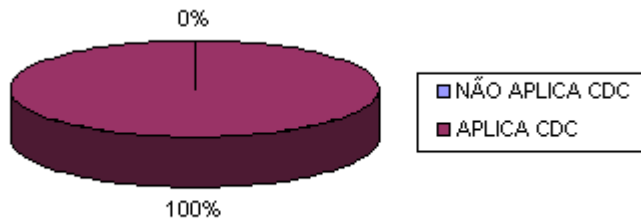
Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, e a ínfima quantidade de julgados.

GRÁFICO 12 – INSCRIÇÃO DE NOME NO SPC -SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO DO DEVEDOR, NO SERASA – POSICIONAMENTO NACIONAL



Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, e a ínfima quantidade de julgados.

GRÁFICO 13 – INSCRIÇÃO DE NOME NO SPC -SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO DO FIADOR, SEM PRÉVIO AVISO – POSICIONAMENTO NACIONAL



Comentário: repete-se a observação feita no gráfico 5, que o resultado não reflete a posição nacional, e a ínfima quantidade de julgados.

A conclusão dessa pesquisa permite afirmar que a jurisprudência dos tribunais brasileiros não admite a aplicação do CDC nos contratos de locação imobiliária, independentemente do objeto, matéria tratada, separando-se a posição dos tribunais referente às administradoras, e seus temas, em virtude de ser relação de consumo, face à prestação de serviços na intermediação da locação.

Portanto, equivocada a posição de Claudia Lima Marques em sua obra, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*<sup>22</sup>, onde assevera que a jurisprudência adota o entendimento da relação locatária como relação de consumo, para reforçar, assim, sua interpretação dos contratos locatícios residenciais, adotando a teoria finalista, como de consumo.

Embora, conforme levantamento efetuado, vide tabelas e gráficos, a posição do Estado do Rio Grande do Sul seja predominante favorável à aplicação do CDC em todos os temas suscitados, essa posição isolada não permite a afirmação que a jurisprudência aceita o CDC, ao contrário, não aplica o CDC, como demonstrado no presente trabalho.

## 7. Cláusulas Abusivas Locatícias

Embora o posicionamento da jurisprudência seja negativo no uso do CDC, temos em particular o ponto de contato da lei locatícia com o intuito do CDC no artigo 45, com prescrição da nulidade de cláusulas locatícias que elidam seus objetivos, equiparando-se com o artigo 51 do CDC que elenca a abusividade das cláusulas contratuais em geral, *in verbis*:

Artigo 45. São nulas de pleno direito as cláusulas do contrato de locação que visem a elidir os objetivos da presente Lei, notadamente as que proíbam a prorrogação prevista no artigo 47, ou que afastem o direito à renovação, na hipótese do artigo 51, ou que imponham obrigações pecuniárias para tanto.

No âmbito das relações locatícias a lei é específica, explícita ao tutelar a parte mais fraca contratual: o locatário.

No campo extrajudicial, em pesquisa realizada perante o PROCON, apontou-se também prática abusiva das imobiliárias/locadores antes da contratação, são elas:

- 1) não entrega do contrato;
- 2) não cumprimento do contrato/proposta;
- 3) cobrança de taxa indevida, elaboração de contrato, aferição de idoneidade;
- 4) não devolução de caução;

- 5) reajuste (aluguel);
- 6) contrato – cláusula abusiva;
- 7) cobrança de honorários advocatícios extrajudicial.

A jurisprudência afasta essas práticas pré-contratuais, *in verbis*:

“Ementa’ Caracteriza-se como fraude a existência de acordo para desocupação do imóvel antes do término do contrato de locação, assinado concomitantemente com este último. Tal conduta viola disposições do Código de Defesa do Consumidor e os princípios éticos que regem o Direito, devendo ser coibida pelo Judiciário’- Ac. da 12ª Câm. – Ap. s/Ver. 446.977-00/7 – rel. Juiz Luis de Carvalho – j. 29.02.1996 –v.u.- 2º TACivSP.”

Portanto, podemos afirmar que mesmo que não seja adotado o entendimento da aplicação do CDC nos contratos de locação, temos a prática abusiva e as cláusulas abusivas de locação, conforme aduzido no início do trabalho, como veremos adiante.

## 7.1 Análise dos contratos de locação

Seguindo com os estudos podemos apontar como cláusulas abusivas locatícias dos contratos de adesão dos Serviços Notariais e/ou de Registro do Município de São Paulo as que se seguem:

A) O 1º - 3º -5º - 6º - 8º SERVIÇO NOTARIAL E/OU DE REGISTRO.

A investigação em conjunto dos contratos desses Serviços Notariais e/ou de Registro decorreu do fato de serem exatamente iguais, aliás, não é supressa, por serem justamente contratos de adesão. Assim, temos as seguintes cláusulas, *ipsis litteris*:

“Cláusula Quarta. – Excetuada as obras ou reparações que sejam necessárias `a segurança do imóvel, obriga-se o locatário pelas demais, devendo manter o imóvel locado e seus pertences, que ora recebe, em perfeito estado de funcionamento, conservação e limpeza, notadamente as instalações sanitárias e elétricas, vidros e pinturas, fato que é comprovado pelo locatário e seu fiador”.

**ABUSIVA:** no caso de condomínio, prédio, as taxas condominiais extraordinárias são de responsabilidade do locador, artigo 22, X da Lei nº. 8.245/91, a redação permite a dubiedade da responsabilidade, artigo 51 do CDC.

“Cláusula Quinta. Todas as benfeitorias que forem feitas, excluídas naturalmente as instalações de natureza profissional e móveis, ficarão integradas ao imóvel, sem que, por elas, tenha o locatário direito a qualquer indenização ou pagamento. A introdução de tais benfeitorias dependerá de autorização por escrito do locador”.

**ABUSIVA:** a exoneração do dever de indenizar atenta o artigo 964 do CC e artigo 51, VI do CDC, não podendo amparar o enriquecimento sem justa causa.

“Cláusula Nona. Fica o locador, por si ou por seus prepostos, autorizado a vistoriar o imóvel sempre que julgar conveniente.”

**ABUSIVA:** o livre arbítrio de vistoria constitui turbação à posse do inquilino, a vistoria é permitida pela legislação do inquilinato é permitida mediante prévio aviso de dia e hora, artigo 23, IX da Lei nº. 8.245/91 e artigo 51 do CDC.

“Cláusula Décima-Terceira. Tudo o que for devido em razão deste contrato, será cobrado em Processo Executivo ou em ação apropriada, no foro da situação do imóvel, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, correndo por conta da parte vencida, além do principal e da multa estipulada na Cláusula Décima-Quarta, todas as despesas judiciais e extrajudiciais, mais 20% de honorários advocatícios”.

**ABUSIVA:** o artigo 62 da Lei nº. 8.245/91 prevê o percentual de 10% a título de honorários advocatícios, considerando a tutela do Poder Público, com normas de ordem pública e a posição da jurisprudência, *in verbis*:

“A fixação dos honorários advocatícios pelo juiz ao vencido regula-se pelos critérios fixados pelo Código de Processo Civil, não estando adstrito ao percentual convencionado pelas partes no contrato” (Ap.Cível. n. 197.214.265, TARS, 9ª Câmara Civil, Rel. Juíza Maria Isabel de Azevedo Souza, Jurisprudência Informatizada Saraiva, n.16).

E artigo 51 do CDC.

“Cláusula Décima-Quarta. Fica estipulada a multa de 3 (três) aluguéis vigentes à época da infração, na qual incorrerá a parte que infringir qualquer uma das cláusulas deste contrato, ressalvada à parte inocente o direito de poder considerar simultaneamente rescindida a locação, independentemente de qualquer outra formalidade judicial ou extrajudicial. A multa será sempre paga integralmente, seja qual for o prazo decorrido do presente contrato, ficando claro que o pagamento dessa multa não exime o pagamento dos aluguéis atrasados, além das despesas inerentes ao caso.”

**ABUSIVA:** a multa é proporcional ao tempo decorrido do contrato, violando e contrariando o artigo 4º da Lei nº 8.245/91, artigos 115 e 924 do CC e artigo 51 do CDC. Mais. Conforme entendimento jurisprudencial não pode haver concomitância, “bis idem”, da multa moratória com a multa compensatória.

“Cláusula Décima-Quinta. Parágrafo único. Fica desde já expressamente convencionado que, em qualquer hipótese a responsabilidade do(s) fiador(es) permanecerá integral, sem solução de continuidade e sem limitação de tempo, sempre e até a real e efetiva entrega do imóvel em igualdade de condições com o afiançado, também na hipótese de vir a prorrogar-se a presente locação, abrindo mão, desde já o fiador da faculdade de exoneração prevista no artigo 1.500 do Código Civil Brasileiro.”

**ABUSIVA:** a renúncia de direitos, bem como manter “ad eternum” o fiador, obrigando-o às obrigações das quais não consentiu, é potestativa, abusiva, artigo 51 do CDC.

#### 4º SERVIÇO NOTARIAL E/OU DE REGISTRO.

“Cláusula 1ª - O Locatário, exceto as obras que importem na segurança do prédio, obriga-se por todas as demais, devendo trazer o imóvel locado em boas condições higiene e limpeza, com todos os equipamentos e acessórios em perfeito estado de conservação e funcionamento, salvo as deteriorações decorrentes do uso normal, para assim os restituir, quando findo ou rescindido este contrato, sem direito à retenção ou indenização, por benfeitorias, ainda que necessárias, as quais ficarão desde logo incorporadas ao prédio, podendo as benfeitorias voluptuárias entretanto, ser levantadas pelo locatário, finda a locação, desde que sua retirada não afete a estrutura e a substância do imóvel”.

**ABUSIVA:** a exoneração do dever de indenizar atenta o artigo 964 do CC e artigo 51, VI do CDC, não podendo amparar o enriquecimento sem justa causa.

“Cláusula 6. – *Nenhuma intimação dos serviços públicos, estaduais, ou municipais, será motivo para o locatário abandonar o prédio ou pedir rescisão deste contrato, salvo previa vistoria judicial, que confirme estar o imóvel inabitável.*”

**ABUSIVA:** a cláusula é potestativa, portanto nula, artigo 45 da Lei nº. 8.245/91 e artigos 115, 153 e 145 do CC e artigo 51 do CDC, *sobrepondo-se até ao Poder Público.*

“Cláusula 12 – Os fiadores e principais pagadores, identificados no preâmbulo renunciam ao benefício de ordem, sucessão e divisão, e respondem solidariamente com o locatário por todas as obrigações do presente contrato na qualidade de principais pagadores até a entrega real e efetiva do imóvel”.

**ABUSIVA:** a renúncia de direitos, bem como manter “ad eternum” o fiador, obrigando-o às obrigações das quais não consentiu, mormente na prorrogação do contrato, é potestativa, abusiva, artigo 51 do CDC.

“Cláusula 14ª - Findo o prazo da presente locação e não havendo acordo para sua renovação o locatário deverá devolver o imóvel locado livre e desocupado e em perfeito estado de conservação. Se o locatário permanecer no imóvel sem acordo de renovação de contrato deverá pagar novo aluguel estipulado de acordo com o valor de mercado, sem prejuízo do pagamento da multa contratual prevista na cláusula 9ª pelo descumprimento do prazo do contrato, exigível pela via executiva”.

**ABUSIVA:** o pagamento do aluguel na prorrogação conforme valor de mercado é abusivo e ilegal, em virtude da legislação específica permitir a revisão somente após três anos, artigos 19, 45 da Lei nº. 8.245/91 e artigo 51 do CDC.

#### 10º SERVIÇO NOTARIAL E/OU DE REGISTRO.

“Cláusula 3ª) - *O Locatário, salvo as obras que importem na segurança do imóvel, obriga-se por todas as demais, devendo trazer o imóvel locado em boas condições higiene e limpeza, com os aparelhos sanitário e de iluminação, fogão, papéis, pinturas, telhados, vidraças, mármore, fechos, torneiras, pias, banheiros, ralos e demais acessórios em perfeito estado de conservação e funcionamento, para assim, restitui-los, quando ou rescindido este contrato, sem direito à retenção ou indenização, por quaisquer benfeitorias, ainda que necessárias, as quais ficarão desde logo incorporadas ao imóvel;*”

**ABUSIVA:** no caso de condomínio, prédio, as taxas condominiais extraordinárias são de responsabilidade do locador, artigo 22,X da Lei nº. 8.245/91, a redação permite a dubiedade da responsabilidade; e a exoneração do dever de indenizar atenta o artigo 964 do CC. e artigo 51, VI do CDC, não podendo amparar o enriquecimento sem justa causa.

“Cláusula 5ª) O locatário desde já faculta ao locador examinar ou vistoriar o imóvel locado quando entender conveniente;”

**ABUSIVA:** o livre arbítrio de vistoria constitui turbacão à posse do inquilino, a vistoria é permitida pela legislação do inquilinato é permitida mediante prévio aviso de dia e hora, artigo 23, IX da Lei nº 8.245/91 e artigo 51 do CDC..

“Cláusula 8ª) Nenhuma intimação do Serviço Sanitário será motivo para o locatário abandonar o imóvel ou pedir a rescisão deste contrato, salvo procedendo vistoria judicial, que apure estar a construção ameaçando ruína.”

**ABUSIVA:** a cláusula é potestativa, portanto nula, artigo 45 da Lei nº. 8.245/91, artigo 115 do CC e artigo 51 do CDC, sobrepondo-se até a ordem do Poder Público.

“Cláusula 13ª) Assina também o presente, solidariamente com o locatário por todas as obrigações acima exaradas, o Sr. ...., qualificação....., C.G.C.(C.P.F.)....., e sua esposa .....,qualificação.....,cuja responsabilidade, entretanto, perdurará até a entrega, real e efetiva das chaves do imóvel locado;”

**ABUSIVA:** A renúncia de direitos, bem como manter “ad eternum” o fiador, obrigando-o às obrigações das quais não consentiu, principalmente na prorrogação do contrato, é potestativa, abusiva, artigo 51 do CDC.

Notas:

a) Os contratos de locação do 2º, 7º, e 9º Serviços Notariais e/ou de Registro da Capital/ SP., não foram analisados em virtude da informação dada pelos atendentes: “ não vale a pena gastar dinheiro com contratos que as pessoas levam e não trazem para registro” (palavras textuais), motivo pelo qual, ousamos afirmar que as ilações desse estudo pode-se aplicar à todos os contratos de locação de adesão, principalmente, os vendidos em papelaria.

b) O contrato de locação do 6º Serviço Notarial e/ou de Registro não tem a mesma redação da cláusula décima-terceira dos demais Serviços Notariais e/ou de Registro, motivo pelo qual não é considerada abusiva no respectivo contrato.

Necessário, esclarecer que nas relações de consumo a regra é a nulidade parcial, somente quando houver ônus desmesurado a qualquer uma das partes é totalmente extinto o contrato, portanto, a existência de cláusulas abusivas na locação não rescinde, extingue o contrato.

Exemplo, recente, ocorreu com a desvalorização da moeda nacional “real” pelo Governo Federal Brasileiro, em 1999, com o dólar norte-americano, sendo os contratos de adesão bancários-financeiros submetidos a interpretação judicial para apreciação e decisão de possível nulidade de cláusulas contratuais, sob a égide do artigo 6º do CDC.

A doutrina (Cláudia Lima Marques, Arruda Alvim) é unânime nesta inovação do CDC, que se distingue do Código Civil, de posição individualista do contrato para sua função social, mediante intervenção estatal, adotando a teoria da quebra da equivalência contratual<sup>23</sup>.

Adverte, ainda, o jurista Luiz Antonio Rizzato Nunes, *in verbis*:

“Mais que isso: o CDC declara nulas as cláusulas contratuais que prejudiquem o consumidor, mesmo que ele tenha assinado o contrato consciente delas” ( 1º TACIVIL, 10ª Câmara; Ag.de Instr. n. 853.548-8 - Tapira - SP; Rel. Juiz Antônio de Pádua Ferraz Nogueira; j.18.05.1999; maioria de votos).

Frisa-se, ainda que as nulidades impostas às estas cláusulas não invalidam o CONTRATO, apenas e tão somente determinam a ineficácia da cláusula abusiva para o consumidor, pois não se deve esquecer que o contrato de adesão insere-se no contexto social e econômico da sociedade de consumo, e simplesmente tornar nulo o negócio jurídico por inteiro seria o caos, ensejando total insegurança.

O intuito é justamente exigir que o fornecedor se pautar pelo caminho da lealdade, fazendo com que os contratos, antes de servirem de meio de enriquecimento para o contratante mais forte, prestem-se como veículo de harmonização dos interesses de ambos contratantes, observando-se o contrato com o princípio da conservação.

Aliás, não é outro sentido senão a harmonização desse microsistema, CDC, com a Lei Maior, em razão do artigo 51, §2º prescrever que, somente, em casos extremos a nulidade contratual será considerada não só apenas para o consumidor, mas, também para o empresário, visto que o parágrafo 2º prescreve: “decorrer ônus excessivo a qualquer das partes”. O empresário, fornecedor é também protegido.

Destaca-se o fato da necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico da ordem econômica do País, sempre com base na boa-fé, equidade e equilíbrio nas relações de consumo.

As máximas como a boa-fé objetiva, a revisão do pactuado quando presentes prestações desproporcionais, ou a fenômeno da imprevisão, as cláusulas abusivas por sua vez, são os princípios norteadores que devem ser seguidos, mesmo quando celebrados entre pessoas equiparadas substancialmente, como determina o Novo Código Civil em seu artigo 423.

Aliás, não é outro intuito a determinação da função social do contrato elencado nos artigos 421 e seguintes do Novo Código Civil, que prescreve textualmente a boa-fé e a função social.

Nesse sentido, também, dispõe o artigo 5º da Lei de Introdução do Código Civil, *in verbis*:

Artigo 5º. Na aplicação da Lei, o juiz atenderá aos fins sociais a que ela se destina e às exigências do bem comum.

Apontamos, ainda, que para solução a respeito da aplicação ou não do CDC nas relações locatícias, o emprego da teoria da lógica da razoabilidade.

Empregando essa teoria o operador do Direito pode solucionar o desequilíbrio contratual, as cláusulas abusivas, com uso de normas mais consentâneas ao microsistema civil, com a própria Lei nº. 8.245/91, artigo 45, e as regras e princípios do Direito Civil, *v.g.*, 115, 924, 964 do CC e art. 5º da LICC.

Como, exemplo, temos a possibilidade da redução da multa locatícia padrão de 20% para 2%, (até a entrada em vigor do Novo Código Civil), conforme preconiza o artigo 52 do CDC, mas utilizando-se da teoria da lógica da razoabilidade, face a compatibilidade dessa providência (redução do percentual) com a situação atual da economia do País, com a estabilidade monetária.

## Conclusão

Diante da explanação, podemos inferir que:

- o CDC é regra geral para os contratos de consumo, não excluindo ou incluindo quaisquer contratos, azo pelo qual lei posterior é compatível, desde que preenchido os elementos da relação de consumo; inobstante o argumento da efetividade constitucional do CDC, o mesmo argumento implicaria em aceitar toda lei ordinária como norma constitucional, pois toda lei ordinária complementa os objetivos elencados na Constituição Federal, inclusive os princípios de direito não dependem de lei ordinária, devendo as leis infraconstitucionais serem compatíveis; mais, consentâneo é o entendimento constitucional da necessidade de moradia, da função social da propriedade e da função social do contrato, que não se afasta das leis de mercado, dado a ineficiência do Estado em possibilitar a aquisição da propriedade privada imobiliária;
  - a teoria finalista deve prevalecer, desde que estejam presente os elementos da relação de consumo: o locador com atividade de comercialização; o imóvel como produto é incontroverso; a locação, como direito de utilização do imóvel, e o locatário como consumidor/destinatário final, como acontece na locação residencial;
  - assim, correta a interpretação dinâmica do sistema jurídico, pela doutrina e jurisprudência que o adota, interagindo e ponderando estes microsistemas pela tutela do locatário, equiparando-o ao consumidor, considerando, ainda, a espécie de contrato de adesão, prestigiando a DIGNIDADE HUMANA.
  - corrobora o entendimento a escolha do modelo de contratação em massa, de adesão, na locação, cujos princípios, conceitos e direitos básicos de relação de consumo estão insertos no CDC e no Novo Código Civil, embora a jurisprudência não acompanhe o entendimento da doutrina que aplica o CDC, sendo contrária à interpretação da relação locatária como relação de consumo;
  - a livre iniciativa, também mandamento constitucional, não pode ser esquecida, infere-se a intervenção estatal somente para afastar o desequilíbrio contratual entre locador e locatário, com a ressalva de se verificar em cada caso concreto a existência da desproporção, com a hipossuficiência real do locatário/consumidor;
  - a ilação se que flui, portanto, é que se pode, com certa ousadia, afirmar a existência no contrato de adesão imobiliário de locação, desde que residencial, de cláusulas abusivas locatícias, conforme apontadas no presente trabalho, e de todas outras porventura contrárias ao estudo, corroborado pelo Novo Código Civil, que as adotou expressamente, nos artigos 421 e seguinte;
  - outrossim, a simples presença de cláusulas abusivas não anula o contrato de locação imobiliária, conforme o princípio da preservação, permanecendo a locação do imóvel, com exceção, apenas, destas cláusulas;
  - ressalva-se a possibilidade da aplicação da teoria da razoabilidade, para resolução nos limites do microsistema do Direito Civil, afastando a aplicação do CDC na locação imobiliária residencial até o decurso do *vacatio legis* do Novo Código Civil.
-

## Bibliografia

- Alvaro Couri A Souza, A Influência do Código de Defesa do Consumidor nas Locações, RT, São Paulo.
- Carlyle Popp, A NOVA VISÃO CONTRATUAL: O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A LEI DO INQUILINATO, RT, São Paulo.
- Cláudia Lima Marques, "CONTRATOS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR", São Paulo:RT, 1998, 3ª edição.
- Newton de Lucca, Contratos Imobiliários no Âmbito do Direito do Consumidor, Saraiva.
- Tupinambá Miguel Castro do Nascimento, CDC e o CONTRATO DE LOCAÇÃO, RT, São Paulo.
- Jurisprudência dos Tribunais de Alçada de São Paulo. São Paulo, Lex Editora S. A., vols. 125 a 183, 1990 a 2000.
- Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça e Tribunais Federais. São Paulo, Lex Editora S. A., vols. 5 a 130, 1990 a 2000.
- Jurisprudência do Superior Tribunal Federal. São Paulo, Lex Editora S. A., vols. 133 a 263, 1990 a 2000.
- Revista do Direito do Consumidor. São Paulo, ed. Revista dos Tribunais, vols. 01 a 39, 1991 a 2000.
- Revista de Direito Imobiliário. São Paulo, ed. Revista dos Tribunais, vols. 30 a 48, jun./dez. 1992 a jan./jul. 2000.
- Revista de Direito Privado. São Paulo, ed. Revista dos Tribunais, vols. 01 a 02, jan./mar. 2000 a abril/jun. 2000.
- Revista Forense. São Paulo, Companhia ed. Forense, vols. 309 a 351, 1990 a 2000.
- Revista de Julgados do Tribunal de Alçada de Minas Gerais. Belo Horizonte, Livraria Del Rey Editora Ltda., vols. 41 a 77, 1990 a 2000.
- Revista Jurídica. Porto Alegre, Revista Jurídica Editora Ltda., vols. 147 a 267, 1990 a 2000.
- Revista do Superior Tribunal de Justiça. Brasília, ed. Consulex, vos. 18 a 135, 1991 a 2000.
- Revista dos Tribunais. São Paulo, ed. Revista dos Tribunais, vols. 639 a 781, 1990 a 2000.
- Revista Trimestral de Jurisprudência dos Estados. São Paulo, Ed. Jurídica Vellenich Ltda., vols. 72 a 176, 1990 a 2000.

## Endereços Eletrônicos

[www.aasp.org.br](http://www.aasp.org.br)  
[www.tj.ac.org.br](http://www.tj.ac.org.br)  
[www.tj.al.org.br](http://www.tj.al.org.br)  
[www.tj.am.org.br](http://www.tj.am.org.br)  
[www.tj.ap.org.br](http://www.tj.ap.org.br)  
[www.tj.ba.org.br](http://www.tj.ba.org.br)  
[www.tj.ce.org.br](http://www.tj.ce.org.br)  
[www.tj.df.org.br](http://www.tj.df.org.br)  
[www.tj.es.org.br](http://www.tj.es.org.br)  
[www.tj.go.org.br](http://www.tj.go.org.br)  
[www.tj.ma.org.br](http://www.tj.ma.org.br)  
[www.tj.mt.org.br](http://www.tj.mt.org.br)  
[www.tj.ms.org.br](http://www.tj.ms.org.br)  
[www.ta.mg.org.br](http://www.ta.mg.org.br)  
[www.tj.pa.org.br](http://www.tj.pa.org.br)  
[www.tj.pb.org.br](http://www.tj.pb.org.br)  
[www.ta.pr.org.br](http://www.ta.pr.org.br)  
[www.tj.pe.org.br](http://www.tj.pe.org.br)  
[www.tj.rj.org.br](http://www.tj.rj.org.br)  
[www.tj.rn.org.br](http://www.tj.rn.org.br)  
[www.tj.rs.org.br](http://www.tj.rs.org.br)  
[www.tjrs.org.br](http://www.tjrs.org.br)  
[www.tj.ro.org.br](http://www.tj.ro.org.br)  
[www.tj.rr.org.br](http://www.tj.rr.org.br)  
[www.tj.sp.org.br](http://www.tj.sp.org.br)  
[www.stac.sp.org.br](http://www.stac.sp.org.br)  
[www.tj.sc.org.br](http://www.tj.sc.org.br)

---

www.tj.se.org.br

www.stf.org.br

www.stj.org.br

www.tj.to.org.br

## Notas

<sup>1</sup> Algumas teorias procuram definir relação de consumo: “todos os bens e serviços de que se utiliza o empresário devem ser considerados insumos, pois todos eles se incorporariam (seja material, seja economicamente) ao produto final fornecido ao mercado. Esse critério é preconizado pelo Prof. Geraldo de Camargo Vidigal. No magistério de Luiz Antonio Nunes, o que deve ser levado em consideração é o caráter massificado ou não dos produtos oferecidos no mercado. Para um terceiro critério, proposto pelo Prof. Fábio Ulhoa Coelho, o critério mais ajustado seria o que ele denomina de estrita indispensabilidade do bem por parte do empresário. “(...)relação de consumo, poderíamos responder, é aquela que se estabelece, necessariamente, entre fornecedor e consumidor, tendo por objeto a aquisição ou utilização de produtos ou serviços por parte deste último.” Newton de Lucca, *Contratos Imobiliários no Âmbito do Direito do Consumidor*, p. 99 ss.

<sup>2</sup> Proteção do consumidor no contrato de compra e venda, p. 104.

<sup>3</sup> “O ato, como sabemos, consiste numa ação isolada praticada por alguém. Trata-se de algo episódico ou ocasional. Na atividade, ao contrário, há uma sucessão repetida de atos, praticados de maneira organizada, de molde a caracterizar-se numa constante oferta de bens ou de serviços à coletividade. Fácil perceber, portanto, que no primeiro caso, não há falar-se em atividade empresarial – posto que o ato isolado não é praticado de forma organizada e sistemática – enquanto que, no segundo, a atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens e de serviços é, por excelência, o traço característico do empresário”. Newton de Lucca, *op.cit.*, p. 98.

<sup>4</sup> “Código do Consumidor, na verdade, foi mais além; não apenas criou uma sobre-estrutura jurídica multidisciplinar aplicável às relações de consumo, como também abrange outras relações jurídicas contratuais não qualificadas como relações de consumo, sempre que houver incidência em práticas abusivas e anti-sociais por parte de um dos contratantes, a teoria do disposto no artigo 29 da Lei 8.078/90”. Alvaro Couri A Souza, *A Influência do Código de Defesa do Consumidor nas Locações*, p. 330.

<sup>5</sup> Paulo Heerdt, *OS CONTRATOS DE ADESÃO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR*, p.78.

<sup>6</sup> J. M.Othon Sidou, *Proteção ao Consumidor*, p.64 ss.

<sup>7</sup> “Ibid., mesma página”.

<sup>8</sup> “Centralizado o controle das cláusulas abusivas na tutela judicial, procurou o legislador criar condições especialmente favoráveis ao consumidor:

a) instituiu a inversão do ônus da prova, quando verossímeis as alegações do consumidor, ou sendo ele hipossuficiente;

b) incentivou a instalação dos Juizados Especiais de Pequenas Causas e de varas especializadas, para o processo e julgamento desses conflitos;

c) garantiu assistência judiciária gratuita ao consumidor carente;

d) permitiu a desconsideração da pessoa jurídica, com o afastamento da regra da separação dos patrimônios da pessoa jurídica e de seus sócios, para alcançar a efetiva reparação do dano causado ao consumidor;

e) autorizou a defesa coletiva, nos casos de interesses difusos, interesses coletivos e direitos individuais homogêneos, legitimando concorrentemente entidades e órgãos públicos;

f) estendeu os efeitos da coisa julgada. “ – Ruy Rosado de Aguiar Jr., *Cláusulas abusivas no Código do Consumidor*, p. 24.

<sup>9</sup> Princípios Gerais do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, p.64.

<sup>10</sup> “Portanto, a ‘nulidade de pleno direito’ a que se refere o artigo 51 do CDC é a ‘nulidade’ do osso Código Civil. Como tal, pode ser decretada de ofício pelo juiz e alegada em ação ou defesa por qualquer interessado, sendo a sanção jurídica prevista para a violação de preceito estabelecido em lei de ordem pública e interesse social (artigo1º)”. Ruy Rosado de Aguiar Jr., *op.cit.*, p.27

<sup>11</sup> in verbis: Artigo 2º . Não se destinando à vigência temporária, a lei terá vigor até que outra a modifique ou revogue.

<sup>12</sup> “A questão constitucional permite outro enfoque. Enfatiza-se a afirmação de VICENTE



RÃO, já referida supra, de que as leis que complementam a Constituição, embora ordinárias, aderem a ela e nela se integram. Em outras palavras, a complementariedade, por trazer sua eficácia de norma constitucional e dar a esta a efetividade pretendida pela Constituição, passa a Ter a mesma natureza jurídica que a norma constitucional tem. Materialmente, existem a norma constitucional e a lei que, a complementando, lhe dá eficácia. Substancialmente, a garantia constitucional é única. Preenchida pela complementação, é a norma constitucional que está em vigor.” Tupinambá Miguel Castro do Nascimento, CDC e o CONTRATO DE LOCAÇÃO, p. 83.

<sup>13</sup> “A ponderação de bens no caso concreto é um método de desenvolvimento do Direito, pois que serve para solucionar colisões de normas –para as quais falta uma regra expressa na lei – para delimitar umas das outras as esferas de aplicação das normas que se entre cruzam e, com isso, concretizar os direitos cujo âmbito, como o do direito geral de personalidade ficou em aberto.” Karl Larenz, Metodologia da Ciência do Direito, p. 501.

<sup>14</sup> Contratos no Código de Defesa do Consumidor, p.169.

<sup>15</sup> “ (...) não se pode compreender a locação sem a visão social da propriedade: se a propriedade é legal (pois se trata do poder de utilização da coisa, protegido pelas regras jurídicas) só se legitima pelo fato de poder o proprietário exercer socialmente as faculdades de uso e gozo da coisa. Não se é proprietário simplesmente para usar e gozar a coisa, mas para que se possa, no uso e gozo, satisfazer os interesses individuais de modo que não se choquem com os interesses sociais; exceder tais limites é incorrer no abuso do direito”. Álvaro Couri A Souza, op.cit.,p.329.

<sup>16</sup> Comentários à lei do inquilinato, p.23.

<sup>17</sup> Contratos no Código de Defesa do Consumidor, op.cit. ,p.167.

<sup>18</sup> “Ibid.”, mesma página.

<sup>19</sup> ver no mesmo sentido a obra de Carlyle Popp, A NOVA VISÃO CONTRATUAL: O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A LEI DO INQUILINATO, RT, São Paulo.

<sup>20</sup> Reflexões sobre a lei do inquilinato e o código de defesa do consumidor, p.18 ss.

<sup>21</sup> Contratos Imobiliários no Âmbito do Direito do Consumidor, op.cit., p. 98.

<sup>22</sup> p. 166.

<sup>23</sup> “Não se baseia a revisão dos contratos de consumo na chamada teoria da imprevisão mas, sim, na chamada teoria da quebra do contrato. Aquela prende-se à visão voluntarística que carrega de forma iminente; esta, mais abrangente, prende-se ao aspecto objetivo, isto é, à quebra da base do negócio jurídico. Esta a concepção adotada pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor, em seu artigo 6º, inciso V, onde, pelas simples leitura do dispositivo, constata-se ser absolutamente despiciendo, para o exercício do direito à revisão contratual, a imprevisibilidade das circunstâncias supervenientes. Aqui o importante é a destruição da reação de equivalência entre as prestações”. (1º TACIVIL – 10º Câmara; Ag. de Instr. nº 853.548-8- Itapira- SP; Rel. Juiz Antônio de Pádua Ferraz Nogueira; j. 18.05.1999; maioria de votos).



---

# Análise do Comportamento do Consumidor no Momento da Compra no Varejo

---

Marco Antonio de Castro

Professor e Economista, pós-graduado em Gestão da Qualidade e Engenharia Econômica, Mestre em Administração de Empresas na área de Gestão de Negócios com Linha de Pesquisa em Marketing, Psicoterapeuta, Conferencista, coordenador do curso Técnico de Marketing de Varejo, Diretor do Instituto Al Castro – treinamento profissional, e Professor Universitário, ministrando as disciplinas: Marketing, Administração de Micro e Pequenas Empresas, Política de Negócios, Economia Brasileira e Informática.

---

## Resumo

Conhecer o comportamento do consumidor passa a ser muito importante em todos os setores da economia, através de identificação do público-alvo. O propósito principal do marketing é atender e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores. Mesmo adquirindo este conhecimento, o consumidor pode declarar suas necessidades e desejos, mas agir de modo diferente. Desta forma, os profissionais de marketing devem estudar os desejos, percepções, preferências e o comportamento de compra de seus consumidores-alvos para poderem definir características de produtos, preços, canais de distribuição e divulgação, mensagens e outros elementos do composto de marketing.

## Palavras-chave

Comportamento do consumidor; Mercado-alvo; Conhecimento de mercado; Mercados consumidores.

---

## Abstract

Knowing consumer behavior becomes very important in all sectors of the economy, through identification of the target audience. The main purpose of marketing is to meet and satisfy the needs and desires of consumers. Even acquiring this knowledge, consumers can declare their needs and desires, but act differently. Thus, the marketing professionals should consider the desires, perceptions, preferences and purchasing behavior of their target consumers to be able to define characteristics of products, pricing, distribution channels and distribution, messages and other elements of the composite of marketing.

## Keywords

Consumer behaviour; target market; knowledge of the market; consumers markets.

---

# Análise do Comportamento do Consumidor no Momento da Compra no Varejo

---

## 1 – Introdução

Muitas variáveis influenciam o comportamento do consumidor, as diferenças são inúmeras e os mercados-alvos se destacam. Não há como considerar todas as possibilidades de situações de mercado, porém os gerentes de marketing podem utilizar modelos com princípios comportamentais gerais, buscando mercados específicos.

Este artigo procura explorar algumas idéias de disciplinas comportamentais, buscando o conhecimento de habilidades de se trabalhar o comportamento do consumidor.

Para SOLOMON (2002, p.24), o campo do comportamento do consumidor abrange uma ampla área: é o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou dispõem de produtos, idéias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos.

Segundo SOLOMON (2002, p 24), os consumidores assumem muitas formas, desde uma criança de oito anos pedindo figurinhas para a mãe, até um executivo em uma grande corporação decidindo sobre um sistema de computador de vários milhões de dólar.

SOLOMON (2002, P.25) analisa as perspectivas do consumidor e dos profissionais de marketing da seguinte forma:

### QUESTÕES DE PRÉ-COMPRAS

#### PERSPECTIVAS DO CONSUMIDOR

Como um consumidor decide que precisa de um produto? Quais são as melhores fontes de informação para saber mais sobre escolhas alternativas?

#### PERSPECTIVAS DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING

Como as atitudes do consumidor são formadas e/ou modificadas? Que pistas os consumidores usam para inferir quais produtos são superiores aos outros?

### QUESTÕES DE COMPRAS

#### PERSPECTIVAS DO CONSUMIDOR

A aquisição de um produto é uma experiência estressante ou agradável? O que a compra diz sobre o consumidor?

#### PERSPECTIVAS DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING

De que forma fatores situacionais, como a falta de tempo ou os expositores das lojas, afetam a decisão de compra do consumidor?

### QUESTÕES DE PÓS- COMPRAS

#### PERSPECTIVAS DO CONSUMIDOR

O produto dá satisfação ou desempenha sua função pretendida? Como o produto é finalmente utilizado e quais as conseqüências ambientais desse ato?

#### PERSPECTIVAS DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING

O que determina se um consumidor ficará satisfeito com um produto e se ele votará a comprá-lo? Essa pessoa fala aos outros sobre suas experiências com o produto e influencia suas decisões de compra?

---

## 2 – Os consumidores se tornam cada vez mais exigentes e canais diretos de relacionamento são mais frequentes

Para AZEVEDO & POMERANZ (2004, p.7), algumas décadas se passaram sob uma industrialização acelerada, provocando um impacto sociocultural tremendo em uma sociedade cada vez mais consumista, porém mais exigente em suas escolhas.

Segundo AZEVEDO & POMERANZ (2004, p.7), O fim do século XX culminou com o surgimento de canais de venda que mudaram a logística do comércio, como o home shopping, confortavelmente instalado em casa, seja por meio de telemarketing, seja pela internet.

A abertura de novos canais de venda com o consumidor vieram se somar à loja física, representando para a indústria a possibilidade de recuperar o espaço perdido no relacionamento com a sua base de consumidores. As ações de marketing, de maneira consistente, elegeram como prioridade o relacionamento com o cliente.

Conforme AZEVEDO & POMERANZ (2004, p.8), o marketing de relacionamento busca o diálogo com os clientes de uma marca. Relacionamento sugere uma dinâmica de ação e reação.

Conforme BRETZKE (2000, p.122), as empresas estão, a cada dia, investindo mais para reduzir o custo da conquista de um cliente. É cinco vezes mais cara a conquista de um novo consumidor do que a manutenção de um cliente atual.

BRETZKE (2000, p.122), afirma que existem várias formas de reduzir o custo de conquistar novos clientes: uma delas é otimizar o tempo do vendedor; outra é, implantar um canal de venda por telemarketing; e a terceira é implantar um programa de prospecção de novos clientes.

## 3 – Serviços de atendimento ao consumidor

Para ADDEN & OSCAR (1998, p.80), os serviços de atendimento ao consumidor servem pra informar e orientar consumidores e clientes nos mais diversos assuntos, como assistência técnica, uso correto dos produtos vendidos, termos de garantia etc. Por sua característica “assistencial”, goza de uma credibilidade superior ao atendimento predominante comercial.

Segundo ADDEN & OSCAR (1998, p.80), a implantação desse serviço resulta, no mínimo, em excelente imagem para a empresa, desde que funcione corretamente. Normalmente, os resultados superam esse benefício. O consumidor satisfeito não só volta e compra mais, como costuma indicar a loja a amigos, colegas e parentes.

A possibilidade de implantar um sistema de atendimento exclusivo a consumidores e clientes deve, portanto, ser considerada seriamente pelo lojista. Mesmo porque esses serviços institucionais de atendimento fazem parte das expectativas do consumidor moderno.

ADDEN & OSCAR (1998, p.81), afirma que cada vez mais consciente e amparado por um código que regula rigorosamente as relações do consumo, o consumidor recebe com visível prazer todo o esforço realizado pelas lojas visando à sua satisfação plena.

Pode-se afirmar que mais cedo do que se pensa não haverá meio-termo, ou seja, lojas que ora satisfazem, ou não seus consumidores. Teremos aquelas preparadas para fazê-lo (esperamos que a grande maioria) e as demais, marginalizadas, vivendo de um consumidor pouco esclarecido e pouco consciente, mas que, com a experiência, acaba também se dirigindo para as empresas competentes.

Conforme ADDEN & OSCAR (1998, p.81), a qualidade desse atendimento deve ser rigorosa. Normalmente requer a participação de funcionários experientes. Atenção ainda para que haja uma divulgação correta e intensa do serviço, que só se justifica se for bastante acionado pelo público.

## 4 – O processo comunicador

Para SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.43), o exercício da comunicação sobre o mercado, é claro e óbvio; obter uma atitude favorável. Para isso ele deve informar, estimular, persuadir, excitar, convencer e obter a ação de compra. Muitas vezes exercitando o desejo (passados e presentes) e, em outras, sua tarefa é substituir desejos ou semear novos.

Segundo SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.43), a promoção de mercado é uma promessa de satisfação de um desejo. A promessa se efetiva através do significado que a empatia desempenha no composto promocional. A empatia, que é a captação emocional dos senti-

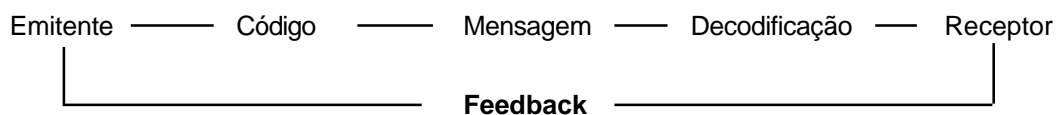
---

mentos de outrem ou a projeção imaginária de alguma coisa em outro ser, é que configura a comunicação. A empatia promove uma melhor compreensão, por parte do comprador, pela mensagem promocional.

É necessário que se defina a mensagem e codifique-a de sorte a que a decodificação, por parte do destinatário, seja concernente com a Intenção envolvida.

A comunicação eficiente – de acordo com Charles A. Kirpatrick em SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.43) – se caracteriza por unidade, coerência e ênfase. É simples e clara, específica e concreta: acima de tudo é compreensível.

PROCESSO DE COMUNICAÇÃO - SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.43):



Onde:

- EMITENTE – é o setor promocional da empresa.
- CÓDIGO – é o meio promocional utilizado (cartazes de ponto de venda, concursos, broadsides, vitrinas, etc).
- MENSAGEM – é o conteúdo, o apelo.
- DECODIFICAÇÃO – é a interpretação dada pelo receptor; o seu entendimento da mensagem.
- RECEPTOR – é o público-alvo da promoção de vendas (equipe de vendedores, intermediários ou consumidores finais).

## 5 – Reações do consumidor

Conforme SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.44), os resultados promocionais devem ser encarados em termos dos resultados de um processo de comunicação dirigido ao mercado dentro de um conceito no qual o processo da ação promocional redundando nos efeitos que ele produz.

Para SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.45), o conceito das variáveis estruturais do comportamento indica a forma como encontramos os mecanismos nos quais repousa a construção psicológica da imagem de um produto. Estas variáveis são:

**a) As motivações:** que são meros impulsos sobre determinados alvos elementares da existência;

**b) A cognição:** que engloba todos os fenômenos mentais (percepção, memória, julgamento, reflexão etc.);

**c) A aprendizagem:** que constitui o mais ativo processo do comportamento do consumidor, posto que se conforma através das experiências vividas pelos indivíduos. A aprendizagem surge das mudanças de comportamento ocorridas ao longo do tempo e em função de uma série de condições externas, variáveis conforme os indivíduos.

SIMÕES & GUIMARÃES (2005, p.45), definem que a reação do consumidor decorre do significado que a promoção ganhou para ele, consumidor, em termos de empatia, traduzindo suas aspirações e permitindo que ele se destaque perante as lideranças que o cercam e, desta forma, dentro dos grupos de referência nos quais gravita.

## 6 – Modelo de comportamento do consumidor

Para SANDHUSEN (2004, p.158), existem dois tipos de estímulos para o consumo: estímulos de marketing, que estão no controle do gerente de marketing, e os estímulos ambientais, que ficam sem controle.

Os estímulos provem de influências classificadas como interpessoais (entre as pessoas) ou intrapessoais (de dentro das pessoas).

As variáveis interpessoais segundo SANDHUSEN (2004, p.161), influenciam o comportamento do consumidor através da:

- Cultura: definida como um centro complexo de valores e crenças criados pela sociedade, passada de geração para geração, reforçada pelas instituições do tipo escolas e igrejas.

Consciente ou inconscientemente, os valores culturais exercem pressões nas pessoas para que se comportem de maneira aceitável.

KOTLER (2002, p.161), define que a cultura é o determinante mais fundamental dos desejos e do comportamento de uma pessoa, buscando os seguintes valores: realização e sucesso, atividade, eficiência e praticidade, progresso, conforto material, individualismo, liberdade, conforto externo, humanitarismo e juvenildade.

· Subculturas: formadas por pessoas que compartilham uma descendência ética comum tendo certas atitudes e preferências (na comida, na diversão, nas atitudes políticas, na localização geográfica etc.).

Para KOTLER (2002, p.163), as subculturas incluem as nacionalidades, religiões, grupos raciais e regiões geográficas e influenciarão suas preferências por alimentos, escolhas de vestuário, atividades recreativas e aspirações de carreira profissional.

· Classes sociais: Conforme KOTLER (2002, p.163), as classes sociais são divisões relativamente homogêneas e duradouras de uma sociedade, que são ordenadas hierarquicamente e cujos membros compartilham de valores, interesses e comportamentos similares.

· Grupos de referências: Possuem uma influencia direta (cara a cara) ou indireta nas atitudes e comportamento dos consumidores.

Conforme SANDHUSEN (2004, p.174), as variáveis intrapessoais influenciam o comportamento do consumidor através das:

· Variáveis demográficas: incluem idade, ocupação e circunstâncias econômicas e podem muitas vezes influenciar quais produtos serão produzidos e como eles serão apreçados, promovidos e distribuídos.

· Variáveis psicográficas: incluem motivação, aprendizado, percepção, atitudes, personalidade e o estilo de vida e podem ser as mais úteis na construção de ofertas atrativas e persuasivas onde os gerentes de marketing podem relacionar suas ofertas de produto/preço/praza/promoção.

## 7 – Análise dos mercados consumidores e comportamento do consumidor

Para KOTLER (2002, p.161), as perguntas mais utilizadas para identificar mercados consumidores são:

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| - Quem constitui o mercado? | - Ocupantes                 |
| - O que o mercado compra?   | - Objetos                   |
| - Por que o mercado compra? | - Objetivos                 |
| - Quem participa da compra? | - Organizações              |
| - Como o mercado compra?    | - Operações                 |
| - Quando o mercado compra?  | - Ocasões                   |
| - Onde o mercado compra?    | - Pontos de venda (outlets) |

SEMENIK & BAMOSSY (2000, P.207) relatam que a busca de informação refere-se a quanto tempo e energia um indivíduo dedica ao processo de coleta de fatos antes de tomar uma decisão. O envolvimento refere-se ao grau em que uma determinada compra está voltada ao ego e ao valor.

Segundo KOTLER (2002, p.173), os profissionais de marketing tem que ir além das várias influencias sobre os compradores e desenvolver uma compreensão de como eles realmente tomam as decisões.

KOTLER (2002, p.175), define que podemos distinguir cinco papéis assumidos pelas pessoas em uma decisão de compra:

- Iniciador: Pessoa que primeiro sugere a idéia de comprar o produto ou serviço específico.
- Influenciador: Pessoa cujos pontos de vista ou sugestões influenciam a decisão.
- Decisor: Pessoa que decide sobre qualquer componente de uma decisão de compra: se deve comprar, o que, como e onde comprar.
- Comprador: Pessoa que faz a compra.
- Usuário: Pessoa que consome ou usa o produto ou serviço.

Conforme SEMENIK & BAMOSSY (2000, p. 209), são vários os graus de envolvimento e os esforços de busca de informação no processo decisório de compra do consumidor:

1. Reconhecimento da necessidade.
2. Busca de informação.
3. Avaliação das alternativas de produto.
4. Avaliação das alternativas de compra.
5. Decisão de compra.
6. Comportamento pós-compra.

Tanto MCCARTHY & PERREAULT JR. (1997, p.117), quanto SEMENIK & BAMOSSY (2000, p. 217), definem que os consumidores buscam benefícios ligando várias necessidades ao mesmo tempo divididas em:

- Necessidades psicológicas – alimento, bebida, descanso e sexo.
- Necessidades de segurança – proteção e bem-estar físico.
- Necessidades sociais – amor, amizade, status e estima.
- Necessidades pessoais – satisfação pessoal do indivíduo.

## 8 – Tipos de comportamento de compra

Para KOTLER (2000, p.175), a tomada de decisão do consumidor varia conforme o tipo de decisão de compra. Provavelmente as compras complexas e caras envolvem maior deliberação do comprador e maior número de participantes.

Conforme ASSAEL, Henry em KOTLER (2000, p.175), o comportamento de compra do consumidor está baseado no grau de envolvimento do comprador sobre a intensidade das diferenças entre marcas, divididos em quatro tipos de comportamento conforme abaixo:

\* **Comportamento de compra complexa**, quando estão altamente envolvidos em uma compra e conscientes das diferenças significativas entre as marcas. O comprador passará por um processo de aprendizagem caracterizado pelo desenvolvimento de crenças sobre o produto, atitudes e, depois, pela tomada de decisão de compra consciente.

O profissional de marketing deve entender o processo de coleta de informações e avaliar o comportamento do consumidor habituados a este tipo de produto, identificar as características da marca, usar a mídia impressa adequada e um texto extenso para descrever os benefícios da marca e motivar o pessoal de vendas das lojas e os conhecimentos do comprador para que influenciem na escolha final da marca.

\* **Comportamento de compra com dissonância reduzida**, quando o consumidor está altamente envolvido em uma compra, mas percebe pequenas diferenças nas marcas. O alto envolvimento é baseado no fato de que a compra é cara, infrequente e arriscada. O comprador percorrerá várias lojas para saber o que está disponível, mas comprará rapidamente porque diferenças entre nível, mas comprará porque as diferenças entre marcas não são pronunciadas, devendo responder principalmente a um bom preço ou a uma compra conveniente.

As comunicações de marketing devem ser orientadas para fornecer crenças e avaliações que ajudem o consumidor a se sentir bem sobre sua escolha.

\* **Comportamento de compra habitual**, muitos produtos são comprados sob condições de baixo envolvimento do consumidor e na ausência de diferenças significativas entre as marcas disponíveis. Nestes casos, o comportamento do consumidor não percorre a seqüência normal: crença/atitude/comportamento. Os consumidores não procuram extensivamente por informações sobre as marcas, pelo contrário, são receptores passivos de informações recebidas enquanto assistem à televisão ou lêem anúncios impressos. Não se prendem à marca e sim à familiaridade do anúncio.

Os profissionais de marketing devem vincular o produto a algum assunto envolvente, a uma situação pessoal, a uma propaganda que desperte emoções fortes relacionadas a valores pessoais ou defesa do ego.

Estas iniciativas de marketing impulsionam o consumidor do nível baixo para moderado, não chegando ao nível alto de envolvimento com a marca e/ou produto.

\* **Comportamento de compra que busca variedade**, são caracterizados por baixo envolvimento do consumidor, mas apresentando diferenças significativas de marcas. Os consumidores são freqüentemente obrigados a fazer várias escolhas de marcas.

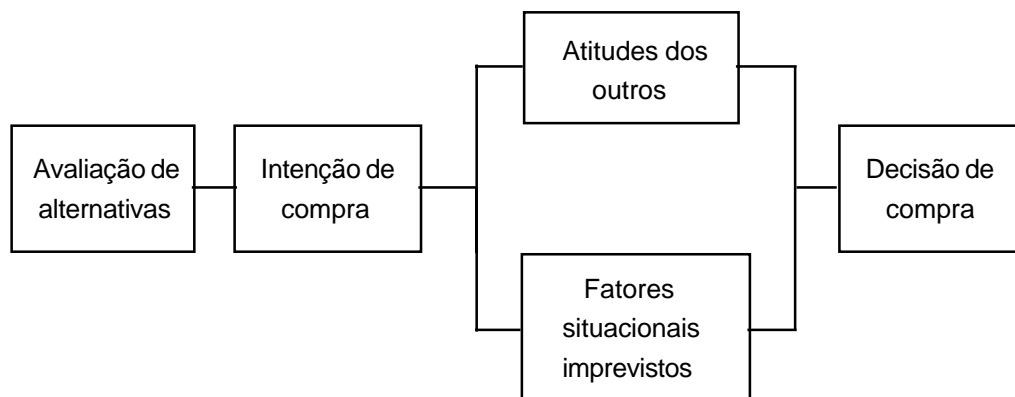
A estratégia de marketing é diferente para o líder de mercado e para as marcas menores de uma categoria de produto. O líder tentará encorajar o comportamento de compra

---



habitual ao dominar o espaço de prateleira, evitando a falta do produto veiculando anúncios com continuidade. As empresas desafiadoras estimularão a busca de variedades oferecendo preços menores, boas negociações com revendedores, cupons, amostras grátis e veiculando anúncios que apresentem razões para o consumidor tentar experimentar algo novo.

ETAPAS ENTRE A AVALIAÇÃO DE ALTERNATIVAS E UMA DECISÃO DE COMPRA - KOTLER (2002, P.181).



## 9 – Considerações finais

Os mercados consumidores e o comportamento do consumidor tem que ser entendidos antes que planos de marketing profundos possam ser desenvolvidos.

O mercado consumidor compra bens e serviços para consumo pessoal. Trata-se do mercado final para o qual as atividades econômicas estão organizadas. Ao analisar um mercado consumidor, é necessário conhecer os ocupantes, os objetos, os objetivos, organização, operações e ocasiões dos compradores e os locais onde farão suas aquisições.

Antes de planejar seu marketing, uma empresa precisa identificar seus consumidores-alvo e seus processos de decisão. Embora muitas decisões de compra envolvam apenas um tomador de decisão, outras podem envolver vários participantes que assumem papéis de iniciadores, influenciadores, decisores, compradores e usuários.

## 10 – Bibliografia

- ADDEN, Mac, OSCAR, Daniel, “**Marketing Direto para o Varejo**”, São Paulo, Saraiva, 1998.
- AZEVEDO, Abaeté de, POMERANZ, Ricardo, “**Marketing de Resultados**”, São Paulo, M. Books, 2004.
- BRETZKE, Miriam, “**Marketing de Relacionamento e Competição em Tempo Real**”, São Paulo, Ed. Vozes, 2000.
- KOTLER, Philip, “**Administração de Marketing**”, São Paulo, Prentice Hall, 2000.
- KOTLER, Philip, “**Administração de Marketing**”, São Paulo, Atlas, 2002.
- MCCARTHY, E. Jerome, PERREAULT JR., Willian D., “**Marketing Essencial**”, São Paulo, Saraiva, 1997.
- SANDHUSEN, Richard L., “**Marketing Básico**”, São Paulo, Ed. Saraiva, 2004.
- SEMENIK & BAMOSSY, “**Princípios de Marketing**”, São Paulo, Ed. Makron Books, 2000.
- SIMÕES, Roberto, GUIMARÃES, Sebastião, “**Introdução à Promoção de Vendas**”, São Paulo, Ed. Saraiva, 2005.
- SOLOMON, Michael R., “O Comportamento do Consumidor”, Porto Alegre, Ed. Bookman, 2002
- STONE, Merlin, WOODCOCK, Neil & LISKE, Luis, “**Marketing de Relacionamento**”, Rio de Janeiro, Ed. Littera Mundi, 1997.



---

# As indígenas da Terra de Santa Cruz

---

Thais Rabello  
Professora, graduada em Português e Inglês, pós-graduada em Psicopedagogia  
e Gramática da Língua Portuguesa e Mestre em Educação.  
Atua como professora há 35 anos dos quais 13 em Ensino Superior.

---

## Resumo

Trata-se de uma pesquisa aprofundada sobre as indígenas brasileiras do século XIV. Ao realizar a leitura dos textos de diversos autores, foi possível verificar que a figura masculina estava sempre em evidência; pouco se escrevia sobre a mulher e essa abordagem acontecia em segundo plano. Então os textos foram relidos e outros pesquisados a fim de extrair dados sobre o comportamento e a vida social da mulher indígena e construir o material sobre a figura secundária mas muito importante do início da colonização brasileira.

## Palavras-chave

Indígenas; mulher; mulheres indígenas; colonização brasileira; século XIV.

---

## Abstract

This is a deep research on indigenous women Brazilian from the fourteenth century. In making the reading of texts by various authors, it was verified that the male figure was always in evidence, little is writing about women and that approach was happening in the background. Then the texts were relidos and others searched in order to extract data on the behavior and social life of indigenous women and build the material appears on the secondary but important beginning of the colonization of Brazil.

## Keywords

Indigenous; woman; indigenous women; Brazilian colonization; the fourteenth century.

---

# As indígenas da Terra de Santa Cruz

---

*As meninas do Gare*

Eram três ou quatro moças bem moças e bem gentis  
Com cabelos mui pretos pelas espáduas  
E suas vergonhas tão altas e tão saradinhas  
Que de nós as muito bem olharmos  
Não tínhamos nenhuma vergonha  
Oswald de Andrade

## Introdução

O estudo é um levantamento de dados a partir da leitura de escritores e estudiosos que se referiram a História do “achamento” do Brasil até século XVII retirando deste material apenas ao fundamento desta pesquisa: mulheres indígenas da nova terra.

Sobre este enfoque, o material é parco e fragmentado e está espalhado por toda a vasta bibliografia que aborda o século XVI, por isso creio estar construindo esta personagem indígena a partir da coleta de dados, testemunhos e relatos históricos oficiais produzidos por conquistadores das terras brasileiras e pesquisadores da época.

Destas mulheres pretendo investigar dados referentes ao aspecto físico e psicológico; buscarei elementos que esclareçam sobre seus costumes, suas obrigações, suas obediências, as maldades sofridas, as más interpretações sobre sua conduta, enfim um panorama geral das indígenas e algo sobre as tribos a que pertenciam, finalizando com um parecer sobre seu nível de satisfação.

Não faltarão informações sobre a indígena responsável pelo nascimento do primeiro mestiço brasileiro, da primeira gentia batizada e outras curiosidades afins dentro de um horizonte onde predominava a figura masculina.

A pesquisa se fundamentará em informações novas, interessantes e curiosas desta personagem secundária dentro da História e se dirigirá a um público elitizado formado por intelectuais, alunos, professores e outros leitores que apreciam uma boa pesquisa.

Entre as informações colhidas, uma frase de Tête Duche, no livro *Brasil 500 sob o olhar feminino* trouxe-me interesse em investigar o conteúdo da expressão: “Me refiro às indígenas, nossas grandes injustiçadas.”

Será que elas eram injustiçadas mesmo?

## I. Comentários sobre as indígenas física e psicologicamente segundo os cronistas

Quando Caminha escreveu a Carta ao Rei de Portugal sobre o Achamento da nova Terra, tinha convenções prévias decorrentes da mentalidade de um europeu culto perante o desconhecido: a nova terra, a nova gente, as novas mentalidades. O fato de Pero Vaz ser cidadão portuense, conferia-lhe segundo Jaime Cortesão, uma atitude própria; daí seu ângulo particular de olhar o navegante português em relação às mulheres indígenas que encontrou aqui.

---

Durante a leitura da Carta, verifica-se pouca descrição e alusão às mulheres encontradas aqui, e quando aparecem são abordadas de modo secundário mas esta descrição foi elaborada com pureza, talento, observação e sensibilidade. Caminha as descreveu com a terna admiração dos homens de idade como ele, sem quaisquer más intenções, descrevendo o corpo feminino como parte da paisagem deslumbrante encontrada aqui.

Reparou na presença delas na praia junto dos homens e destacou a inocência de seus gestos, conforme se verifica no fragmento:

Entre eles, andavam também três ou quatro moças, bem novas e graciosas, com cabelos muito pretos e compridos, pelas espáduas, e suas vergonhas tão altas, tão cerradinhas e tão limpas das cabeleiras que não tinhamos nenhuma vergonha de as olharmos muito bem.

Este impacto visual ante a índia, comparada a Eva nos trópicos, extasiou os homens a ponto do jesuíta Fernão Cardim reconhecer serem as mulheres nuas “*coisa para nós muito nova*”.

No livro Terra Papagalli, os autores, numa visão modernista dos assuntos tratados na Carta, também comparam à descrição da indígena a visão da Eva mas sob um enfoque mais realista:

*E aconteceu que hoje vieram algumas mulheres, todas com cabelos muito pretos e compridos pintadas com aquela tintura nuas como Eva, mas disso não faziam conta. (...) Eram limpas e tinham suas partes altas e bem cerradinhas. Os rostos não eram bons, mas ainda assim havia gosto em olhar para elas.” (p.40)*

Retornando à Carta de Pero Vaz, no dia 26 de abril de 1500 observaram a presença de uma única mulher, com cerca de 60 anos, entre diversos homens querendo assistir a missa que seria rezada em terra firme. Outros escritores acrescentam que D. Henrique queria cobri-la, vesti-la, caso isto não acontecesse o padre ameaçava não rezar a missa. Torero e Pimenta, sobre o fato, comentaram que foi necessário que Cabral intercedesse junto a Dom Henrique, argumentando que Adão e Eva eram puros enquanto ainda estavam nus (antes de se cobrirem com folhas de parreira) e perdendo a paciência, gritou ao padre que: “...*deixasse aquilo de lado pois era tão feia, que inspirava antes castidade que pecado.*” (p.42)

Mesmo assim jogaram um pano sobre ela, o que de nada adiantou pois a mulher não tinha hábitos europeus ao se sentar.

Talvez Cabral, assim como Caminha, já respeitasse os hábitos culturais e a nudez dos indígenas; usou a idade e a beleza da mulher como argumentação para convencer o padre a rezar.

Durante as descrições, Pero Vaz maravilhado diante da beleza feminina, não deixou de traçar um perfil inocente da moça. Admirou-a, teve-lhe uma visão platônica e em determinado momento comparou-a às mulheres portuguesas ao escrever que as moças são “*mais boas*” e que as portuguesas se envergonhariam de não serem tão belas como as indígenas; conforme o relato:

E uma daquelas moças era toda pintada de baixo a cima daquela tintura; e de fato era tão bem-feita e tão redonda, e sua vergonha (que ela não tinha) tão graciosa, que muitas mulheres da nossa terra, vendo-lhe tais feições, sentiriam vergonha por não serem como ela.

Num quadro geral, de acordo com antropólogos, fisicamente as moças eram morenas, de corpos cor de bronze, talhados em curvas sedutoras. Tinham por hábito passar azeite de Andá nos cabelos compridos e pretos para ficarem mais brilhantes. Olhos pretos, estatura mediana baixa, aspecto fisionômico de mongóis.

Outros autores acrescentaram mais detalhes: as índias também tinham o corpo mal conformado, suas feições eram delicadas; usavam cabelos na frente aparados na testa e atrás longos e caídos nas costas. As carajás eram mais baixas que os homens e delicadas. As Jauaperis apesar de seu moreno-vermelho, eram altas e esbeltas; não eram mais bonitas que os homens. Índias tucunas possuíam formas arredondadas; eram baixas como os homens e tinham nariz achatado, eram consideradas feias. As botucudas possuíam traços duros, os seios moles e caídos, o abdômen proeminente, as nádegas gordíssimas e pernas finas como bambus, afiladas acima dos joelhos e do tornozelo por ligas apertadas de contas. Eram desgraciosas, infelizes; por vezes apanhavam por isso apresentavam cicatrizes por todo o corpo; curiosamente estas mulheres julgavam-se belas e adoradas. As índias tupinambás tinham os cabelos compridos e as orelhas eram furadas.

Fernão Cardim descreveu as índias tapuias de forma surpreendente: ...*estas têm mamas que lhe dão por baixo da cinta, e perto dos joelhos, quando correm cingem-se na cinta, não deixão de ser muito guerreiras, comem gente, têm outra língua.*

Poucas são as referências quanto ao aspectos psicológico destas mulheres, sabe-se que eram faladoras, brincalhonas e alegres. Meigas ao catar piolho dos entes queridos e coçar-lhe os pés, eram dedicadas aos filhos; muito responsáveis.

## II. Costumes

As mulheres indígenas desenvolviam hábitos de vida muito curiosos, eram responsáveis pela alimentação, economia da família, serviços domésticos, manutenção da casa, transporte de crianças e da escassa tralha da família.

Testemunho do padre Leonardo do Vale conferiu a responsabilidade desta índias, ao relatar que: "...as mulheres que são as que fazem tudo, tirando derrubar o mato, que é dos homens; e delas é plantar, e mandar e colher e fazer a farinha e cozinhar..".

Confirma-o Nóbrega ao citar que os índios as tomavam porque "... as fêmeas fazem farinha, e todo o principal serviço e trabalho é delas, os machos somente roçam e pescam e caçam, e pouco mais."

As relações entre os homens e mulheres demonstravam que o índio se adaptava às condições tribais de existência dependendo extremamente das atividades realizadas pela mulher.

Esta suportava uma carga muito pesada no sistema de ocupações e demonstrava obediência às exigências, esclarecendo estarem inseridas na rotina da tribo.

### ... da plantação, da pescaria, da alimentação:

As mulheres se ocupavam com os trabalhos agrícolas (desde o plantio e a semeadura até a conservação e a colheita) e as atividades de coleta (frutas silvestres, mandioca, batata doce, aipim, milho...). Eram afeitas à terra, segundo Varnhagem a explicação se dá *pela razão de que* era o sexo fecundo, ou prolífico o que devia entender-se melhor com a madre terra.

Colaboravam na pescaria, indo buscar o peixe que fora flechado pelo homem; transportavam os produtos das caçadas, aprisionavam as formigas para fritar.

A alimentação era da responsabilidade delas; era normal fazerem do milho pão, vinho, bolo, assados, cozidos; fabricavam o **ôlôniti** (vinho com ananás), azeite de coco e outra iguarias.

A mandioca era considerada no Brasil o "pão". As mulheres a colhiam, descascavam, em seguida as ralavam nos "**iuicés**" (ralador de madeira que elas colocavam entre as coxas), desta polpa saída do ralador, preparavam uma farinha da qual eram feitos o beiju, o cachiri, o cuscus.

O bolo de farinha de mandioca era artesanal, depois da mandioca ralada, as índias faziam grandes bolas da farinha fresca e úmida, apertavam-nas, comprimiam-nas bem com as mãos para espremer o suco, em seguida colocavam essas bolas em vasilhas de barro e expunham ao sol, cujo calor as cozinhava. Se ficasse muito cozido e duro, chamava-se **uy-antan**; se o bolo de farinha ficasse menos cozido e mais, tenro era **uy-pon**.

O **carimã** era o bolo feito de mandioca puba. Elas colhiam este tipo de mandioca, mergulhavam-na por alguns dias na água até que amolecessem. Depois as deixavam fermentar, secando-as em seguida ao sol em grandes bolas.

O milho era assado, cozido ou feito em pipocas. Pipoca era feita do milho torrado ou estalado ao calor do fogo, segundo as referências culinárias de Rocha Pombo:

*... estala e se abre em flor muito clara de polpa macia e que é a verdadeira pipoca. Os grãos de milho que não estalam eram os **piróas**.*

As mulheres também confeccionavam a bebida **ca-yú-y** \_ cauim \_ a partir do aipim, do milho, da batata-doce, da seiva de palmeiras e de frutas (ananás, mangaba, jabuticaba, naná, caju). Após a cozedura da matéria prima, as mais moças mastigavam-na, trituravam-na com os próprios dentes desencadeando através da saliva, o processo de fermentação. Gândavo registrou este fato:

*... e fazem-nos da raiz duma herba que se chama aypim, a qual fervem primeiro e depois de cozida mastigão-na humas moças virgens espremem-na nuns potes grandes, e dalli a tres ou quatro dias o bebe..."*

As velhas preparavam os vinhos, farinhas, venenos (operação em que morriam algumas).

As índias tupis tinham por hábito cozinhar na **maloca**, as refeições eram tomadas nos espaços pertencentes a cada família.

### ... dos cuidados medicinais:

Como costumes medicinais, as mulheres tinham determinados hábitos, por exemplo: tomavam Goembegoaçú, era uma erva que servia estancar o fluxo de sangue; a indígena velha ou doente (da cabeça, do estômago ou a asmática) bebia fumo por considerá-lo medicinal.

---

Em *Diálogos das Grandezas do Brasil*, Ambrósio Fernandes Brandão já relatava que os ares do Brasil curavam febres; assim como as águas frias dos rios e das fontes; citou, também o uso da mandioca pisada com sumo de limão para curar de um bicho da terra que acometia os índios.

As mulheres davam aos seus doente muitas frutas, preparavam chás, emplastros e tisanas para salvar os seus de certos males, por exemplo: a ombu por ser fria e sadia era dada de comer a quem tinha febre; sumo do naná (tipo de melão) pela manhã servia para febres fortes e quem tinha “pedras”; a folha de pacoba, por ser fria e fresca era colocada sobre o peito de quem vomitava sangue; as folhas espremidas do maracujá eram o único remédio para “chagas velhas” e “boubas” (doença bacteriana não venérea, endêmica caracterizada por lesões cutâneas na face e nas extremidades); das tajaobas, semelhante às couves, serviam para purgar; da erva jambig era preparado o remédio para doentes do fígado e de “pedra”.

A **tisana** era o medicamento aquoso resultante do cozimento das ervas e raízes para os males do pulmão.

Há registros citados em *Tratado Descritivo do Brasil* de Gabriel Soares dos Santos, de que quando estão *com febre, curam-se comendo uns mingaus que são caldos de farinha de carimã, que são leves e sadios*.

É interessante observar que a carne de porco era considerada a melhor das carnes no Brasil, e as mulheres a preparavam para dar aos doentes alegando ser carne forte e medicinal.

No ano de 1558, Anchieta escreveu uma carta ao padre geral. Nesta carta foram citadas várias intervenções dos jesuítas a fim de salvar os indígenas dos males do corpo e dos males da alma. Comentou sobre as sangrias que faziam acreditando que por elas esvaíam-se os humores do sangue responsáveis pela sua doença; comentou das orações feitas junto às indígenas que sofriam dos membros secretos, isto é câncer de útero principalmente nas mulheres ainda virgens.

### ... do artesanato:

Trançavam cestos (**panacú**) e bolsas de fibras, fiavam o algodão, teciam redes (**kyçaba**), cordas (**muçurana**), as tupis confeccionavam esteiras para dormir (**pembi**) e recipientes de taquara fina; quando estava próximo de matar um prisioneiro, confeccionavam painéis de barro redondas e ovais (**cumá**), frigideiras, alguidares, cumbucas (**cuimbuca, cambuca**) para guardar farinha, enfeitavam o **ibipirama** (martelo com grande ponta de pedra) ornando-o com uma borla de penas.

É interessante a descrição de Jean de Léry em *Viagem à terra do Brasil* quando comentou sobre eram tecidas e tratadas as **inis** pelas selvagens:

*... são feitas pelas mulheres com teares de madeira que, no entanto, não ficam deitados como os nossos tecelões nem têm tantos engenhos, mas ficam em pé diante delas, chegando à sua altura. Depois de terem as mulheres urdido a seu modo, começam a tecer de baixo; algumas dessas redes de dormir são tecidas à maneira de redes de pescar; outras, porém, são fechadas, como talagarça grossa. E tendo essas redes, no mais das vezes, quatro, cinco ou seis pés de comprimento por uma braça de largura mais ou menos, todas possuem uma argola feita também de algodão, à qual os selvagens prendem cordas com que as amarram a alguns pedaços de madeira postas de atravessado em suas casas, expressamente para esse fim, de onde ficam pendentes no ar. (...) quando essas redes de algodão ficam sujas, seja pelo suor das pessoas, seja pela fumaça de tantos fogos que se acendem continuamente nas casas onde ficam penduradas, ou então por qualquer outra razão, as mulheres americanas colhem nos bosques um fruto selvagem em forma de abóbora achatada, mas muito maior (tanto que só conseguimos segurar um por vez), e, cortando-o em pedaços e mergulhando-o na água contida em alguma grande vasilha de barro, batem-no depois com paus, e com isso se formam grandes bolhas de espuma que lhe servem de são, tornando essas redes tão brancas quanto neve ou pano de pisoagem. (in: Cronistas do Descobrimento, p.71)*

Era tarefa das velhas misturar barro com cinza e cozê-los em fogo brando, em uma cova, seguiam moldando a peça para depois pintá-la e envernizá-la por dentro com resinas extraídas das árvores.

As mulheres eram vaidosas e criavam seus enfeites, como observou o cronista Jean Lery, quando, em 1557, aportou na Guanabara:

Fabricam braceletes de quasi pé e meio, só comparáveis aos que usamos no jogo de péla (...) são compostos de várias peças de osso branco, talhadas à maneira de grossas escamas e reunidas habilmente umas às outras com ceras e resinas colantes, usam colares brancos chamados “Boyra”, enrolados no braço...

Lery contou ainda que as índias ficaram maravilhadas com as continhas de vidro multicoloridas que elas viram junto dos franceses, que chamavam-nas de **morubí**. Elas propunham troca de frutas e produtos da terra pelas missangas e ao conseguir diziam:

— *Mair, deagotorem amabé morubí* (tu és bom, dá-me os braceletes de contas de vidro.)

### ... cuidados pessoais:

As mulheres eram vaidosas ao seu modo, por exemplo: as guaicurus usavam da cintura para baixo, uma tanga de pele, e para cima pintavam-se como os homens de azul escuro e urucum ou enrolavam lençóis e colchas em torno do busto comprimindo os seios, parecendo estarem de túnica; as poianauas teciam tangas com fios de algodão e se pintavam com urutum e genipapo; as tembé eram consideradas mais cultas que os homens, usavam cabelos na frente aparados na testa e atrás longos e caídos nas costas; as pariquis usavam tangas com formato quadrado, confeccionadas com algodão e sementes de uaperi, em dias de festa amarram à frente, os pulsos e às pernas fitas com plumagem policrômicas; índias tucunas, em dias de festa usavam uma grande tanga de tecido de algodão ou “**tururi**” que circulava os quadris; usavam ligas e perneiras de fio de algodão tecido, vários colares feitos de “**pucá**” que chegam até os seios; mulheres miranhas furavam os narizes; índias remos tatuavam os seios e vestiam a tanga apenas para sair da **utá** (casa). As tupinambás não tinham o lábio furado mas as orelhas eram furadas a ponto de poder atravessar um dedo, e nelas continha brincos feitos de grandes conchas marítimas brancas, chamadas **vinhol** segundo Jean de Léry *parecem orelhas de perdigueiro*.

Relatos de sertanistas e jesuítas afirmaram que em certas tribos, as índias usavam saias feitas de fibras presas à cintura por um cinto feito de casca de cipó-imbé.

Para se pintarem extraíam da fruta Aiabutipigta, a tinta preta para untar o corpo ou apenas riscá-los, a mulher ficava preta como azeviche durante a semana ou para as festas. Dissolvia certas cores pardacentas extraída das de árvores e sementes, fazia uns tipos de pincéis e com eles, a mulher criava cordões entrelaçados, listrados através do corpo. Os cabelos eram untados com óleo de coco bravo.

As pinturas protegiam seus corpos dos raios solares e das picadas de insetos. André Thevet, em *A visão singular de um católico francês* escreveu:

*E não se deve esquecer que as mulheres da América não tingem apenas de negro o rosto e o corpo dos filhos, mas também de várias outras cores, em especial de uma que puxa para a cor do boleto venoso (cogumelo que em contato com o ar, adquire coloração azul muito forte) e é feita com uma terra gorda como argila, cuja cor dura por quatro horas. E dessa mesma cor as mulheres tingem-se as pernas, de tal maneira que, vendo-as de longe, temos a impressão de que estão vestindo belos calções de fina estamena negra. (in Cronistas do descobrimento, p.65)*

As moças solteiras eram pintadas pela mães que pintavam seus maridos. Era obrigação da mulher casada depilar os pêlos da testa, dos cabelos, da barba, das pestanas, sobrançelas do marido e delas, para isto usavam uma caninha ou mesmo pedras afiadas.

Sobre as pinturas femininas, Lery descreveu-as, lançando uma ligeira crítica:

*As índias tupinambás, quanto ao rosto, com um pequeno pincel traçam uma roda no centro da face e prolongam-na em espiral, azul, amarela ou verde, mosqueando e sarapintando o rosto inteiro. Também pintam as sobrançelas e as pálpebras, como fazem, ao que se diz, as mulheres impudicas da França. (p. 145)*

Também era obrigação delas tatuar os homens pertencentes ao seu lar. Catavam-lhes piolhos, faziam cafuné, coçavam o pé como forma de carinho. Gostavam de fitas e pentes.

### ... dos cuidados com os filhos:

Eram geralmente cuidadosas com os filhos, as mães ensinavam as filhas a se enfeitarem, fiar algodão, fazer redes de fio, enfeites de cabelos e o serviço de suas casas conforme o costume das tribos. Os meninos, ainda pequenos eram educados para a caça, por isso durante as leituras torna-se normal o entendimento do porquê estes garotos ganharem muitos anzóis de estrangeiros.

Quando o filho ou filha completavam sete anos, as indígenas friccionavam as crianças com cinzas e derramavam água sobre suas cabeças. A partir de então, recebiam um novo nome que poderia ser mudado futuramente, dependendo dos feitos praticados pelos jovens.

Observa-se que as mulheres eram muito zelosas, aparentemente mostravam-se como pessoas frias mas reagiam violentamente quando mexiam com seus filhos. Eduardo Dias narrou um fato triste e chocante sobre uma velha indígena que tinha um único filho; este rapaz foi morto pelos inimigos. Não demorou muito, o matador foi encontrado e trazido na presença da mãe que furiosa atirou-se sobre o prisioneiro, dando-lhe mordidas nos ombros.

Além de cuidar bem dos filhos, não dispensavam carinho aos cachorros que vinham se multiplicando muito na Terra de Santa Cruz. As mulheres os traziam nas costas de uma parte para outra e chegavam até a lhes amamentar no peito.



## ... ao receber visitas:

Ao chegar algum hóspede à tribo, e este considerado **muçacá** (amigo), era levado para uma oca e assentado em uma rede preferencialmente branca, então a mãe \_ Torero e Pimenta citam serem *umas vinte mulheres velhas*\_, as filhas e outras índias acocoravam-se com as nádegas no chão, em redor do hóspede, tocavam-no, chegavam a sacudi-lo e choravam em voz alta, com muitas lágrimas. Neste ritual contavam o que vinha acontecendo na tribo, como notícias dos que morreram, doenças, aflições... Sem que o hóspede falasse qualquer palavra, elas paravam de chorar, secavam as lágrimas e ficavam quietas, serenas nem parecendo que choraram tanto; em seguida duas ou três chegavam-se ao hóspede dizendo **Ereuipe**. Depois outras mulheres lhe traziam comida (farinha de mandioca, aves, peixes...) e cauí, se o hóspede quisesse.

Terminada a alimentação o cacique designava uma das índias para servir o hóspede, ela ditava-se perto dele e dizia: **Xori** (Vem cá)

Se o visitante pretendesse passar a noite na tribo, recebia nova rede branca e o **muçacá** mandava acender quatro fogueirinhas ao lado da rede por causa da umidade da noite. Essas fogueiras seriam reavivadas diversas vezes que acolheriam o visitante.

## ... das festas:

As manifestações folclóricas indígenas compreendiam inúmeros e freqüentes rituais onde as mulheres dançavam, tocavam gaitas de cana e cantavam (cantadeiras) junto dos homens, agitando muito os braços como motivo de agradecimento por ocasião de casamentos, batizados, celebrações solenes aos visitantes, para reivindicar algum benefício para a tribo ou cantar as proezas de um defunto. Nestas ocasiões, elas se adornavam com muitas penas e colares.

As danças aconteciam ao ar livre quando homens e mulheres, aos pares, formavam um grande círculo que girava em torno do centro. Cada par ao acompanhar os movimentos girava em torno de si próprio, pisando fortemente o solo, marcando o ritmo da dança. Mulheres e criança tupis, por ocasião de festas, eram fechadas emocas; se os visitantes permitissem, elas poderiam assistir a festa. Durante as danças, elas respondiam em coro a cantoria masculina, de maneira triste, até aterrorizante agarrando-se umas às outras, dando saltos violentos, chegando a cair no chão desmaiadas.

Nas festas de casamento, as mulheres serviam os homens e dominavam a pessoa que se excedia na bebida seguindo determinado ritual, conforme os esclarecimentos de Rocha Pombo:

*Nas orgais para aplaudir as uniões conjugaes e a nubilidade das donzellas, as mulheres gosavam de precedencia e competia-lhes a distribuição dos líquidos embriagantes guardando ellas abstinência absoluta para que estivessem aptas para acudir a qualquer desintelligencia ou desordem, quasi sempre suscitada entre os convivas. Nada melhor prova as deferências que os indígenas tinham pelo sexo feminino do que e se sujeitarem a estas conciliações no estado de irritação ou extrema alienação em que os punha a embriaguez. A voz da mulher ou o toque brando da sua mão sobre a cabeça do ébrio desordeiro aplacava de subito toda a furia e a vociferação em que estava: curvava-se elle submisso e risonho, o cumpria pontualmente o que ella lhe determinava.*

## ... das transferências de local:

O casal indígena, às vezes, resolvia se transferir. Neste caso era costume levar todas as suas coisas.

O homem, alegando ir mais rápido para combater, só levava o arco e as flechas. A mulher levava a rede no ombro, o patiguá às costas, o cabaço, a cuia pendurados de um lado, o cão atado numa corda pela mão e o filho pequeno numa tipóia às costas.

Jean de Léry em seu texto *Viagem à terra do Brasil*, mencionou este hábito indígena:

*A respeito, cabe notar que os brasileiros (tupinambás) não costumam permanecer mais de cinco ou seis meses num lugar, carregando depois consigo os grandes pedaços de madeira e grandes folhas de pindoba com que são feitas e cobertas suas casas; vão assim mudando amiúde as suas aldeias de lugar, mas estas sempre mantêm seus antigos nomes, de tal maneira que as encontramos às vezes afastadas um quarto de légua ou meia légua dos lugares onde havíamos estado. (... ) E, se lhes perguntarem por que mudaram tantas vezes de lugar, não seria outra resposta senão que, mudando assim de ares, sentem-se melhor, e que, se fizessem coisa diferente da que seus avós fizeram, morreriam cedo. (in Cronistas do descobrimento, p. 70)*

### ... da guerra:

Segundo Rocha Pombo, as mulheres e as crianças acompanhavam os exércitos; não combatiam, mas sujeitavam-se a todos os azares da luta.

Elas carregavam a farinha, as redes, as armas.

Sergio Buarque de Holanda, em *Visões do Paraíso*, referiu-se às amazonas, mulheres que se juntavam aos homens quando em ocasião das lutas. Nesta obra, um depoimento do capelão Gaspar de Carjaval, em 1541, dizendo ter tido a oportunidade de vê-las guerreando contra os espanhóis; descreveu-as como *membrudas, de grande estatura e brancas, andavam nuas com as vergonhas tapadas*.

Sergio Buarque completou com uma colocação curiosíssima, a respeito destas mulheres dizendo que uma valia a dez homens

### ... da morte:

Sabe-se que as mulheres quando ficavam viúvas ou os maridos estavam longe, sentiam “dó”, por isso cortavam os cabelos para mostrarem o amor e guardarem-lhe lealdade.

Se fosse o caso da morte do marido, este era embrulhado na sua rede (tupinambás), o parente mais próximo fazia a cova. A mulher, as filhas, parentes acompanhavam o enterro chorando, com os cabelos soltos sobre o rosto. Quando o morto estava bem coberto na cova, voltavam para casa onde a viúva chorava uma semana (uma lua); depois se enfeitava, tingia-se de preto, tomava vinho para tirar o dó e dançava cantando as proezas do marido.

Se a mulher morria, o marido fazia-lhe uma cova, levava a defunta às costas para enterrá-la; também chorava por muitos dias. Se a defunta não tivesse marido, era carregada por um irmão ou parente mais chegado.

O canto melancólico das velhas Tembé representavam uma lamúria profunda pelos homens que morreram.

### ... dos rituais macabros:

De acordo com as pesquisas, alguns rituais femininos são macabros como por exemplo: mães guanás chegavam a matar as filhas para que os rapazes se apaixonassem pelas mulheres mais velhas. Índia da tribo jaruadi, ao tomar conhecimento que algum ente querido estava condenado à morte por delinqüência, providenciava na mata ervas venenosas, que colocava num molho de pimenta e com uma colher de pau, obrigava o infeliz a bebê-lo; este começava a se contorcer de dor; a mulher repetia a dose até que o homem morresse. Na tribo tamoio, as mulheres prisioneiras se destinavam ao concubinato mas se estivessem grávidas, esperava-se a criança nascer para devorar a mãe e filho.

Quando alguém era capturado, era macabro também o ritual canibal exercido pelas mulheres que preparavam o corpo das vítimas para a cerimônia de execução.

O ritual de morte a um prisioneiro, tinha a participação efetiva das mulheres, pois quando chegava o cativo, as índias e as crianças dançavam em volta dele amaldiçoando-o, dando palmadas na própria boca, e depois, com muita satisfação, davam-lhe socos, puxavam-lhe os cabelos, colavam penas pardas nos corpos deles, raspavam suas sobrancelhas e amarravam-no com a **mussurana** (corda comprida) para não fugir.

Índias jovens, filhas de caciques, guerreiros, eram deixadas junto aos prisioneiros alimentando-os com galinha e pato para que ele ficasse com “saudades do mundo” ou melhor, engordando-os; e o fato de acontecer o relacionamento amoroso era sinal de que o prisioneiro estava se despedindo da tribo. Pero Magalhães Gândavo em Tratado da Terra do Brasil comenta este assunto:

Quando estes indios tomão alguns contrários, se logo com aquele impeto os não matão, levão-nos vivos pera suas aldeias ( ...) dão-lhe huma india moça, a mais fermosa e honrada que há na aldêa, pera que durma com elle, e também tenha cuidado de o guardar, e não vai pera parte que não o acompanhe. Esta india tem o cargo de lhe dar muito bem de comer e beber ....

Até que chegasse o dia do sacrifício, as mulheres conduziam o prisioneiro ao centro da tribo várias vezes. Dançavam ao redor dele. No dia determinado, uma das mulheres pintava o rosto do prisioneiro enquanto as outras dançavam. Era natural darem pedrinhas para ele atirar nas mulheres que dançavam em seu redor.

As velhas (tupis) eram as responsáveis por estripar o prisioneiro que fora morto com uma grande pancada na cabeça desferida por um dos homens da tribo.

Em *Terra Papagalli*, há o relato de que as mulheres arrastavam o morto para perto do braseiro, com um dente de animal arrancavam suas peles, deixando-o em carne viva. Tapavam seu ânus com um pedaço de madeira para que as tripas não saíssem durante a prepara-

---

ção do corpo. Cortavam-lhe as pernas acima dos joelhos, os braços junto ao corpo. Separavam as costas e as nádegas da parte dianteira, punham esses pedaços fincados em paus e o assavam no “bucã” (constituído de quatro forquilha de madeira, à guisa de esteios, onde se colocavam varas para sustentarem a carne dos infelizes).

Enquanto este alimento estava sendo preparado, as velhas ficavam em derredor, desprezando a dor das queimaduras, ao aparar a gordura que caía do assado e gostosamente lambiam mãos e dedos, dizendo: *Iguatu* (Está muito bom)

Numa vasilha de barro, os pés, mãos, cabeça, intestinos, coração eram cozidos. E destas vísceras preparavam um mingau, uma papa rala.

Gândavo escreveu o seguinte sobre o ritual canibal :

*Está huma índia velha com hum cabaço na mão, e assi como elle cae acode mui de pressa com elle a meter-lho na cabeça pera tomar os miollos e o sangue: tudo enfim cozem e assão, e não fica delle cousa que não comam.*

*Para as crianças deixavam a língua e o miolo por serem as partes mais macias, acrescentam Torero e Pimenta. (p.87)*

Curioso é tomar ciência de que esta tarefa, as velhas realizavam com grande prazer e enorme dedicação. Deste alimento o que mais as agradava era comer a carne macia de um garoto. Num depoimento da “Crônica da Companhia” de Vasconcelos há um relato curiosíssimo:

“... um jesuíta encontrou um dia uma mulher de extrema baliza de idade e já em artigo de morte. Depois de ‘catequisada’ e instruída na doutrina cristã segundo cria o bom padre, que já lhe reputava curada alma, pôs-se ele a perguntar se haveria alguma qualidade de alimento que ele pudesse tomar. Minha avó disse, empregando o tratamento que por cortesia se dava às velhas, se eu vos desse agora um pouquinho de açúcar, ou algumas das belas coisas que trazemos dalém mar, parece-vos que comeríeis? ... Ah! Meu neto, tornou-lhe a velha neófito, o estômago tudo me rejeita. Não há senão uma coisa que creio poderia debicar. Se eu tivesse a mãozinha dum rapaz tapuia bem pequeno e tenro; parece-me que lhe chuparia os ossinhos; mas, ai de mim, não há quem saia a caçar-me um! “

As velhas se opuseram resistentemente às ordens contra a antropofagia.

Em *Memórias de Forasteiros*, Eduardo Dias narrou um fato curioso sobre as ingênuas índias e seu ato de canibalismo quando da viagem de Américo Vespúcio ao Brasil, em 1501.

No sétimo dia, os expedicionários vão à terra e notam que os aborígenes tinham trazido as mulheres e enviavam muitas delas ao seu encontro.

O caso nem por isso demonstrava que os Europeus tivessem conseguido inspirar confiança aos nativos, pelo que foi decidido mandar-lhes um mancebo enquanto, para os tranquilizar. (...) O mancebo dirigia-se às mulheres que logo o rodearam e apalpavam e contemplavam com espanto. Nisto, dos batéis viu-se descer do monte até a praia uma mulher que trazia na mão um grande pau. A virago foi até onde estava o cristão, acerrou-se-lhe pelas costas, e, levantando o pau, deu-lhe tamanha pancada que o estendeu por terra, morto. Imediatamente as outras mulheres arrastaram o cadáver pelos pés, em direção ao norte... (...) dali mostraram elas os membros decepados, que devoravam ... (pp. 64, 65)

A moça escolhida para acompanhar e servir o prisioneiro, após a morte deste colocava-se junto ao cadáver chorando mas, apesar de todo este sentimento, não deixava de comer um pedaço da carne do morto.

Se esta moça engravidasse do prisioneiro, esperava-se a criança nascer, e ser criada até a idade de se poder comer. A criança então, era entregue ao parente mais chegado; que se sentia muito orgulhosos com a escolha, este quebrava a cabeça da criança no terreiro, conforme o costume para com os prisioneiros. Seguindo o ritual de canibalismo, a criança era assada e comida, a mãe também devia comê-la para não ser chamada de **cunhambira** (mãe de filho do contrário).

Muitas vezes estas moças fugiam com seus amantes-prisioneiros, não entregavam o filho para o sacrifício e cuidavam dele até crescer.

O alemão Hans Staden foi o primeiro escritor dos costumes do gentio brasileiro. Passou por experiências difíceis, tais como: em São Paulo, mais precisamente em Bertioga, no ano de 1549, foi aprisionado pelos tupinambás que o levaram para Ubatuba para *que as índias pudessem se divertir* e depois matá-lo.

Ao chegar de barco à tribo, nu, picado pelas lanças dos indígenas, por ordem dos captores teve que dizer às mulheres a saudação macabra:

*Aquí estou para vossa comida!*

Como era o costume, ao chegar a tribo um prisioneiro, era entregue às mulheres e crianças, conforme ritual contado acima. Além de todo o xingamento e bofetadas tomadas, uma das índias o enfeitou com chocalhos na perna a fim de marcar o ritmo do coro mulhêr, outra índia resolveu arrancar com as mãos a barba de Hans. Apesar dos seus berros dizendo não ser português, não tinham pena. Após a dança, Hans foi entregue a Ipiru Guaçu, para engorda. Depois de muito medo e sofrimento foi salvo da morte, por novamente ter implorado a

Deus piedade aos indígenas que sofriam de uma epidemia. Sua crença o libertou, pois os índios passaram a se curar da doença, mas Hans continuava na tribo. Apesar da nova vida, registrou que sofreu muito ao ser obrigado a comer um “dedo assado”.

### III. Costumes de crenças

As indígenas mostravam ser voltadas às suas crendices quando desejavam pedir volta dos maridos, uma amante, por vezes sacrificavam-se, espancando si próprias.

Rudá era o cupido dos índios. É a ele que as virgens trigueiras e os caboclos guerreiros se dirigiam, pedindo-lhe proteção nas suas pretensões amorosas e para pedir a volta dos amantes guerreiros despertando-lhes sentimento de saudades, as índias chorosas invocavam a deusa Jaci (protetora dos amantes) ou estas “**nouris**” (esposas) esperavam o encontro de Guaraci (deus do sol) com sua amante Jaci para fazer-lhe seus pedidos. Nesse momento, tudo ficava moreno (anoitecia) então surgia Rudá (deus do amor) que recebia das indiazinhas posicionadas com o braço direito levantado, o seguinte canto:

Rudá, Rudá  
Inàka pinaie  
Amãna reçaicú ...  
luáka pinaie  
Aituté cunhã  
Puxiuêra oikó  
Na numanuára ce rece  
Quajá caarúea pupé.

Couto de Magalhães, traduziu os versos acima:

Ó Rudá, Ó Rudá, tu que estás nos céus, e que amas as chuvas ... Tu que estás nos céus ...  
faze com ele (o amante) por mais mulheres que tenha, as ache todas feias; faze que ele se lembre de mim, esta tarde quando o sol se ausentar no ocidente.

Homens e mulheres da tribo Uanana, por conta dos sacrifícios, tinham os corpos açoitados com “adabi” (açoite) em determinadas épocas a fim de adquirirem as virtudes de “Jurupari” (deus malicioso da floresta)

Os cronistas, singelos, fascinados e novos conhecedores da terra faziam descrições fantásticas empregando a ingenuidade deles e das mulheres, comparando-as a determinados animais da Terra dentro seguindo os parâmetros da crença, por exemplo: a fêmea da Hipupiara era parecida às mulheres porque tinham cabelos compridos e eram formosas. Estes monstros eram achados na barra dos rios e matavam as pessoas que as viam, abraçando-as, beijando-as e apertando-as tão fortemente que acabavam por quebrar os ossos das vítimas. Quando sentiam que os abraçados estavam mortos, comiam-lhes os olhos, os narizes e as genitálias. Cardim referia-se irônica e maldosamente à mulher e aos atos de canibalismo, e acrescentou: *Deus fez tal animal para que sirva de exemplo de como podem ser certas mulheres, que nos abraçam e nos beijam mas na verdade estão moer os ossos e a arrancar pedaços.* (in Torero, p.123)

Outro animal resultante da fantasia, mencionado por Cardim, foi a Minotaura que tinha o corpo de vaca na parte superior e da mulher na parte inferior. Era comum a Minotaura receber a cada ano um jovem para matar e comer, novamente a alusão ao canibalismo. Mas quando lhe veio o jovem Ibiriquera, ela apaixonou-se por ele, e em vez de comê-lo teve muitos filhos, que formaram uma raça estranha pois os machos eram sempre touros e as fêmeas, seres humanos portadores de quatro seios como as vacas.

Sobre a ostra, Cardim alegou que eram pedras-animais, abriam-se por sua própria vontade, elevavam-se do fundo do mar quando amanhecia, abrindo a boca para absorver o orvalho e os raios de sol, também os raios da lua, das estrelas de onde nasciam as pérolas. Comparando-as às mulheres, não ofereciam beleza por fora mas *revelam maravilhas quando se abrem.*

### IV. Costumes de catequização

O processo de evangelização proposto por Caminha foi levado à sério pelos jesuítas. Ele insistiu com o rei de Portugal para que não demorasse em enviar clérigos à Terra para batizar os indígenas, alegando que o *melhor fruto que dela (Terra) se poderia tirar seria salvar a sua gente* Há registro no livro *A mulher Paulista na História*, de muitas mulheres indígenas que foram batizadas pelos jesuítas como Antônia Rodrigues, batizada por José de Anchieta por volta de 1532 e outras como Bartira, Paraguassu que necessitavam ser catequizadas, batizadas para depois se casarem.

Damiana da Cunha fora uma índia caiapó também batizada e tendo como padrinho o governador de Goiás Luís da Cunha Menezes.

Os homens brancos preocupavam-se em tornar suas mulheres índias cristãs, conforme depoimento do Padre Manuel da Nóbrega pois sendo as mulheres cristãs, os maridos consideravam seu pecado menor por serem polígamos.

## V. Costumes de obrigações com o homem branco

Em pesquisas elaboradas, encontrou-se o inventário do Engenho de Sergipe, datado de 1572, quando da morte de seu proprietário, o governador Mem de Sá. Neste documento é possível entender como os escravos índios apareciam em número maior do que os escravos de Guiné. Havia 118 escravos índios contra 20 escravos da Guiné conforme é atestado. Além dos 118 índios, somavam-se mais 114 escravas índias indicadas como mães ou mulheres, ou solteiras e sua avaliação não ultrapassava os 8\$000.

Em outro engenho açucareiro de Mem de Sá, o Engenho de Santa Ana em Ilhéus, também datado de 1572, foi inventariada uma índia tamoia casada com o escravo caldeireiro, e outra índia cozinheira.

Têm-se registros de que os europeus queriam vestir as índias com camisas e vestidos de chita, mas as Tupinambás não admitiam o uso de roupas alegando ser difícil tirá-las para se banharem, o que faziam cerca de doze vezes ao dia.

As índias eram submetidas à classe subalterna pelo homem branco.

O escritor Pedro Calmon em seu livro *História do Brasil*, esclareceu a facilidade como os europeus se adaptaram aos hábitos indígenas e a impressão positiva que as mulheres exerceram sobre estes homens, mostrando-se trabalhadoras, prestimosas, responsáveis e obedientes:

*O Brasil do século I é euro-indígena. ( ... ) O espírito doméstico era da índia batizada: falava "abeneenga", alimentava-se de beijús de mandioca, dormia na rede, fiava algodão, fazia sua louça de barro, plantava os mantimentos, banhava-se no rio, sólida, laboriosa, limpa, esposa e criada.*

## VI. Costumes de relacionamento amoroso

As moças indígenas não tinham escolha; seus pais as entregavam aos visitantes para servi-los durante a estada, ou para que cuidassem dos prisioneiros e às vezes, fugiam com eles; eram procuradas por mulheres mais velhas para que fossem agradar aos maridos delas; casavam-se com parentes próximos, eram alvo da poligamia; eram atacadas por homens que não aceitavam sua negativa para servi-los....

Certos descobridores apoderavam-se imediatamente das moças, cobiçaram-nas, servindo-se delas, forçando-as a servi-los sexualmente. Para estes homens, as indígenas eram elementos de dupla violação: como indígenas conquistadas (mulheres) e como mulheres de uso (concubinas ou mancebas).

Um exemplo de abuso na relação com a indígena, é verificável numa carta do italiano Michele da Cuneo, navegante de Colombo, ao amigo Girolamo Anani. O relato data de 1494:

Enquanto eu estava no barco, apanhei uma Camballa belíssima, que o senhor almirante me deu; tendo-a eu no meu quarto, e estando nua, conforme o seu costume, surgiu-me o desejo, e ela não querendo, agarrou-me tanto com as unhas que eu preferia nem ter começado. Estando assim as coisas \_ e para dizer como tudo acabou \_ agarrei duma corda e açoitei-a de forma que ela dava gritos terríveis que nem julgaríeis serem possíveis. Mas por fim chegamos a um tal acordo que posso dizer-te que ele parecia ter sido amestrada numa escola de prostitutas.

Antes do casamento, muitas vezes o pai prostituía a filha, entregando-a a qualquer homem importante. Curiosamente, por este ato promíscuo, elas nunca ficavam difamadas, fato confirmado por Oscar Leal na narrativa de *Viagem a um país de selvagens*, contou que ele próprio recebeu de um cacique apinagé, sua filha Aygara para fazer-lhe companhia durante os dias em que Oscar se viu forçado a uma paragem de sua embarcação quando navegava ao longo do rio Tocantins. Esta representação de as índias servirem aos homens brancos foi encarada como olhar romântico e ingênuo criado pelos próprios indígenas ao que se opôs Varnhagem alegando que as índias preferiam unir-se aos europeus, ao invés de seus semelhantes, pois a atração era motivada por razões de ordem cultural e fisiológica.

Na Carta de Piratininga de 1557, Anchieta relatou outro caso curioso: *Um destes catecumenos pediu-nos uma destas moças cristãs por mulher, negamos-lha porque ele já tinha outra, e filhos dela ( ... ) mas ele (como têm por costume) foi-se ao irmão da moça, pediu-lha e houve-a ...*

Anchieta continua narrando que 7 ou 8 dias depois, a moça voltou arrependida para junto dos padres. O índio enfurecido tomou-a à força, tosquiu-a, queimou-a e *lhe fez muitas chagas. E como ele a quisesse tirar e levar por força, acudimos nós outros.* Assim o índio foi vencido, *Se foi e depois nos ameaçou que nos havia de matar.* (p.108)

Padre Manoel da Nóbrega preocupado com os abusos cometidos contra as mulheres, com a anuência da tribo, relatou, por volta de 1550: Apesar de todo o cuidado com as capitâneas, faltavam mulheres brancas e na sua ausência, marinheiros, colonos, degredados se metiam com as índias, embrenhavam-se pelo mato, de súcia com os tupinambás, e perturbavam o ministério religioso, cuja preocupação era o ensino dos selvagens, a pacificação pela fé.

Foi óbvio que as indígenas causaram furor nos homens que chegavam ao Brasil, Gilberto Freire em *Casa Grande e Senzala* comentou que: *O europeu saltava em terra escorregando em índia nua; os próprios padres da Companhia precisavam descer com cuidado senão atolavam o pé em carne. Muitos clérigos deixavam-se contaminar pela devassidão. As mulheres eram as primeiras a se entregarem aos brancos, as mais ardentes indo esfregar-se nas pernas desses que supunham deuses. Davam-se ao europeu por um pente ou um caco de espelho.*

A nudez edênica das índias foi alvo da preocupação da Companhia de Jesus que recomendava que os padres não andassem sozinhos. Anchieta chegou a anotar que as índias se ofereciam facilmente aos homens brancos; esta visão maldosa pode ser verificada no fragmento:

*Las mujeres andan u no saben negar o ninguno mas aun elas mismas acometen y importunan los hombres hallandose com ellos en las redes; porque tienen por honra dormir com los Xianos.*

Além de todas as novidades reparadas pelos jesuítas e homens brancos em relação ao comportamento sexual dos indígenas, Anchieta observou o ato incestuoso em que o índio usa as filhas, as irmãs sem nenhuma vergonha, sem nenhuma obrigação, sem nenhum compromisso.

Gilberto Freire, estudando as nossas raízes sociológicas em *Casa Grande e Senzala*, investigou algo diferente no comportamento sexual euro-ameríndio e destacou um comentário “picante” resultado de sua análise:

*A participação nesses coitos (anais) da gente da terra parece indicar, de ameríndios, presentes em contatos madrugadores com europeus, terem sido eles próprios, dados à sodomia ou à pederastia, com o abuso de bundas já então praticado, quer por europeus em não-europeus, quer \_ é possível \_ em reciprocidades volutuosas eurotropicais: euro-ameríndias e euro-afronegras. Pode-se concluir de mulheres indígenas, desde esses dias, terem revelado preferências, para contatos sexuais com portugueses, por aqueles motivos priápicos já alegados pelo severo Varnhagen: os portugueses, em confronto com machos indígenas, teriam se revelado mais ardorosamente potentes*

É verificável que as mulheres eram submetidas a vários tipos de atos sexuais, mas certos autores verificaram que elas provocavam e procuravam os homens, como a “**agoaça**” que eram as mulheres que andavam às escondidas praticando atos sexuais com os índios. Estes atos, denominados “**mandaró**” eram condenados pela tribo que também condenava quando os índios buscavam uma mulher velha para se acasalar, ter carinho por falta de mãe e irmãs; e estas velhas por vezes eram reconhecidas como meretrizes ou devassas para os moços da tribos. Há registro de que entre os tupinambás, as velhas agradavam os jovens com presentes e carinhos, ensinando-lhes os prazeres da carne; elas o enfeitavam de tal forma não os deixando nem durante o dia e nem durante a noite.

Em *Terra Papagalli*, os autores comentam que mulheres não escolhiam os homens da tribo riripês, alegando que eles tinham duas “vergas” uma ao lado da outra, a por isto eles eram insaciáveis sexualmente; era para elas um sinal de que eram infieis. Assim preferiam homens de outras tribos que tinham apenas uma “verga”. Geralmente as indígenas eram bem tratadas pelos índios, apenas na época do vinho, costumam destratar-las. Passado o efeito da bebida logo se perdoam e voltavam a andar juntos. Se saíssem da tribo, a índia seguia atrás do marido para que se acontecesse alguma cilada, a mulher seria poupada e tinha tempo para fugir; se estivessem em lugar conhecido (roça, por exemplo) a mulher vinha na frente do marido, porque neste espaço o perigo vinha atrás, logo os maridos eram ciosos e queriam sempre ver a mulher.

Contrariando as colocações de Varnhagem citadas acima, Rocha Pombo em *História do Brazil* apresenta uma visão diferente e critica sobre os tupis. Relatou que os homens

desta tribo tratavam as mulheres como escravas sempre. Em certas tribos guerreiras, as mulheres temendo a perda dos maridos ou sentindo saudades dele, influíam junto aos caciques para que a luta durasse pouco ou não acontecesse nada aos amados. Para anular esta ação feminina que atrapalhava os homens em seu melhor passatempo, resolveram os índios eleger rapazes fortes e bonitos para maridos das viúvas e assim as esposas não tinham que pensar na desgraça em que poderiam cair perdendo realmente os maridos, logicamente o rapaz suavizaria a dor da perda da viúva.

Observações de Anchieta, Nóbrega, Lery feitas sobre que os índios eram hostis, ficando claro que os jesuítas estavam presos a conceitos europeus, que não admitiam mudança ou algo que tenha saído de sua tradição.

Gândavo sugere em seu *Tratado da Terra do Brasil*, haver o lesbianismo entre as indígenas:

*Algumas índias se achão nestas partes que juram e prometem castidade, e assi não casão nem conhecem homem algum de nenhuma qualidade, nem no consentirão ainda que por isso as matem . Estas deixão todo o exercicio de mulheres e imitão os homens e seguem seus officios como se não fossem mulheres, e cortam os cabellos da mesma maneira que os machos trazem, e vão à guerra com seu arco e frechas e à caça: emfim que andão sempre na companhia dos homens, e cada huma tem mulher que a serve e que lhe faz de comer como se fossem casados.*

É feita certa referência a estes costumes duvidosos em *Terra Papagalli*, quando os autores relatam que Popiatã, filha do português Cosme (um dos degredados deixados por Cabral, em São Vicente) e da índia Issaúba, *não teve nenhum filho por gostar mais de mulheres.*

## VII. Costumes do casamento

... entre indígenas:

Existia certo respeito aos parentes próximos na escolha do par para o casamento indígena: mãe não se casava com filho; irmão não se casava com irmã; sobrinho não se casava com tia. Era comum o tio materno casar-se com a sobrinha (casamento avuncular) ou casamento entre primos cruzados.

A visão das relações de parentesco entre os indígenas causou grande impacto em Anchieta, chegou a sugerir na Carta de Piratininga em 1555 (pp.55 e 56) que se afrouxassem as regras do casamento cristão e se tolerassem casamentos entre parentes próximos e em todos os graus; a não ser o parentesco de irmão com irmã "...é fora de dúvida que não quererão chegar ao culto da fé cristã."

Os jesuítas passaram a aceitar a união de tio com sobrinha como o verdadeiro matrimônio. Em 1557, o padre Luis Grã, escrevendo de Piratininga, na capitania de São Vicente, afirmou que: A mais legítima mulher é a filha da irmã ( ... ) porque tem para si que a criança não recebe carne da mãe, que é como um saco, mas sim do pai."

O índio que desejasse "ter mulher", viúva ou donzela, conversava com a escolhida, em seguida falava com o pai dela. Na falta dele, se reportava ao parente mais próximo. Se fosse aceito seu pedido, acontecia o ritual; se não fosse aceito, o pretendente desterrava-se sem se sentir humilhado.

Lima Figueiredo relata em seu livro o ritual de um casamento em que o chefe espiritual da tribo é o "utiariti", sentado e diante de todos, dirige-se à noiva:

\_ *Viró icaia nê nê aukitaá?* (Quer casar-se?)

O utiariti levante e a noiva responde:

\_ *Suanian?* (Como não?)

O utiariti acrescenta:

\_ *Uaiê enatá. Icaiani etatiê ena môcôcê.* (Muito bem. Tenha um filho, que o primeiro seja homem).

Este voto o utiariti faz, para que o menino possa servir de arrimo às irmãs que vierem depois.

Em seguida dirige-se ao noivo:

\_ *Vitiali, içô icaianetiô avá halalá kisitinhê lâne anáecaená.* (Venha cá. Você está casado. Você não pode deixar a sua mulher. Você vai levá-la).

E acrescenta esta pergunta:

\_ *Suana môcôcê itiani aukitá?* (Quantos filhos quer você?)

Responde o noivo:

\_ *Iolacaená naukitá.* (Quero quatro).

O utiariti diz :

\_ *Valêenatá*. (Está bem).

Em seguida abraça os noivos dizendo:

\_ *Zotocaquá-haná* (Façam vocês o mesmo).

Depois dos noivos se abraçarem, o utiariti despede-os com as palavras:

\_ *Zicáno-hie*. (Dêem o braço)

A cerimônia termina em casa do noivo onde se realiza a grande festa: a caulonená.

in Índios do Brasil, pp.66, 67

Normalmente após a **caulonená**, a noiva segue para a casa do noivo ou do sogro; era uma forma de patriocalidade (esposa viver na oca do marido ou do sogro), isto constituía a regra residencial. Rocha Pombo, afirma que entre os tupis, era o noivo que mudava para a tenda da esposa.

Entre os indígenas, os comportamentos em relação ao casamento diferenciavam-se entre as tribos, por exemplo:

- noivo carajá era conduzido ao lado dos pais e devia demonstrar força para se casar;

- na tribo Uanana não era permitido o casamento com mulheres da mesma tribo; as "sabinas" eram raptadas de suas tribos para se casarem, só após o casamento é que as tribos faziam as pazes;

- os Guanás quando se casavam, estabeleciam um contrato onde estipulava-se quais trabalhos seriam executados por cada um deles; poderiam ter outras relações de afeto com um ou mais pessoas apenas respeitando o tempo que deveria ser dedicado ao cônjuge. Nesta tribo, a mulher casava-se ao atingir 9 anos e o homem depois dos 21;

Entre os tucanos só permitia o casamento entre tribos diversas para não estragar a grande família que era toda a tribo. Muitas vezes davam as filhas em troca de esposas para os rapazes;

- há referências de o candidato ao casamento em tribo poiarina, escolhia uma recém nascida ou uma menina de 4 ou 5 anos. Neste caso o rapaz se dirigia ao pai da menina que exigia que o pretendente trabalhasse para ele durante certo tempo, marcando o tempo pela floração de certas árvores. Este trabalho para o futuro sogro e sustento da noiva consistia em roçar, pescar, carregar lenha do mato.

- as mulheres remos casavam-se com 10 anos e são monogâmicas. As viúvas podem se casar se aparecer algum pretendente.

- os índios aritis eram monogâmicos.

A noiva não era entregue ao noivo antes de vir seu "costume". Enquanto esperava, era obrigada a trazer atado pela cintura um fio tecido de algodão. Este fio só seria rompido depois de ser "deflorada" pelo marido ou qualquer outro

Havia a monogamia entre os índios; apenas o guerreiro escolhia sua esposa; os chefes, caciques, feiticeiros e grandes guerreiros eram poligâmicos, podiam viver com quantas mulheres pudessem sustentar; era sinal de prestígio, honra e estima. Era comum serem irmãs da esposa assim não haveria brigas entre elas. As mulheres legítimas não faziam escândalo quando o marido arrumava outras, achavam tudo muito natural e, como comenta Torero e Pimenta,

segundo Cosme Fernandes, além dos banhos diários, têm as gentias muitas outras coisas que ensinar às européias. (p.100) Mas como há registros brigas por ciúmes entre as tupinambás, o marido necessariamente intervinha. Depois de separá-las, deitava uma das briguentas no chão e dava-lhe palmadas nas nádegas

Com o passar do tempo os jesuítas, começaram a observar o ritual de união entre os índios; por volta de 1580, Anchieta, já mais adaptado a vida dos índios e seus rituais passou a observar a poligamia apenas dos "principais" e escreveu a respeito:

*Casamentos de ordinário não celebram entre si e assim tem 3 e 4 mulheres posto que muitos não têm mais do que uma só e, se é grande principal e valente tem dez, doze e vinte.*

Eram muitas as mulheres, mas a esposa, a senhora do lar, era uma só. Costumava, segundo Rocha Pombo, ser a primeira que havia se unido, *a mais antiga "sócia" do homem*. Por vezes, estas esposas eram as mais velhas, anciãs, cercadas de veneração e carinho; *eram as relíquias da tribo* (Rocha Pombo), as outras mulheres deviam obediência a ela. Esta tinha o privilégio de ter sua rede armada junto do marido. Por serem estas mulheres mais velhas, geralmente eram feias e, por isso, sentiam, às vezes, ciúmes das outras **temericôs**.

Frei Vicente Salvador tratou sobre o assunto do comportamento dos casais, conforme segue:

---



Os principais, por terem muitas mulheres, dormem sós nas suas redes e dali quando querem se vão deitar com a que lhes parece, sem se pejarem de que os vejam.

*Normalmente o índio monogâmico dormia junto da esposa, na mesma rede; cada um com os pés para a cabeça do outro. (pp. 56,57)*

Fernando Denis em *Descrição Histórica do Brasil*, obra datada de 1845, traçou um comentário curioso sobre a tribo Guaycurus:

*...não se servem de rede, como fazem muitas hordas menos adiantadas que elles em civilização; dormem em cima de couros estendidos no chão, cobrem-se com os vestidos das mulheres, e põe a cabeça sobre pequenos molhos de feno, de que suas companheiras commummente fazem uso para montar a cavallo. (p.219)*

O marido agradava suas mulheres, Machado Oliveira (in Rocha Pombo) declarou este comportamento do gentio:

... depois de mostrar afeição, o apego e os cuidados do índio pela esposa. Ornavam suas mulheres com os enfeites mais preciosos que podiam obter, e entre estas tinha a pirmazia o collar de dentes, que era o symbolo honorífico das suas victórias.

Os jesuítas se esforçavam para que os indígenas passassem a ter uniões monogâmicas, para que pudessem aplicar o sacramento do matrimônio. Preocupado com a poligamia, Padre Manuel da Nóbrega escreve uma correspondência datada de 1550 criticando :

... o gentio desta terra não tem matrimônio verdadeiro, com ânimo de preservarem toda a vida, mas tomam uma mulher e apartam-se quando querem ...”

A responsabilidade do casamento passava a ser da família quando morria um marido. Cabia ao irmão deste, receber a cunhada como uma das esposas e considerar os sobrinhos como seus filhos.

Com o passar do tempo, a celebração do casamento passou a ser ministrada pelos jesuítas, mas o que os atrapalhava era saber qual das mulheres era a legítima esposa (temericó) para poder realizar o casamento.

### ... divórcio:

Em certas tribos havia o divórcio. A mulher abandonada ou conseguia amparo unindo-se a outro homem ou ficava sendo sustentada por um irmão.

### ... adultério:

O adultério e qualquer união sexual, era horrorosa para o marido. Este podia repudiar a mulher ou despedi-la ou matá-la. Gândavo comenta sobre o fato:

Estas índias guardão castidade a seus maridos e são muito suas amigas, porque tambem elles sofrem mal adulterios...

### ... aborto:

As indígenas praticavam muitos abortos. Segundo Lima Figueiredo, ele era praticado de modo violentíssimo; a mulher grávida matava o feto, pedindo a outra para andar de joelhos sobre o seu ventre...

Os jesuítas chegaram a documentar, mais precisamente Padre Anchieta em *Carta ao Padre Geral*, no ano de 1550:

*...mulheres brasilicas mui facilmente movem (abortam): ou iradas contra seus maridos, ou os não têm por medo; ou por outra qualquer ocasião mui leviana matam os filhos; ou bebendo para isso algumas beberagens; ou apertando a barriga; ou tomando alguma carga grande, e com outras maneiras que a crueldade desumana inventa.*

### ... de brancos com indígenas:

Sabe-se que o número de mulheres brancas que se fixaram no Brasil era pequeno, assim promoveu-se o casamento entre portugueses e índias; a união era vantajosa pois os filhos, por serem mestiços, estavam ligados às culturas dos pais (indígenas e portugueses) o que facilitava o domínio português sobre o território.

Em referências ao casamento de brancos e índias, o jesuíta Manuel da Nóbrega observou que colonos eram os que se casavam com as gentis dando a entender que só os brancos muito pobres se permitiam a este tipo de casamento. Os homens de classe mais alta consideravam a união mestiça como uma infâmia; daí manterem relações de mancebia, o que determinava uma estrutura familiar assaz complexa. Sabe-se que em São Vicente, duas índias tiveram filhos com o então solteiro ouvidor Diogo Gonçalves Castelão. E o relacionamento apenas durou até seu casamento com uma portuguesa.

Há registros de 1551, relatando que Nóbrega reconheceu o casamento de índias forras com *alguns homens trabalhadores*.

Em depoimento do jesuíta Manuel da Nóbrega, ao chegar à Bahia em 1549, depois de comentar numa carta as relações inter-raciais e de caráter de concubinato que predominava na região, reconheceu a escassez de mulheres brancas e relatou:

*Todos se me escusam que não têm mulheres com que se casem e conheço eu que casariam se achassem com quem; em tanto que uma mulher, ama de um homem casado que veio nesta armada, pelejavam sobre ela. A quem a haveria por mulher; e uma escrava do Governador lhe pediam por mulher e diziam que lha queriam forrar.*

Exemplos vivos destas diversas formas de união aconteceram com Paraguassu, Bartira, suas sete irmãs, Antônio Rodrigues.

Diogo Álvares, por volta de 1509, teve sua caravela destroçada ao bater nas pedras da costa baiana. Apesar de se salvar, caiu prisioneiro dos tupinambás.

Diogo foi apelidado de **Caramuru** (homem do fogo ou filho do dragão) por ter espantado os índios quando com uma espingarda, atirou em uma árvore. A filha do chefe da tribo Taparica, interessou-se por Diogo, e em troca de se casar com ela: Paraguassu (grande mar) – Diogo foi libertado.

Paraguassu foi batizada com o nome de Catarina, em 1528, na França. Desta união nasceram quatro mamelucas brancas e bonitas: Ana Álvares, Genebra, Apolonia e Gracia.

Bartira ou Butira (nome bonito que significa flor) uniu-se a João Ramalho por volta de 1515, no Campo de Piratininga. O casamento de Bartira foi abençoado por Padre Manoel da Nóbrega depois de ter escrito para Portugal a fim de saber sobre o paradeiro da mulher portuguesa de João Ramalho. A investigação foi necessária pois João Ramalho, era degredado de *Portugal por ter dito que a religião é um engodo e é um asno quem dá dinheiro aos padres* (In Torero e Pimenta, p.28).

Abandonara a esposa fazia 40 anos e se ainda estivesse viva, o casamento não poderia acontecer pois perante as leis de Deus seria bigamia. Como não houve resposta de Portugal, aconteceu o casamento entre João e Bartira, após o batismo da indígena com o nome cristão de Isabel Dias.

Bartira ou Isabel Dias representou a figura gentil de índia tupiniquim, a primeira mãe cristã do povo brasileiro. Teve 8 filhos paulistas cristãos.

Apesar de casado, João Ramalho ainda não era pessoa bem vista entre os jesuítas, Nóbrega condenava seus costumes e os dos filhos, dizendo:

*... cuja vida é numa petra scandali para nós ... Têm muitas mulheres. Elles e seus filhos andam como as irmãs (das esposas)e têm filhos dellas. Vão à guerra com os índios e as suas festas são de índios e assim vivem andando nus como os mesmos índios.*

Em carta a Loyola, escrita de Piratininga, em julho de 1554, Nóbrega relatou sobre os filhos de Bartira e João:

*“a gente mais perdida desta terra mameluco e alguns piores que os mesmos índios ( ... ) não é gente de que se deva fazer caso para a conversão dos infiéis.”* Possivelmente Anchieta já estava expressando o enfrentamento que sofria dos filhos de Bartira e João Ramalho, continua: *“uns certos cristãos, nascidos de pai português e mãe brasílica, que estão distantes de nós 9 milhas; em uma povoação de portugueses.”*

Gustavo Geraldo de Almeida em *Heróis do Brasil* e Frei Gaspar da Madre de Deus em *Memórias para a história da Capitania de São Vicente* além de conferirem os dados do casamento de Bartira, ainda informam que algumas filhas desta união casaram-se com homens influentes da capitania, dando origem a ilustres famílias paulistas.

A irmã de Bartira, Terebé, fora oferecida pelo pai Tebiriça ao jovem Pedro Dias que entrara para a Companhia de Jesus.

Terebé tinha 16 anos, *não era alta nem bela, ancas firmes e estreitas, ria com graça.*

*Gostava de afagar a cabeça e coçar os pés do marido, seu olhar parecia ser de criança* (in Torero e Pimenta, p. 88) .

O rapaz procurou esquivar-se do casamento mas Tebiriça insistiu no pedido e comunicou o fato ao superior do rapaz, Santo Inácio de Loyola, que desligou Pedro da Companhia para casar com Terebé, assim que ela fosse batizada. Seu novo nome foi Maria Grã.

Pedro e Terebé ou Maria Grã tiveram 13 filhos; *seu primeiro filho foi filha, Mbiracê, como disse o pai, bem composta, sã como um cabritinho e menos feia do que se podia esperar. Sua tez era mais avermelhada, puxada para a cor de leão. Seu cabelo era corredio porém trazia uns cachos nas pontas. Os olhos eram os da mãe ( ... ) o nariz felizmente, saiu ao meu.* (in Torero e Pimenta, p. 88), é notável a descrição da criança mestiça segundo o olhar do próprio pai. Dentre os Outros 12 filhos, um deles originou a família fidalga de Borba Gato.

---

Mbiracê juntou-se com um branco chamado Francisco Chaves e foram para a Europa.

Como o pai ficou muito triste com a partida da filha, a esposa Terebê passou a *catar piohos para me deixar alegre*. (in Torero e Pimenta, p.147)

Outra irmã de Bartira, Beatriz, foi levada pelo pai a outro homem branco; assim casou-se com Lopo Dias e a raça vai se formando na mistura de sangue sentimento e virtudes.

Antônio Rodrigues, conterrâneo de João Ramalho, viveu em São Vicente com a filha do cacique Pequiobi, maioral dos Urarais. A esposa foi batizada com o nome de Antônia Rodrigues.

Segundo Rocha Pombo: *“O marido tem direito absoluto sobre a mulher e os filhos ( ... ) A mulher obedece por veneração. Ela vê o esposo, não o senhor, que é forte , mas o patriarca que representa a tradição da família, e pelo qual ela se incorpora na vida da raça.”*

## VIII. Costumes do nascimento

Quando do nascimento a mãe é apenas considerada o receptáculo, a portadora; segundo os indígenas o filho era somente do pai *“...dizem que o pai somente tem parte nele e a mãe não tem nada.”*

A mulher era obrigada a trabalhar mesmo em adiantado estado de gravidez. As tupinambás apenas não carregavam fardos pesados.

Nesta fase, mulher e marido não se uniam e ambos observavam tabus alimentares

Quando a índia entrava em trabalho de parto, não buscava parteira, paria pelos campos ou em qualquer outra parte, a criança ficava no chão até que o pai a levantasse, lhe cortasse o cordão umbilical com os dentes ou duas pedras batendo uma na outra; em seguida ele deitava-se na rede jejuando, recebendo mimos da mulher e visitas cerca de 8 dias, até o cordão umbilical cair.

Passando este momento, o pai parava de jejuar e fazia festas.

*Cousa ridícula* (Padre Vasconcelos referindo-se a couvade) *por ocasião do parto são os maridos que se lançam na rede e são visitados dos amigos, e não saem fora por não empecer a criança.*

Como o pai julgava que, por ocasião do nascimento, ele e a criança podiam adoecer caso não houvesse o resguardo necessário, segue a crítica de Gabriel Soares de Souza no *Tratado Descritivo do Brasil* :

*... não há quem tire da cabeça que da parte da mãe não há perigo, senão da sua; porque o filho lhe saiu dos lombos e que elas não põem sua parte mais do que terem guardada a semente no ventre onde se cria a criança.*

A mãe, em seguida ao nascimento, ia se lavar no rio, tratava de dar de mamar à criança até cerca de um ano e meio. Dias após o nascimento mãe e criança eram defumados, rito acompanhado de bebedeira geral.

O pai presenteava as crianças assim que caia o umbigo. Para a menina, o pai punha-lhe na rede um roca com algodão. Para o menino, arco e flecha.

Com os colonizadores, essa prática se transformou e a parturiente passou a contar com a assistência de uma parteira (mãe, sogra ou avó), inclusive os próprios jesuítas. Em algumas tribos, o parto original era feito de cócoras; em outras, a mulher ficava em pé e a criança caía sobre um fardo de feno.

Para carregá-la , enrolavam-na nuns pedaços de rede às costas que chamavam de typoya e a mãe levava à roça ou a qualquer outro trabalho. Quando a criança estava maior, traziam-na encaixadas no quadril.

As mulheres tinham inserido o estigma de serem inferiores aos homens, verifica-se em certos comportamentos em relação ao nascimento, por exemplo: as tupis costumavam afogar as filhas ao nascer pois esperavam o nascimento de meninos para serem futuros guerreiros; mãe guacuru não criava mais do que um filho, abortando ou matando ao nascer todos os outros; geralmente estas mulheres só concebiam depois dos 30 anos.

Na tribo tamoio, se a mulher trocasse de marido já grávida, o seu filho nasceria **“marabá”** (criança filha de pais duvidosos); e este marabá era enterrado vivo, logo após o nascimento.

Anchieta, enquanto cativo por 5 meses desta tribo, desenterrou várias crianças e induziu as mães a criá-las.

## Conclusão

Após traçar o perfil feminino indígena do século XVI, retomo o questionamento inicial proposto por Tête Duche: *Será que elas eram injustiçadas mesmo?* Particularmente não considero as mulheres indígenas injustiçadas, segundo os estudos e levantamentos feitos esclareceram que elas estavam acostumadas com este estilo de vida, seguiam os ritos da tribo, não conheciam a civilização para poder mostrar ou fazer um confronto.

Observo que a visão dos cronistas na época era maldosa, fantasiosa, por vezes preconceituosa, poucos foram ingênuos, os europeus não souberam respeitar as diferenças culturais, exigiram que seus modelos fossem seguidos a risca.

As indígenas eram bonitas ao seu modo, aos seus homens enfim aos seus iguais. Eram canibais. O europeu se assustou com estes modos, mas elas estavam nas suas terras, era assim que foram ensinadas em suas tribos. O europeu que veio tentar mudar os hábitos originais e elas se defenderam conforme seus ensinamentos, o que para elas era a única forma correta.

Nisto tudo, percebo a intenção de europeizar este novo povo. Queriam vesti-las, elas não aceitavam; queriam batizá-las, mudar seus nomes, fazê-las rezar, fazê-las entender que deveriam ter apenas um marido, queriam descaracterizá-las.

As mulheres indígenas da Terra de Santa Cruz eram felizes, trabalhavam mais do que o homem; elas queriam assim! Trabalhavam durante a gravidez, elas não eram ociosas. Eram prendadas; tinham dotes artísticos em suas pinturas, em suas comidas, em seus artesanatos; eram respeitadas; sabiam se defender.

Se procuravam o homem branco, é porque eram curiosas, era novidade para elas. Em sua sociedade, elas não eram tratadas com diferença, faziam parte dos rituais, das danças, dos cantos.

Eram seres nobres.

Eram mães, cuidavam dos filhos, educavam-nos, ensinavam-nos, sofriam quando os perdiam por se encantarem com uma velha ou quando eram sacrificados. Sabiam acalmar as pessoas apenas com o toque da mão ou lhes fazendo cafuné, coçando seus pés, catando piolho....

Que mulheres injustiçadas são estas com o perfil nobre, forte, guerreiro, sublime; podiam ser inocentes, ingênuas, obedientes, mas eram as mulheres, as mães, as temerárias etê.

## Bibliografia

- BITTENCOURT, Adalzira. *A mulher paulista na História*. Rio de Janeiro: Livros de Portugal, 1954.
- CALMON, Pedro. *História do Brasil: as origens 1500 – 1600*. São Paulo: Brasiliense-Biblioteca Pedagógica Brasileira/ Cia Editora Nacional, 1951; volume 176
- CÂMARA CASCUDO, Luís da. *Lendas brasileiras*. Rio de Janeiro: ed. De Ouro, 1984. 166p
- CARDIM, Fernão. *Tratados da Terra e Gente do Brasil*. São Paulo: USP, 1980.
- COUTO, Jorge e GUEDES, Max Justo. *Descobrimto do Brasil*. Instituto Camões; Comissão Nacional para as comemorações dos descobrimentos portugueses; Ed. Texttype, 1998
- DANTAS, Lourenço. (org). *Introdução ao Brasil -Um banquete no trópico*. São Paulo: Senac, 2000; volume II.
- DANTAS (Lourenço) e JUNIOR (Benjamim Abdalla) (org.) *Personae: Grandes personagens da literatura brasileira, S. Paulo, Senac, 2001*
- DEL PRIORE, Mary. (org). *Histórias das mulheres do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1997.
- DENIS, Fernando. *Descrição Histórica do Brazil*. Tipografia do L.C. da Cunha, 1845; Volume II.
- DIAS, Eduardo. *Memórias de Forasteiros – Brasil séculos XVI e XVIII*. Lisboa, Livraria Clássica Editora, 1946.
- FIGUEIREDO Lima. *Índios do Brasil*. José Olympio Editora, S. P. , 1949
- HOLANDA, Sergio Buarque de. *História Geral da civilização brasileira: do descobrimento à expansão territorial* (pp.75 a 77). Rio de Janeiro: Difusão européia do livro, 1960; volume I
- JACUPÍ, Kaká Werá. *A terra dos mil povos*. São Paulo: Ed. Fundação Petrópolis, 1998.
- LEITE, Serafim. *Novas cartas jesuíticas (de Nóbrega a Vieira)*. São Paulo: Ed. Nacional, 1940.
- MOTA, Lourenço Dantas. (org) *Introdução ao Brasil: um banquete no Trópico*. São Paulo: Senac, 2000.
- OLIVIERI, Antônio Carlos e VILLA, Marco Antônio. (org.) *Cronistas do Descobrimento*. São Paulo: Ática, 2000
- POMBO, José Francisco da Rocha. *História do Brazil*. Porto: J. Fonseca e Saraiva Ed, ...; volume II
- PRADO, J.F. de Almeida. *Primeiros povoadores do Brasil – 1500 a 1530*. São Paulo: Nacional, 1954; volume 37
- RIVASSEAU, Emílio. *A vida dos índios guaycurus*. São Paulo: Ed. Nacional, 1936; volume 60.
- SALVADOR, Frei Vicente do. *História do Brasil 1500 – 1627*. Rio de Janeiro: Melhoramentos, 1954
- SOUZA, Gabriel Soares de. *Notícia do Brasil*. Livraria Martins Editores, 1954; Volume XVI
- SOUZA, Gabriel Soares de. *Tratado Descritivo do Brasil em 1587*. Belo Horizonte:Itatiaia, 2001; Volume 221.
- TORERO, José Roberto e PIMENTA, Marcus Aurelius. *Terra Papagalli*. São Paulo: Cia das\Letras, 1997.
- VARNHAGEM, Francisco Adolfo. *História Geral do Brasil*. São Paulo: Ed. Melhoramentos, 1927; Tomo I

## Estudos

- Anchieta em Coimbra (Actas do Congresso Internacional) Colégio das artes da Universidade (1548-1998) Tomo I e III. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra; Fundação Engenheiro Antônio de Almeida.
- CRISTOVÃO, Fernando (org.) “*Condicionantes culturais da literatura de Viagens*”
- FITZ, Ricardo Arthur. *Trabalho missionário e desorganização das sociedades indígenas: Uma leitura das Cartas de Anchieta*.
- FRANÇA, Eduardo d'Oliveira e SIQUEIRA, Sonia. *O indígena de Anchieta*.
- LEAL, Oscar. *Viagem ao centro do Brasil in Brasil e Portugal: 500 anos de enlances e desenlaces*, p.304
- PEREIRA, Pablo Roberto. *O éden violado: a imagem do índio quinhentista*.

## Revistas

- Revista do Real Gabinete Português de Leitura; artigo de Maria Fernanda Abreu : *As mulheres brasileiras nos relatos dos viajantes portugueses* de Oscar Leal
- Revista Ocenos; artigo: *Mulheres no mar salgado*; no 21; janeiro a março de 1995, pp. 26 a 31.
- Revista Janus (revista de História e Ciências Sociais) 04, Ano II; julho de 1998; artigo: *Uma análise da obra de Laura de Melo e Souza, O diabo e a Terra de Santa Cruz por Flávia Francisca Dall'Apria*

## Sites

- Freyre, Gilberto. Artigo: Bunda- Paixão Nacional [www. releituras.com/gilberto.com.br](http://www.releituras.com/gilberto.com.br)



---

# A Carga Tributária das Empresas de Arrendamento Mercantil e o Valor Residual como Alternativa para Minimizá-la

---

Ricardo Camargo de Araújo

Professor, Bacharel em Administração de Empresas pela UNIP e Mestre em Administração de Empresas (Administração Estratégica) pelo Centro Universitário Alvaro de Azevedo, Coordenador dos cursos de Gestão (Administração, Ciências Contábeis e Cursos Tecnológicos desta área), leciona Matemática Financeira, Metodologia da Pesquisa Científica, Análise Financeira e Orçamentária, e Orçamento de Capital.

---

## Resumo

As operações de Leasing Financeiro, oferecidas pelas empresas de Arrendamento Mercantil no Brasil se firmaram no mercado como uma alternativa interessante de investimento em Bens de Capital, uma vez que permite ao empresário a aquisição destes bens através de um financiamento de longo prazo, sem descaixa de capital e com opção de compra ao fim do contrato. Porém a carga tributária auferida sobre estas operações de arrendamento mercantil financeiro (Leasing financiero), supera e muito a carga tributária que incide sobre uma operação de financiamento de bens. Este excesso de carga tributária obriga as empresas arrendadoras a criar alternativas para que seu produto financeiro seja competitivo no mercado e se estabeleça como alternativa de investimento e atualização tecnológica para seu cliente e investidores. Diante desta dificuldade é que nasce este artigo, para analisar algumas das alternativas possíveis de redução da carga tributária para estas operações de leasing, para tanto foi estudado o Valor Residual Garantido, suas formas de pagamento, como alternativa para minimizar o impacto tributário sobre estas operações. A metodologia aplicada para esta pesquisa baseou-se na revisão teórica do assunto, analisando os conceitos e procedimento financeiros estipulados para este fim pela legislação vigente, foi realizada consulta às fontes secundárias, associações, órgãos governamentais, possibilitando a melhor explicação sobre a influência das variáveis estudadas na redução do efeito tributário sobre estas empresas. Concluiu-se ao final da pesquisa que a negociação mais adequada do Valor Residual Garantido, com percentuais mais altos deste sobre o valor do bem, poder ser uma boa alternativa para a redução do impacto fiscal sobre as operações de leasing no Brasil.

## Palavras-chave

Arrendamento Mercantil; Leasing; Valor Residual; Valor Residual Garantido; Impacto Fiscal.

---

## Abstrat

The operations of Financial Leasing, offered by companies Rental Mercantile Brazil was signed in the market as an interesting alternative to investments in Capital Goods, because it allows the holder to purchase these goods through a long-term financing, without the descaixa capital and option to purchase the end of the contract. But the tax paid on these transactions, financial leasing market (financial leasing), and far exceeds the tax burden that focuses on a financing operation of assets. This excessive tax burden arrendadoras obliges companies to create alternatives to its financial product that is competitive in the market and establishes himself as an alternative investment and upgrade technology to its customers and investors. Given this difficulty is that this article was born, to look at some possible alternatives for reducing the tax burden for these operations, leasing, was studied for both the Residual Value Guaranteed, its forms of payment, as an alternative to minimize the tax impact of these operations. The methodology used for this research was based on the theoretical review of the issue, examining the concepts and financial procedure stipulated for this purpose by the existing legislation, was held consultation with secondary sources, associations, government agencies, allowing the best explanation of the influence of variables studied in reducing the tax effect on these companies. It was the end of search that the most appropriate trading of Residual Value Guaranteed, with the highest percentage of the value of the asset, be a good alternative for reducing the tax impact on the operations of leasing in Brazil.

## Keywords

Rental Mercantile; Leasing; Residual Value; Residual Value Guaranteed; Fiscal Impact.

---

# A Carga Tributária das Empresas de Arrendamento Mercantil e o Valor Residual como Alternativa para Minimizá-la

---

## 1. Introdução

O objetivo do presente estudo é demonstrar a relação direta existente entre a forma negociada com o cliente, do pagamento de valor residual garantido nas operações de Arrendamento Mercantil e seu efeito sobre o Custo Tributário sobre as parte operacional das Empresas de Arrendamento Mercantil.

Quais são as características do Valor Residual Garantido para ter este efeito?

A lei 6.099/74 nos seus art. 13 e 14 estabelece:

“Nos casos de operações de vendas de bens que tenham sido objeto de arrendamento mercantil, o saldo não depreciado será admitido como custo para efeito de apuração do lucro tributável pelo Imposto de Renda sobre a Renda. No art. 14 a lei determina que não será dedutível para fins de apuração do lucro tributável pelo Imposto de Renda a diferença a menor entre o valor contábil residual do bem arrendado e o preço de venda, quando do exercício da opção de compra”.

Segundo LEÃO(1998), a Lei 6.099/74, que dispõe sobre o tratamento tributário das operações de arrendamento mercantil, e dá outras providências, enfatiza os aspectos fiscais deste tipo de operação financeira, e verifica também que este tipo de operação apresenta-se como uma alternativa de planejamento tributário para as empresas que necessitam adquirir ou renovar equipamentos nas suas atividades.

Ainda em LEÃO(1998), observa-se que a lei 6.099/74, estabelece que as contraprestações pagas pelas empresas arrendatárias podem ser deduzidas como despesa operacional, de modo a reduzir o lucro tributável, da mesma forma que para as empresas arrendadoras as contraprestações devem ser registradas como receita operacional para efeito desta tributação e recebem o direito de deduzir como despesa operacional uma taxa de depreciação “acelerada”, obtendo também um benefício tributário.

Portanto, fica claro que a lei define como lucro tributável apenas as contraprestações, não se referindo ao valor residual garantido, valor que caracteriza a opção de compra do bem e somente pode ser exercida no final do contrato. Desta maneira as empresas arrendadoras utilizam-se do parcelamento deste valor residual garantido como forma de minimizar este custo tributário do Imposto de Renda nas operações de arrendamento mercantil financeiro e este estudo procura demonstrar, como as empresas de Arrendamento Mercantil, também chamadas de Arrendadoras, se equacionam para poder negociar a forma de vender o valor residual garantido, seja parcelado ou final.

A metodologia aplicada caracteriza a pesquisa como sendo:

- Teórica e de revisão do assunto, pois são analisados conceitos e procedimentos financeiros,

para melhor entendimento da gestão deste tipo de indústria no Brasil.

- Descritiva por meio de consulta a fontes secundárias, dando possibilidade de explicação às relações de causa e efeito, isto é, analisa o papel das variáveis que influenciam ou causam o aparecimento dos fenômenos.

---



## 2. O Arrendamento Mercantil

“Os negócios de Arrendamento Mercantil no Brasil, vem se recuperando desde junho de 2.003”, é o que afirma o Presidente da Associação das Empresas de Leasing (ABEL), Sr. Antonio Bornia, em edital informativo da referida Associação. Este fato trás à tona as antigas questões sobre rendimentos e tributação, preocupações constantes das empresas Arrendadoras.

Na aquisição de um bem ou equipamento para exercer suas atividades no mercado, uma empresa o faz através de pagamento à vista ou a prazo, efetuando assim a imobilização deste bem, geralmente bem de capital, contabilizando desta maneira um ativo fixo, caracteriza-se uma depreciação deste bem, assim como no caso de pagamento parcelado, ha geração de despesa operacional através do custos financeiros (juros).

O contrato de Arrendamento Mercantil, em substituição a esta compra, possibilita a empresa a se equipar ou efetuar atualização tecnológica através de arrendamento mercantil, onde se caracteriza o pagamento pelo uso do bem arrendado e não pela apropriação deste bem, fato este que gera para empresa um benefício tributário através da caracterização de despesa operacional.

Para as empresas arrendatárias, o importante não é a propriedade do bem, mas sim o direito de uso do bem e sua produtividade. No caso das empresas arrendadoras o arrendamento mercantil trata-se de sua atividade fim, portanto a gestão do custo financeiro e tributário é de primordial importância para seu desempenho no mercado financeiro de longo prazo, este fato é leva as empresas Arrendadoras a efetuarem diferentes formas de venda do seu produto, no intuito de melhorar seus resultados.

## 3. A Visão Contábil do Arrendamento Mercantil

NIYAMA,GOMES(2000) observa “... uma contradição aparente, o tratamento contábil do arrendamento mercantil não reflete com propriedade a modalidade eminentemente financeira da transação, já que seu efeito econômico é similar à aquisição de ativos a prazo.

Esclarece ainda que embora as arrendatárias detenham o direito de uso do bem e incorra em uma obrigação de pagar por ele, não há nenhum registro contábil em seu Balanço Patrimonial, sendo que o bem arrendado e sua respectiva depreciação integram a Demonstração Financeira da arrendadora”.

### 3.1 As características das operações de arrendamento mercantil para sua contabilização

3.1.1 Lei n. 6.099, de 12.09.1974, com alterações introduzidas pela Lei n. 7.132/83 Lei n. 6.099/74 art. 1, parágrafo único:

“Considera-se arrendamento mercantil a operação realizada entre pessoas jurídicas que tenha por objetivo o arrendamento de bens adquiridos de terceiros pela arrendadora, para fins de uso próprio da arrendatária e que atendam às especificações desta”.

3.1.2 Outras características da lei que especifica as condições do Arrendamento Mercantil, no seu tratamento tributário

Art. 11 – Serão consideradas como custo ou despesa operacional da pessoa jurídica arrendatária as contraprestações pagas ou creditadas por força do contrato de arrendamento.

Art. 12 – Serão escrituradas em conta especial do ativo imobilizado da arrendadora os bens destinados a arrendamento mercantil.

3.1.3 Portaria MF n. 140, de 12.07.1984,

Enfoques importantes sobre esta Portaria destacados por NIYAMA,GOMES(2000) e que consagrou a contabilização do arrendamento mercantil semelhante à do aluguel ou locação de bens:

- As contraprestações de arrendamento mercantil integram o lucro líquido da arrendatária e da arrendadora quando exigíveis. Equivale a dizer que a parcela dedutível na arrendatária é tributável na arrendadora no mesmo exercício fiscal.

- O bem arrendado integra o ativo Permanente da arrendadora por seu custo de aquisição e as depreciações são registradas mês a mês, segundo a competência. Admite-se a redução de 30% no prazo de vida útil do bem arrendado.

- O contrato de arrendamento mercantil é classificado na arrendadora como Ativo Circulante/ Realizável à Longo Prazo, com contraprestações a receber equivalentes às receitas de arrendamento a apropriar.

Observação: Cabe ressaltar que isso significa que o valor do Ativo será sempre nulo se as contraprestações forem liquidadas pontualmente.

- O prejuízo na baixa do bem arrendado decorrente de opção de compra pela arrendatária continua a ser registrado em "Perdas em Arrendamento a Amortizar" no Ativo Diferido da arrendadora, para amortização em seu prazo remanescente de vida útil

- Deve existir simetria contábil com os registros da arrendatária, já que as parcelas de despesa (na arrendatária) e receita (na arrendadora) se equivalem. Nenhuma parcela é refletida no passivo da arrendatária como obrigação, nem no ativo da arrendadora como direito.

#### 3.1.4 Tratamento contábil para a arrendatária

Na arrendatária o contrato de arrendamento mercantil é contabilizado da seguinte maneira:

Contabilização da contraprestação (pagamento no vencimento)

- C - Despesa com contraprestação de Contrato de Arrendamento Mercantil
- D - Contraprestação exigível em Contrato de Arrendamento Mercantil

Contabilização do Valor Residual

- C – Parcela de Valor Residual a realizar
- D - Provisão de Valor Residual a realizar

Contabilização da aquisição no final do Contrato do Bem Arrendado

- C – Execução da Opção de Compra pelo valor residual garantido.
- D – Imobilização do bem no Ativo Permanente pelo valor residual garantido.  
(Imobilização pelo prazo remanescente da depreciação)

#### 3.1.5 Tratamento contábil para a Arrendadora

Contabilização da Aquisição do Bem a ser a Arrendado

- C - Bens Arrendados (Maquinas e Equipamentos)  
Arrendamento Financeiro
- D – Bancos Privados – conta depósito

Contabilização do Contrato de Arrendamento Mercantil

- D - Arrendamentos Financeiros a Receber – Recursos Externos
- C – Rendas a Apropriar de Arrendamentos Financeiros a Receber – Recursos Externos.

Contabilização do Valor Residual Garantido

- D - Valores Residuais a Realizar
- C – Valores Residuais a Balancear.

Contabilização do recebimento da 1o.Contraprestação(pagto no vencimento)

- D - Bancos Privados – Conta Depósito
  - C – Arrendamentos Financeiros a Receber – Recursos Externos.
-

#### Contabilização da Receita

- D - Rendas a Apropriar de Arrendamentos Financeiros a Receber - Recursos Externos
- C - Rendas de Arrendamentos Financeiros - Recursos Externos

#### Contabilização da depreciação mensal

- D - Despesas de Depreciação
- C - Depreciação Acumulada de Bens de Arrendamento Mercantil

Segundo NIYAMA, GOMES (2000), a legislação tributária brasileira permite nas negociações de arrendamento mercantil, a antecipação do valor residual garantido, como base para se exercer a opção de compra. Entretanto, este não deve integrar a base de tributação como receita da arrendadora, bem como, não pode ser considerado como despesa dedutível da arrendatária.

O COSIF (Plano Contábil das Instituições Financeiras do Sistema Financeiro Nacional), determina que as parcela de Valor Residual Antecipado seja creditada como Passivo Circulante / Exigível à Longo Prazo, em conta específica de "Credores por Antecipação de Valor Residual", até o momento do encerramento do contrato de arrendamento mercantil.

#### Contabilização do Valor Residual Antecipado

- D - Bancos Privados Conta/ Depósitos
- C - Credores por Antecipação de Valores Residuais

## 4. O Imposto de Renda Devido

A discussão sobre o custo do Imposto de Renda nas operações de Arrendamento Mercantil, inicia-se no entendimento da atividade da Empresa Arrendadora. Esta, atua no mercado como uma instituição financeira com fins lucrativos, para tanto também adquire seu lucro através da compra e venda de dinheiro.

Dentro desta visão entende-se que o custo de Imposto de Renda para este tipo de instituição deva ser o mesmo que para uma empresa que pratique financiamentos, ou seja, Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento.

Para as Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento este custo tributário recai somente sobre os juros cobrados pelos financiamentos.

Na legislação vigente, como já foi visto, as Empresas Arrendadoras exercem atividade de prestadora de serviços financeiros, através de arrendamento mercantil, assemelhando-se à locação de bens. Neste contexto a carga tributária recai sobre o valor da contraprestação cobrada da arrendatária pelo uso do bem objeto do arrendamento, ou seja, a base de cálculo do Imposto de Renda é bem maior do que a do financiamento.

Para BLATT (1988), existe um excesso de Imposto de Renda apurado no comparação entre o regime contábil e financeiro das Empresas Arrendadoras. De outra maneira, como já foi colocado anteriormente quando a Arrendadora assume uma posição de Instituição Financeira, de fato, esta procurando reduzir a carga de Imposto de Renda, sendo que para isto procura concentra-lo sobre o Líquido Liberado apurado no regime financeiro.

## 5. Cálculo do Imposto de Renda nas Operações Financeiras

Para poder demonstrar os efeitos que as diferentes formas e porcentagens negociáveis do Valor Residual Garantido influência no custo do Imposto de Renda para as empresas Arrendadoras, apresenta-se a seguir as possíveis formas de cálculo do Arrendamento Mercantil com os tipos de Valores Residuais utilizados.

Conforme demonstram os dados da Associação Brasileira de Leasing (ABEL), o tipo de bem durável mais arrendado no Brasil, ainda é veículos (59,5%) e dentre estes, os automóveis representam a maior parte deste mercado.

## Quadro I - Estatística de Imobilizado de Arrendamento – ABEL

Imobilizado de Arrendamento Mercantil por tipo de Bem	% de Participação
Equipamentos de Informática	15,9%
Maquinas e Equipamentos	21,3%
Veículos e Afins	59,5%
Outros	3,9%

Fonte: Associação Brasileira das Empresas de Leasing (03/062004)

Os cálculos desenvolvidos a seguir de Financiamento e de Arrendamento Mercantil são baseados na simulação de aquisição e arrendamento de um veículo.

A simulação trata-se de um caminhão que será utilizado no processo produtivo de uma empresa, a escolha deste item é devido a ser o de maior destaque nas estatísticas da ABEL. Cabe ressaltar que este tipo de bem tem depreciação de 5 anos (60 meses).

Dados para cálculo das simulações:

Valor do Bem / Valor Financiado	\$ 300.000,00
Taxa contratada (% a.a.)	25,00 % a.a.
Taxa contratada (% a.m.)	1,8769265 % a.m.
Prazo contratual	24 meses
Tipo de Valor Residual Garantido	Final e Parcelado
Valor Residual final	1% ao final do Contrato è \$ 3.000,00
Valor Residual Parcelado	10% até 42,86% parcelado ao longo do Contrato
% do Imposto de Renda	25%
Depreciação do Bem	5 anos = 60 meses
Depreciação Acelerada (70%)	60 meses x 0,70 = 42 meses.

## 5.1 Simulação de uma operação de financiamento

A simulação de um financiamento será apresentada no intuito de demonstrar qual o valor do Imposto de Renda que é pago por uma empresa de Crédito, Financiamento e Investimento, quando esta efetua uma operação de financiamento de um bem. A empresa Arrendadora que executa arrendamento mercantil financeiro se posiciona como uma financeiro e portanto gostaria de pagar o Imposto de Renda que esta tipo de empresa paga.

Após identificar os valores de Imposto de Renda obtidos no financiamento, este será comparado com o arrendamento mercantil nos diversos modelos de Valor Residual propostos para serem negociados.

### 5.1.1 Cálculo da Prestação de um financiamento: (PMTF)

$$PMT_F = Valor.Financiado \times \left[ \frac{(1+i)^n \cdot i}{(1+i)^n - 1} \right]$$

$$PMT_F = 300.000,00 \times \left[ \frac{(1 + 0,018769265)^{24} \cdot 0,018769265}{(1 + 0,018769265)^{24} - 1} \right]$$

$$PMT_F = 15.641,05$$

Quadro II - Demonstrativo de Juros e Principal e cálculo do Imposto de Renda do financiamento.

Mês	Saldo Devedor	Juros	Amortização	Prestação	Novo Saldo Devedor	
1	300.000,00	5630,78	10.010,27	15.641,05	289.989,73	
2	289.989,73	5442,89	10.198,16	15.641,05	279.791,57	
3	279.791,57	5251,48	10.389,57	15.641,05	269.401,99	
4	269.401,99	5056,48	10.584,58	15.641,05	258.817,42	
5	258.817,42	4857,81	10.783,24	15.641,05	248.034,17	
6	248.034,17	4655,42	10.985,64	15.641,05	237.048,54	
7	237.048,54	4449,23	11.191,83	15.641,05	225.856,71	
8	225.856,71	4239,16	11.401,89	15.641,05	214.454,82	
9	214.454,82	4025,16	11.615,89	15.641,05	202.838,93	I. R. no
10	202.838,93	3807,14	11.833,92	15.641,05	191.005,01	1o. ano
11	191.005,01	3585,02	12.056,03	15.641,05	178.948,98	13.589,83
12	178.948,98	3358,74	12.282,31	15.641,05	166.666,67	
13	166.666,67	3128,21	12.512,84	15.641,05	154.153,82	
14	154.153,82	2893,35	12.747,70	15.641,05	141.406,12	
15	141.406,12	2654,09	12.986,97	15.641,05	128.419,16	
16	128.419,16	2410,33	13.230,72	15.641,05	115.188,44	
17	115.188,44	2162,00	13.479,05	15.641,05	101.709,38	
18	101.709,38	1909,01	13.732,04	15.641,05	87.977,34	
19	87.977,34	1651,27	13.989,78	15.641,05	73.987,56	
20	73.987,56	1388,69	14.252,36	15.641,05	59.735,19	
21	59.735,19	1.121,19	14.519,87	15.641,05	45.215,33	
22	45.215,33	848,66	14.792,40	15.641,05	30.422,93	I. R. no
23	30.422,93	571,02	15.070,04	15.641,05	15.352,89	2o. ano
24	15.352,89	288,16	15.352,89	15.641,05	-0,00	5.256,50
<b>Total</b>		<b>75.385,30</b>	<b>300.000,00</b>	<b>375.385,30</b>		
<b>Imposto de Renda a Pagar</b>		<b>18.846,33</b>				

Fonte: Elaborado pelos autores

O custo de Imposto de Renda pago por uma empresa de Crédito, Financiamento e Investimento para financiar este caminhão é de \$ 18.846,33, portanto passa a ser o objetivo de custo das empresas Arrendadoras no momento de recolher para o FISCO o seu tributo sobre uma operação de arrendamento mercantil financeiro deste mesmo caminhão.

## 5.2 Operações de arrendamento mercantil com Valor Residual Final e Parcelado.

### 5.2.1 Depreciação do Bem Arrendado no Contrato Previsto

#### 5.2.1.1. Custo mensal da depreciação normal

$$Depreciação.mensal = \frac{Valor.do.Bem.Arrendado}{prazo.total.da.Depreciação}$$

$$Depreciação.mensal = \frac{300.000,00}{60}$$

$$Depreciação.mensal = 5.000,00$$

## 5.2.1.2. Custo mensal da depreciação acelerada

Como as Empresas Arrendadoras tem o benefício da aceleração da depreciação, conforme a portaria MF no. 140 de 12/07/1984, neste exemplo como na maior parte dos casos, também será acelerada a depreciação do Bem objeto do Contrato previsto.

$$\text{Depreciação.mensal} = \frac{\text{Valor.do.Bem.Arrendado}}{\text{prazo.total.da.Depreciação} \times 0,70}$$

$$\text{Depreciação.mensal} = \frac{300.000,00}{60 \times 0,70}$$

$$\text{Depreciação.mensal} = 7.142,86$$

## 5.2.2 Arrendamento mercantil com residual ao final do Contrato:

Contraprestação para VRGfinal: (PMTL1)

$$PMT_{L1} = \left[ V.Bem - \left( \frac{VRG_{final}}{(1+i)^n} \right) \right] \times \left[ \frac{(1+i)^n i}{(1+i)^n - 1} \right]$$

$$PMT_{L1} = \left[ 300.000 - \left( \frac{3.000}{(1+0,018769265)^{24}} \right) \right] \times \left[ \frac{(1+0,018769265)^{24} \times 0,018769265}{(1+0,018769265)^{24} - 1} \right]$$

$$PMT_{L1} = 15.540,95$$

Fluxo de Receitas e Despesas que compõe o Resultado antes do I.R.

Contraprestação	15.540,95	15.540,95	15.540,95	15.540,95
	1	2	3	24
(-) Depreciação mensal	7.142,86	7.142,86	7.142,86	7.142,86
(=) Resultado antes do I. R.	8.398,06	8.398,06	8.398,06	8.398,06

Imposto de Renda a pagar:

Resultado antes do I. R. no 1o. Ano è 12 x 8.398,06 = 100.776,72  
 Imposto de Renda a pagar no 1o. Ano è 100.776,72 x 25% = 25.194,18

Resultado antes do I. R. no 2o. Ano è 12 x 8.398,06 = 100.776,72  
 Imposto de Renda a pagar no 2o. Ano è 100.776,72 x 25% = 25.194,18

Total de Imposto de Renda a pagar nesta operação financeira = 50.388,36

## 5.2.3 Arrendamento mercantil com residual parcelado:

Contraprestação para VRG parcelado: (PMTL2)

O Valor Residual parcelado é calculado com base em diferentes percentuais do valor arrendado e dividido pelo prazo do contrato, no intuito de diminuir o valor da contraprestação e com isto diminuir o resultado tributável.

O modelo a seguir, está baseado no valor residual de 10% sobre o valor arrendado e distribuído ao longo dos 24 meses do contrato, portanto teremos:

Valor Residual = Valor arrendado x % VRG

Valor Residual = 300.000,00 x 10% = 30.000,00

$$\text{Valor.Residual.parcelado} = \frac{\text{Valor.Residual}}{\text{prazo.do.contrato}}$$

$$\text{Valor.Residual.parcelado} = \frac{30.000}{24} = 1.250,00$$

$$PMT_{L2} = \left\{ V.Bem - \left[ VRG_{\text{parcelado}} \times \left( \frac{(1+i)^n - 1}{(1+i)^n i} \right) \right] \right\} \times \left[ \frac{(1+i)^n i}{(1+i)^n - 1} \right]$$

$$PMT_{L2} = \left\{ 300.000 - \left[ 1.250 \times \left( \frac{(1+0,018769265)^{24} - 1}{(1+0,018769265)^{24} \times 0,018769265} \right) \right] \right\} \times \left[ \frac{(1+0,018769265)^{24} \times 0,018769265}{(1+0,018769265)^{24} - 1} \right]$$

$$PMT_{L2} = 14.391,05$$

Fluxo de Receitas e Despesas que compõe o Resultado antes do I.R.

Contraprestação	14.391,05	14.391,05	14.391,05	14.391,05
	1	2	3	24
(-) Depreciação mensal	7.142,86	7.142,86	7.142,86	7.142,86
(=) Resultado antes do I. R.	7.248,19	7.248,19	7.248,19	7.248,19

Imposto de Renda a pagar:

Resultado antes do I. R. no 1o. Ano è	12 x 7.248,19 =	89.978,28
Imposto de Renda a pagar no 1o. Ano è	89.978,28 x 25% =	21.744,57
Resultado antes do I. R. no 2o. Ano è	12 x 7.248,19 =	89.978,28
Imposto de Renda a pagar no 2o. Ano è	89.978,28 x 25% =	21.744,57
Total de Imposto de Renda a pagar nesta operação financeira	=	43.489,14

Desta maneira foram testados vários percentuais de valor residual sobre o valor do arrendamento mercantil de forma a identificar qual o percentual de valor residual que reproduziria o Imposto de Renda mais próximo do calculado no financiamento e obteve-se a tabela a seguir:

## Quadro III - Tabela de Imposto de Renda a Pagar

Operação Financeira	% do Valor Residual	Imposto de Renda a Pagar
Financiamento	Parâmetro	\$ 18.846,33
Arrendamento Mercantil Financeiro	1%	\$ 50.388,36
	10%	\$ 43.489,14
	20%	\$ 35.989,18
	30%	\$ 28.489,18
	40%	\$ 20.989,18
	42,86%	\$ 18.844,18

## 6. Conclusão

Os resultados obtidos no Quadro III demonstram que ao se aumentar a participação do valor residual na operação de Arrendamento Mercantil, reduz-se a receita tributada e por consequência também reduz o valor do Imposto de Renda a Pagar.

A busca do maior valor residual, preferencialmente acima de 40% do valor do Arrendamento Mercantil Financeiro, deve ser objetivo das empresas Arrendadoras. Na contramão deste objetivo, encontra-se o interesse dos investidores e clientes destas instituições financeiras, uma vez que, o benefício fiscal de se ter à contraprestação como despesa tributável é fator determinante na decisão de fazer ou não este investimento. O jogo de interesses entre Arrendadora e seus clientes, principalmente os clientes de grande porte que conhecem este produto financeiro e apresentam poder de negociação, desenvolve disputa interessante no jogo da aquisição ou arrendamento de bens.

Por fim este estudo procurou auxiliar na melhor compreensão da dinâmica desta indústria, identificando o Valor Residual Garantido como boa alternativa de se obter uma redução no impacto fiscal, definido pela legislação vigente, sobre as atividades das empresas de Arrendamento Mercantil no Brasil.

## 7. Bibliografia

- BLATT, A. *Leasing: uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998. 440 p.
- LEÃO, J. F. L. M.; *"Leasing" O Arrendamento Financeiro*. 2 ed. São Paulo: Malheiros Editores, 1999.
- NIYAMA, J. K. ,GOMES A. L. O.; *"Contabilidade de Instituições Financeiras"*. São Paulo: Atlas, 2000.

### 7.1. Consulta em Meio Eletrônico

Dados Estatísticos da Associação Brasileira das Empresas de Leasing - ABEL. São Paulo, Disponível em: <http://www.leasingabel.com.br>

Ministério da Fazenda - Brasília. Tabela de Imposto de Renda – Pessoa Jurídica. Brasília. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br>



# Estrangeirismos: Algumas Reflexões acerca do Projeto de Lei n. 1676/99

---

Marcos José Fatori  
Professor universitário, Doutorando do Departamento de Linguística e Língua Portuguesa da  
UNESP – Campus de Araraquara

---

## Resumo

O presente artigo tem por objetivo levantar e discutir alguns equívocos que embasam o Projeto de Lei nº 1676/99, que tem como meta defender, proteger e promover a língua portuguesa no território brasileiro. Questionam-se aqui os critérios a serem utilizados para se tachar um elemento de estrangeirismo, bem como a concepção de unidade lingüística em que se fundamenta o projeto.

## Palavras-chave

Estrangeirismos, unidade lingüística, variação.

---

## Abstract

The purpose of this article is to point out and discuss some mistakes that support the Law Project nº 1676/99, whose aim is to defend, protect and promote the Portuguese language in the Brazilian territory. We question the criteria that will be used to classify an element as a foreignism and the conception of linguistic unification on which the project is based.

## Keywords

Foreignism, linguistic unification, variation.

---

## Estrangeirismos: Algumas Reflexões acerca do Projeto de Lei n. 1676/99

---

Estrangeirismo pode ser definido como a utilização de elementos procedentes de outras línguas na língua de uma determinada comunidade (GARCEZ & ZILLES, 2002). No caso do Brasil, por exemplo, refere-se ao emprego de palavras ou expressões estrangeiras por falantes da língua portuguesa. Também denominado de empréstimo, o estrangeirismo diz respeito a um fenômeno bastante comum nas comunidades lingüísticas.

A escolha do Projeto de Lei nº 1676/99, que “dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências”, como tema deste artigo se deve ao fato de ele ter se tornado assunto polêmico no Brasil há alguns anos, quando o deputado Aldo Rebelo, por achar que a quantidade de palavras e expressões estrangeiras (principalmente oriundas da língua inglesa) utilizadas pelos brasileiros era excessiva, o propôs à Câmara dos Deputados.

O projeto de Rebelo, aprovado pela Câmara dos Deputados em março de 2001, e em trâmite no Senado, tem por objetivo restringir o uso de palavras estrangeiras por brasileiros natos e naturalizados, bem como pelos estrangeiros residentes no Brasil há mais de um ano. O projeto abrange os seguintes domínios socioculturais:

- 1) o ensino e a aprendizagem;
- 2) o trabalho;
- 3) as relações jurídicas;
- 4) a expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica oficial;
- 5) a expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica em eventos públicos nacionais;
- 6) os meios de comunicação de massa;
- 7) a produção e o consumo de bens, produtos e serviços;
- 8) a publicidade de bens, produtos e serviços.

O projeto em questão define como prática abusiva os casos em que a palavra ou expressão em língua estrangeira utilizada tenha um equivalente em língua portuguesa. Além disso, ele define como prática enganosa a utilização de palavra ou expressão em língua estrangeira que possa induzir qualquer pessoa a erro ou ilusão de qualquer espécie, e como prática danosa ao patrimônio cultural o uso de palavra ou expressão em língua estrangeira que possa descaracterizar qualquer elemento da cultura brasileira.

Um dos pontos mais polêmicos do projeto é a constante utilização de estrangeirismos na literatura científica e técnica. Para Rebelo, os neologismos da nomenclatura técnica e científica “devem ser aportuguesados para adquirir a feição e a sonoridade de um verso de Camões”.

Ressalte-se aqui que essa não é a primeira vez em que se levanta uma bandeira contra os estrangeirismos no país. Há pouco mais de um século, um médico chamado Castro Lopes propôs a substituição de palavras e expressões francesas, utilizadas em abundância, na época, pelos letrados do Rio de Janeiro, por neologismos de base latina erudita, atitude que foi severamente criticada por Machado de Assis (FARACO, 2002).

---

O projeto de lei contra os estrangeirismos provocou reações contrárias dos mais diversos setores da sociedade. Só para citar alguns exemplos (FARACO, 2002): em entrevista concedida ao *Jornal do Brasil*, em 1 de abril de 2001, o então presidente da Academia Brasileira de Letras, Tarcísio Padilha, e um dos mais respeitados gramáticos da língua portuguesa no Brasil, Evanildo Bechara, condenaram o projeto, tachando-o de anacrônico e inteiramente inócuo. O escritor Luís Fernando Veríssimo, em crônica publicada no jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, em 2 de julho de 2001, considerou-o como impropriedade e xenofóbico.

À primeira vista, trata-se de um projeto com um objetivo bastante louvável. Aliás, qualquer cidadão preocupado com a cultura e a riqueza nacional será simpático à intenção subjacente ao projeto de Rebelo. No entanto, é necessário alertar para o fato de que ele reproduz algumas das mais óbvias inverdades sobre a língua, as quais vêm sendo propagadas há séculos. E é aqui que reside o principal objetivo deste artigo: levantar e discutir alguns equívocos em torno da justificativa do deputado ao seu projeto de lei.

Primeiramente, cumpre-nos indagar que critérios seriam estabelecidos para tachar um elemento de estrangeirismo. Não há dúvidas de que empréstimos recentes são facilmente identificáveis pelos falantes da língua portuguesa, em virtude de ainda não terem completado o processo de incorporação à língua pela padronização escrita. É o caso de *coffee break*, por exemplo. Mas o que dizer de palavras como *álcool*, *alqueire* e *alface*, que são termos árabes que se agregaram ao português antes que este chegasse ao Brasil? Podemos considerá-las estrangeirismos? Como se pode verificar, nem sempre é fácil definir o status de um elemento emprestado (E status é termo português ou latino?).

Outro ponto nevrálgico na justificativa apresentada por Rebelo concerne à sua concepção de unidade lingüística. Conforme suas próprias palavras:

Ora, um dos elementos mais marcantes da nossa identidade nacional reside justamente no fato de termos um imenso território com uma só língua, esta plenamente compreensível por todos os brasileiros de qualquer rincão, independentemente do nível de instrução e das peculiaridades regionais de fala e escrita. Esse – um autêntico milagre brasileiro – está hoje seriamente ameaçado.

Essa concepção de que, no Brasil, se fala uma só língua e de que todos se compreendem é um tanto quanto fictícia.

Em primeiro lugar, há de se verificar que não é verdadeiro o fato de que todos os cidadãos brasileiros se compreendem mutuamente. A dificuldade de intercompreensão entre falantes de diferentes variedades do português brasileiro vem sendo cada vez mais comprovada por estudos lingüísticos. Basta pensar aqui numa simples situação de diálogo travado entre um falante de uma variedade do campo e um juiz de direito, num caso em que este estivesse fazendo uso da variante-padrão da língua portuguesa. Haverá necessariamente entre eles entendimento mútuo? Pode-se indagar mais: a língua falada pelo juiz não pode ser tomada como estrangeira em relação à variedade falada pelo homem do campo?

No que diz respeito à falsa idéia de homogeneidade da língua portuguesa, convém reproduzir aqui as palavras de Fiorin (2002, p. 113-114):

A variação é inerente às línguas, porque as sociedades são divididas em grupos: há os mais jovens e os mais velhos, os que habitam uma região ou outra, os que têm esta ou aquela profissão, os que são de uma ou outra classe social e assim por diante. O uso de determinada variedade lingüística serve para marcar a inclusão num desses grupos, dá uma identidade para seus membros. Aprendemos a distinguir a variação. (...) Saber uma língua é conhecer suas variedades. Um bom falante é "poliglota" em sua própria língua. Saber português não é aprender regras que só existem numa língua artificial usada pela escola. As variantes não são feias ou bonitas, erradas ou certas, deselegantes ou elegantes, são simplesmente diferentes.

Em suma: acreditar que todas as pessoas, no Brasil, se compreendem mutuamente em todos os lugares é pura ignorância dos aspectos lingüísticos das variações regionais.

Em segundo lugar, é fato: falam-se efetivamente diversas línguas no território brasileiro. Só de línguas indígenas restam aproximadamente 170 das faladas quando da chegada dos portugueses ao Brasil (MASSINI-CAGLIARI, 2006; OLIVEIRA, 2002). Não se pode esquecer também da língua espanhola, falada ao longo da fronteira em vastas extensões territoriais, e das línguas de imigrantes: italiano, japonês, alemão, etc.

Diante desse quadro, não há como negar que a unidade lingüística brasileira pregada pelo deputado é apenas aparente.

Esses são apenas alguns dos problemas em que se esbarra o projeto do Rebelo, que, ao conceber o seu texto, não atentou para o fato de que as línguas mudam com o decorrer do tempo e de que os empréstimos lingüísticos fazem parte desse processo de mudança. Assim, o melhor que se tem a fazer em relação a elas é deixá-las seguir o seu curso natural, uma vez que, nas palavras de Rajagopalan:

Mexer com o destino das línguas revelar-se-ia tão perigoso quanto trabalhar com engenharia genética, brincar de Deus, o Todo-Poderoso, uma vez que nunca se sabe como tudo vai terminar ou que surpresas desagradáveis nos esperam pela frente.

## Referências Bibliográficas

FARACO, Carlos Alberto. Apresentação. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola Editorial, 2002. p. 9-14.

FIORIN, José Luiz. Considerações em torno do Projeto de Lei no 1676/99. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola Editorial, 2002. p. 107-125.

GARCEZ, Pedro M.; ZILLES, Ana Maria S. *Estrangeirismos: desejos e ameaças*. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola Editorial, 2002. p. 15-36.

MASSINI-CAGLIARI, Gladis. One language among many, many languages in one: monolingualism, linguistic prejudice and language policy in Brazil. In: *Revista da Anpoll* 20, Campinas, SP, jan/jun 2006, p. 63-84.

OLIVEIRA, Gilvan Müller de. Brasileiro fala português: monolingüismo e preconceito lingüístico. In: SILVA, Fábio Lopes da; MOURA, Heronides Maurílio de Melo (Orgs.). *O direito à fala: a questão do preconceito lingüístico*. 2a ed. Revista. Florianópolis: Editora Insular, 2002. p. 83-92

POSSENTI, Sírio. A questão dos estrangeirismos. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola Editorial, 2002. p. 163-176.

RAJAGOPALAN, Kanavillil. A polêmica sobre os “estrangeirismos” e o papel dos lingüistas no Brasil. <http://www.comciencia.br/reportagens/linguagem/frameset/vogt.htm> (Página acessada no dia 7 de janeiro de 2008.)

ZILLES, Ana Maria S. Ainda os equívocos no combate aos estrangeirismos. In: FARACO, Carlos Alberto (Org.). *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola Editorial, 2002. p. 143-161.

---

# *Balanced Scorecard*

## Uma proposta de Modelo para aplicação no setor varejista – ramo supermercado

---

Custodio de Santana  
Professor, Graduado em Ciências Contábeis pela Faculdade São Luiz, Mestre em Contabilidade pela PUC/SP.

---

### Resumo

As empresas estão percebendo que o ciclo da era industrial está tendo uma importância menor que o novo ciclo da era do conhecimento. Para competir em um mundo globalizado competitivo e de rápidas mudanças tecnológicas é preciso que o capital intelectual, disponível nas empresas, seja melhor explorado para que se possa diferenciar e, conseqüentemente, agregar valor à empresa. Ao elaborar um planejamento estratégico, as empresas devem levar em consideração esses ativos intangíveis que farão parte fundamental para atingimento da visão. A ferramenta gerencial, Balanced Scorecard, propõe utilizar – se de indicadores financeiros e não financeiros como condutores de performance da empresa, traduzindo a estratégia de longo prazo combinado com atividade operacional, para se garantir de um crescimento sustentado. Este trabalho teve como objetivo propor um modelo de Balanced Scorecard para o setor varejista – ramo supermercado, em que foram identificadas as perspectivas e medidas, através da relação causa e efeito, no mapa estratégico, necessárias para atender ao controle do atingimento da visão.

### Palavras -chave

Balanced Scorecard, Estratégia, Perspectiva, Visão, Varejo.

---

### Abstract

Companies are realizing that the cycle of the industrial age is having a minor that the new round of the era of knowledge. To compete in a globalized and competitive world of rapid technological change we need the intellectual capital, available in businesses, is better exploited in order to differentiate and thus add value to the company. In preparing a strategic plan, companies must take into account such intangible assets that will be part fundamental to achieving the vision. The tool management, Balanced Scorecard, proposes to use - if indicators of financial and non-financial performance as drivers of the company, reflecting the strategic long-term combined with operational activity, to ensure a sustained growth. This study aimed to propose a model of balanced scorecard for the retail - supermarket industry, where the prospects were identified and measures, through the relationship of cause and effect, the strategic map, to take control of the achievement of the vision.

### Keywords

Balanced Scorecard, Strategy, Focus, Vision, Retail.

---

## *Balanced Scorecard*

# Uma proposta de Modelo para aplicação no setor varejista – ramo supermercado

---

## 1. Contextualização

O cenário que serviu de “base” para esta pesquisa surgiu da observação aleatória de alguns cálculos, em que se constatou que na criação do Balanced Scorecard na perspectiva Financeira e medida “Retorno Sobre Investimento” (Roi) não traduz, da melhor forma, a agregação de valor para alcançar a missão, e que, quando substituído pela medida EVA® (Economic Value Added), satisfaz a necessidade de avaliação do desempenho de agregar valor à empresa).

Sustentando – se na hipótese de que tal medida possui em sua essência a agregação de valor para a empresa, partiremos para o estabelecimento das outras medidas das quatro perspectivas que traduzirá a estratégia em termos operacionais e recorrendo às teorias de finanças e contabilidade, faz-se uma reflexão sobre a questão do valor da empresa a partir do valor agregado, bem como de outros aspectos envolvidos.

Fruto dessas observações desenvolveu-se um modelo de Balanced Scorecard em que as medidas estão inter – relacionadas através de causa e efeito, identificando a contribuição de agregação de valor.

## 2. Cenário da Pesquisa.

Na dimensão dessa relação entre EVA® e Balanced Scorecard, a pesquisa se direcionou naturalmente para outro indicador o valor de mercado adicionado calculado (MVAC) – que mostra o desempenho Futuro em relação às expectativas do mercado para determinação de cálculo do “valor da Empresa”.

---

O valor de mercado adicionado calculado (MVAC) de uma companhia é apurado com base no EVA® dividido pelo WACC (Custo Ponderado de Capital), o valor presente líquido (VPL) do montante pelo qual os investidores esperam que os lucros excedam o custo ponderado de capital.

Nesse novo contexto, a relação estabelecida se fez através de percentuais estabelecidos para cada perspectiva e a participação, percentual, de cada medida dentro de sua perspectiva fundamentada no conceito de Redes Neurais Artificiais (RNA), até se atingir o EVA®.

### 3. Objetivo

Contribuir com uma proposta de modelo de Balanced Scorecard para o setor varejista – ramo supermercado, em que serão identificadas as medidas e indicadores que compõem a estratégia da empresa fechando com as medidas EVA® e MVA®, que mostram a agregação de valor para a empresa.

### 4. Questões da Pesquisa

Nos tópicos anteriores, algumas questões foram levantadas no sentido de formar a “base” do cenário principal, a saber:

- a. De fato o EVA® traduz melhor o acompanhamento operacional do que o ROI?. Em caso afirmativo, o MVAC, como outra medida financeira, contorna o acompanhamento estratégico?.
- b. A questão principal do trabalho refere – se à relação entre EVA® e as outras medidas no modelo proposto de “Balanced Scorecard”, para o setor varejista – ramo supermercado. Afinal, ao se estabelecer uma participação percentual das medidas no EVA®, os indicadores refletirão a agregação ou destruição de valor no mapa estratégico?.

### 5. Método de Pesquisa

Para responder à questão principal, desenvolveu-se a seguinte formulação matemática específica e de acordo com os objetivos e conceitos implícitos, a saber:

$$VPME = EVA® \times K$$

Sendo que:

VPME: Valor participação da medida no EVA®

EVA®: valor Econômico agregado

K: percentual de participação no EVA®

Sustenta-se como hipótese da questão principal que o resultado desse produto somado a todas as medidas da perspectiva deverá ser igual ao EVA® até aquela perspectiva, já que se considera o efeito percentual de cada medida na relação causa e efeito entre elas.

### 6. Justificativa

Como benefícios reais desta pesquisa, além da própria reflexão do tema e das questões formuladas, que conduzem o leitor a um refinamento de suas bases conceituais, destacam-se os seguintes produtos:

- a. Proposição do modelo “balanced Scorecard” com identificação de medidas nas quatro perspectivas e do valor agregado acumulado através da relação causa e efeito com as medidas Economic Value Added (EVA®) e Market Value Added (MVA®).
- b. Cálculo do valor da participação em cada medida de valor agregado atribuindo peso para cada perspectiva e peso de participação das medidas dentro de cada perspectiva levando em consideração o conceito de Redes Neurais Artificiais (RNA) e a relação causa e efeito.

### 7. Delimitação de Contexto

A pesquisa concentrou-se nas empresas do ramo de varejo supermercado da região da grande São Paulo e voltou-se no tocante à gestão de valor através de indicadores estratégicos utilizando-se da ferramenta Balanced Scorecard.

---

## 8. Referencial Teórico

### 8.1 O Roi como medida Ineficaz para se alcançar o objetivo na perspectiva financeira

O retorno sobre investimento (Roi) é um indicador criado no início do século XX pelas empresas, Du Pont e General Motors. Conforme Kaplan (2).

“Os sistema de contabilidade gerencial atuais fornecem um objetivo enganoso para a atenção gerencial e deixam de proporcionar o conjunto relevante de indicadores que reflita adequadamente a tecnologia, os produtos, os processos e o ambiente competitivo em que opera a organização. Concebido originalmente no início deste século, para ajudar a coordenar as diversas atividades das emergentes empresas verticalmente integradas, os indicadores financeiros, tais como a taxa de “Retorno sobre investimento” (Roi), tornaram-se para muitas organizações o único indicador de sucesso”.

Os problemas na administração com objetivos financeiros de curto prazo surge porque os gerentes operacionais aprendem que há varias maneiras de atingir as metas de lucratividades e retorno sobre investimento (Roi), os gerentes procuram o bom desempenho através de decisões operacionais e de investimentos voltados aos desenvolvimento de novos e melhores produtos, ao aumento das vendas e à redução do custo operacionais. Ações desejáveis como essas eram típicas das atividades empreendidas durante os anos de Alfred Sloan na General Motors, onde a forma organizacional por centros de custos foi pela primeira implantada. Com o passar do tempo, porem, ocorreu a alguns gerentes que, nas épocas difíceis, com as vendas em quedas, custos operacionais em altas, margens espremidas e ausência de produtos inovadores saindo dos laboratórios da companhia, as metas de lucratividade e retorno sobre investimento (Roi) poderiam continuar sendo alcançadas com um esforço adicional da equipe financeira.

Os gerentes descobriram que lucros poderiam ser “ auferidos” não apenas vendendo-se mais ou produzindo-se mais barato, mas também, através de uma variedade de atividades não produtivas: da exploração de convenções contábeis , dos empreendimentos de natureza financeira e da redação nas despesas discricionárias.

#### 8.1.1 Cálculo do Retorno sobre Investimentos (Roi)

Conforme Kassai.(3).

“O Roi é uma medida que quantifica o retorno produzido pelas decisões de investimento e avalia a atratividade econômica do empreendimento. Serve de parâmetro para avaliação do desempenho da empresa em relação a períodos anteriores, em relação ao mercado concorrente e também como sinalizador em relação ao custo de capitais de terceiros”.

$$\text{Roi} = \frac{\text{Lucro Operacional dos ativos (Loa)}}{\text{Investimento Operacional (I.O)}}$$

Apresentamos um exemplo numérico hipotético, tabela 1.1 e 1.2, a partir das demonstrações contábeis da empresa fictícia, do supermercado MATRIX :

Tabela 1.1 Balanço Patrimonial (Supermercado MATRIX)

	Real – 1.9 X 1	Esperado – 1.9 X 2	Real – 1.9 X 2
Ativo Circulante	58.000,00	74.474,00	74.000,00
Ativo Permanente	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Ativo Total	88.000,00	06.474,00	104.000,00
Passivo de Funcionamento	0,00	05.066,00	4.200,00
Passivo com encargos	40.000,00	44.000,00	44.000,00
Patrimônio Líquido	48.000,00	57.408,00	55.800,00
Passivo Total	88.000,00	106.474,00	104.000,00



Tabela 1.2 - Demonstração de Resultado (Supermercado MATRIX)

	Real – 1.9 X 2	Esperado – 1.9 X 2
Receita Operacional	160.000,00	180.000,00
( - ) C.M.V.	96.000,00	104.400,00
( - ) Despesas Operac. Variáveis	16.000,00	18.000,00
( = ) Margem de contribuição	48.000,00	57.600,00
( - ) Despesas Operac. Fixas	32.000,00	39.126,00
( = ) Lucro dos Ativos antes I.R.	16.000,00	18.474,00
( - ) Imposto Renda (35 %)	5.600,00	6.466,00
( = ) Lucro Operac. Dos Ativos	10.400,00	12.008,00
( - ) Despesas Financeiras:		
Valor Bruto: 4.000,00		
( - ) Econômica de I.R. (35%) 1.400,00	2.600,00	2.600,00
( = ) Lucro Líquido	7.800,00	9.408,00

Utilizando das demonstrações contábeis teríamos:

$$\text{Roi} = \frac{\text{LOA}}{\text{IO}} = \frac{10.400,00}{88.000,00} = 11,82 \%$$

A empresa obtém uma taxa de retorno de 11, 82 % na remuneração dos recursos utilizados.

Como podemos verificar no estudo que acabamos de apresentar sobre o retorno sobre investimento (Roi), esse indicador apresenta algumas limitações mesmo com os aprimoramentos da economia de imposto de renda, para medir a performance da empresa, ou seja:

- i. A performance de valorização baseada em um simples critério tenderá a encorajar gerentes a comportarem-se disfuncionalmente, assim como a manipularem os indicadores de desempenho.
- ii. O Roi não guarda uma alta correlação com os preços das ações da organização.
- iii. Como o Roi não guarda uma alta correção com os preços das ações, fica mais difícil assegurar os atos dos gerentes no interesse dos acionistas, porque os pagamentos dos gerentes podem ser correlacionados com a riqueza do acionista.
- iv. Como o Roi não pode ser usado como uma ferramenta de medida de performance, também não pode ajudar a tomar decisões estratégicas. O ponto culminante é onde a riqueza do acionista está sendo criada ou destruída.
- v. O Roi é uma medida voltada para acontecimentos do passado, medindo assim o sucesso de decisões estratégicas e investimentos passados.
- vi. O Roi traz um enfoque excessivo no desempenho financeiro de curto prazo.
- vii. O Roi não leva em consideração o investimentos em ativos intangíveis.

O ponto nevrálgico do Roi é ser uma medida de resultado financeiro e não levar em consideração o custo do capital investido.

Diante disto, estaremos estudando, no tópico seguinte, outra métrica, o Economic Value Added (EVA®) como alternativa de um indicador de performance, estratégico, que tem potencialidade de mensurar valor agregado à empresa onde os gerentes estarão agindo no melhor dos interesses de seus proprietários.

## 8.2 O EVA® como medida de agregação do valor para o acionista.

O EVA® é uma marca registrada pela empresa de consultoria Stern Stewar & Co. A Stern Stewar desenvolveu a metodologia com o objetivo Fundamental de mensurar a agregação de valor para os acionistas da empresa. Assim, os gestores são avali-

ados pela eficácia na geração de EVA® que se dá quando o retorno sobre os investimentos supera o custo de capital, sendo que o custo de capital inclui de terceiros mais o próprio. O EVA® é apurado periodicamente para seus acionistas.

Conforme Edmir (4):

“A Stern Stewart & Co. desenvolveu o EVA® para gestores incorporem dois princípios básicos de finanças dentro de suas tomadas de decisões.

O primeiro é que o objetivo financeiro primordial de qualquer companhia deve ser: maximizar a riqueza de seus acionistas. O segundo é que o valor da companhia depende da extensão do que os investidores esperam como retorno futuro:

Exceder o custo do capital. Assim, o EVA® apura o valor que foi criado por uma organização durante um determinado período para seus acionistas.”

Podemos notar que o investimento é um dos itens mais importantes para cálculo do EVA®, pois os acionistas irão determinar uma taxa de retorno sobre o investimento. Se a taxa de retorno conseguida pela empresa for maior que a determinada pelos acionistas, então a empresa agregou valor, caso contrário ela destruiu valor.

### 8.2.1 Cálculo do EVA®

Existem várias formulas de se calcular o EVA®. Neste caso, iremos demonstrar o EVA® pela formulação contábil do lucro gerado pelos ativos. Para esse cálculo parte – se das demonstrações contábeis, e nesse caso da demonstração que chamamos reclassificado, em que se apura o lucro gerado pelos ativos antes das despesas financeiras deduzidos da economia de impostos de renda. Desse lucro exclui-se a remuneração de capital de terceiros (6,5% X 40.000,00) = 2.600,00, e a remuneração do capital próprio (12,0% X 48.000,00) = 5.760,00.

O Cálculo do EVA® ficaria assim:

Lucro gerado pelos ativos	10.400,00
( - ) Remuneração do capital de terceiros	2.600,00
( - ) Remuneração do capital próprio	5.760,00
( = ) EVA®	2.040,00

### 8.2.2 Utilização do EVA®

Ainda conforme Edimir os principais efeitos interessantes, que em termos práticos, têm sido gerados na utilização do EVA® dentro das empresas, são:

1. “Maior conscientização da gerencia quanto ao valor do capital que é por eles gerido, principalmente do valor associado ao patrimônio Líquido;
2. Gestão mais empreendedora, principalmente no que tange à busca de formas alternativas (eliminação) remoção de antigas barreiras mentais), para se aumentar o valor da companhia, porém alicerçada sob um planejamento mais detalhado, no qual os resultados potenciais já foram simulados e refletidos nos valores futuros do EVA®;
3. fim das discussões sobre parâmetros mais adequados para se medir sobre a performance da companhia ou unidade de negócio, sempre comparados contra resultados setoriais e não contra valores oferecidos pelo mercado na aplicação do capital envolvido. Dessa forma, muitas empresas que apresentam os melhores indicadores no setor ainda podem ter que realizar mais esforços para atingir os valores de rentabilidade oferecidos pelo mercado e, assim, atingir um EVA® positivo.
4. Possibilidade de um desdobramento do EVA®, um indicador principalmente financeiro, como indicador de gestão de unidades de negócios (Ex: vendas, custos, etc.) e associar a estes indicadores de desempenho, operacional (Ex: margem de vendas dos produtos, % de refugo de produtos, etc.).”

Para garantir uma mudança real de postura gerencial e da implementação efetiva de todas as alternativas e esforços de melhoria, um dos modos mais eficazes empregado pelas empresas tem sido a inclusão do EVA® no conjunto de indicadores de performance do “Balanced Scorecard” .

O EVA® torna-se um indicador importante na gestão estratégica das empresas, pois identifica se a gestão está agregando valor à empresa.

O planejamento estratégico das empresas trabalham com a expectativa de agregação de valor através do desenvolvimento de seus ativos intangíveis.

## 9. O *Balanced Scorecard* como ferramenta Gerencial

O conceito de *Balanced Scorecard* foi motivado pelos seus criadores, Kaplan e Norton, (5) a partir do momento em que perceberam, conforme artigo:

“A medida que as empresa, no mundo todo se transformaram para enfrentar a competição, baseada em informações, sua capacidade de explorar ativos intangíveis se tornou mais decisiva do que sua capacidade de investir em ativos e gerenciá-los.”

O que se verifica é que a maioria das empresas se utilizam dos indicadores financeiros para gerenciar e tomar decisões .

Estes indicadores, vistos isoladamente não permitem uma visão para se garantir de um crescimento sustentado.

O *Balanced Scorecard* traduz a estratégia da organização em objetivos, indicadores, metas, planos de ação e responsáveis, constituindo a base de um processo de monitoramento e gerenciamento.

Conforme Nils – Goran: (6)

“O *Balanced Scorecard*” oferece-nos uma ferramenta valiosa que permite aos colaboradores entender a situação da companhia, algo necessário se a companhia pretender atingir o dinamismo de que precisa para ser competitiva no longo prazo.

O *Balanced Scorecard* também nos proporciona uma documentação útil a fim de desenvolver continuamente aquelas medidas para controle que guiarão a companhia mais rapidamente no sentido de alcançar seus objetivos e sua visão.”

É Fundamental para o sucesso do *Balanced Scorecard* que a alta administração se mostre comprometida e desejosa de tal ferramenta e deixe transparecer para toda organização.

Assim, todas as pessoas envolvidas estarão mais aptas a concordar com as características da companhia para montar a visão.

## 10- Aplicação do modelo, *Balanced Scorecard*, e as medidas EVA® e MVA®

O propósito é dar uma base de um modelo de *Balanced Scorecard*, em que um dos focos principais e a identificação na perspectivas financeira das medidas EVA®. MVA®.

Para tanto, utilizarmos os conceitos básicos dos seus criadores, Robert S. Kaplan e David P. Norton no primeiro exemplar de 1.992, da Harvard Business Review. A idéia era mostrar através de quatro perspectivas ( Financeira, Cliente, processos internos, aprendizado e crescimento ), o controle operacional e estratégico de uma empresa.

### 10.1 Atividade do Varejo – Ramo Supermercado

Conforme Levy (1992: pg. 7):

“Varejo é um conjunto de atividades de negócio que envolvem a venda de produtos e serviços para o consumidor final, ou seja, é o último estágio no processo de distribuição.”

### 10.2 A Empresa

Este modelo será apresentado tomando – se como base uma empresa do segmento do varejo – ramo de supermercado, no entanto, poderia ser utilizado na sua base geral em outros ramos de atividade.

A atuação desse supermercado que serviu de base para estudo de caso, identificado como supermercado MATRIX, se da em grande centro, localizado em periferia, onde predomina uma clientela ávida em busca de preços baixos, no entanto, há uma tendência no crescimento da busca de serviços, qualidade e atendimento.

A empresa, conhecedora dessa tendência, vem trabalhando e investindo para atender a essas novas exigências, sem descuidar da atratividade maior que é o preço.

### 10.3 – A Visão

O primeiro passo para criação do modelo é definir a visão e, nesse caso, partiu-se para estabelecer a visão tomando como base a seguinte equação: (7)

Visão = Ideologia Central (Valores centrais + propósito central) + Futuro vislumbrado (meta audaciosa + declaração eloqüente) e assim para nossa atividade a equação ficou definida do seguinte modo:

Valores Centrais:

Respeito aos clientes e funcionários

Respeito às necessidades e potencialidades do cliente de menor poder aquisitivo.

Despertar o consumidor pelos seus direitos de comprar com qualidade, atendimento e respeito, mesmo de poder aquisitivo menor.

Desenvolver a capacidade intelectual dos funcionários, ou seja, suas habilidades e competências.

Propósito Central:

Oferecer produtos e serviços de qualidade

Dar oportunidade ao consumidor de escolha a uma maior quantidade de produtos.

Desenvolver o comercio local, criando oportunidades para novos consumidores.

Explorar as potencialidades do comércio local.

Oferecer produtos com preço competitivo.

Meta Audaciosa:

Ser a empresa do ramo de supermercado com maior faturamento combinado com menor preço, maior lucratividade e melhor atendimento.

Declaração eloqüente

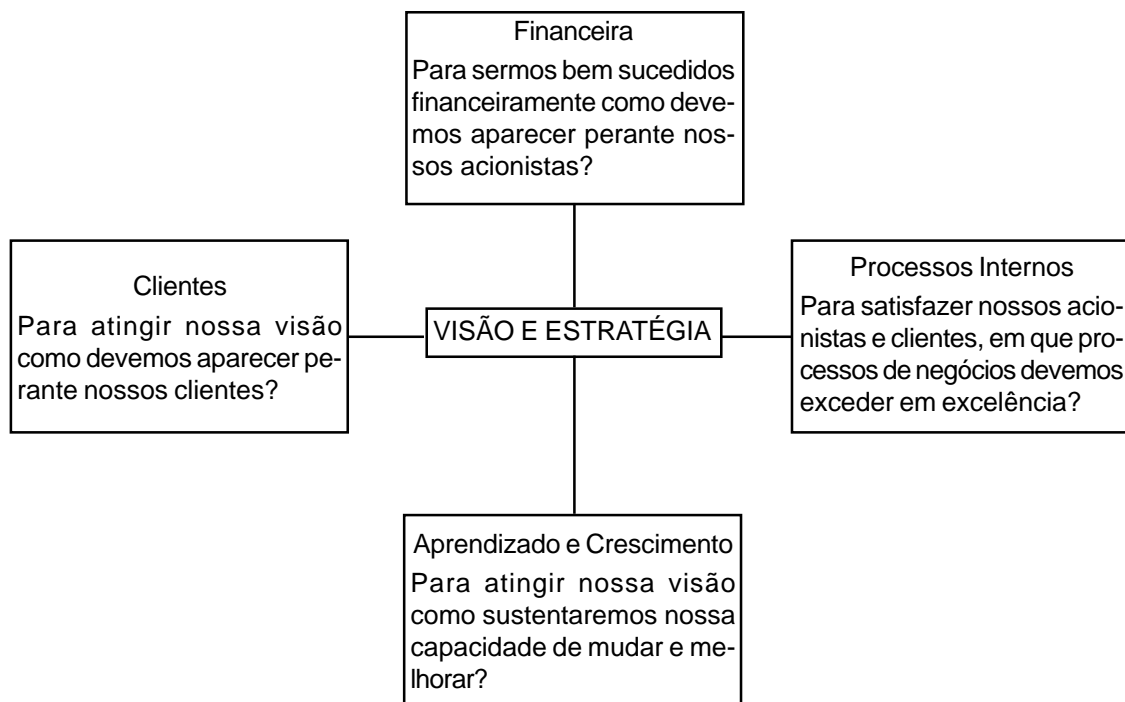
“Os clientes de hoje, serão todos nossos acionistas de amanhã”.

## 10.4 – Determinação das Perspectivas

Definida nossa visão, o próximo passo é determinar as perspectivas que farão parte do nosso Balanced Scorecard e que traduzirão estratégia em termos operacionais.

As perspectivas que aqui serão definidas, Figura 1.1, são as mesmas sugeridas por Kaplan e Norton: A financeira, do cliente, processo interno e aprendizado e crescimento.

Figura 1.1 – Traduzindo a visão e a estratégia: Quatro perspectivas



## 10.4.1 Perspectiva Financeira

Deve identificar as medidas que irão proporcionar a mensuração do valor agregado para a empresa, tanto de curto prazo com o EVA®, como de longo prazo através do MVA®.

Esta perspectiva influencia e é influenciada pelas outras perspectivas, o que faz com que os Administradores intervenham, com base no conhecimento dos indicadores, para sugerir correções e alinhamento dos objetivos.

Em seguida iremos apresentar as medidas da perspectiva financeira, identificadas para o supermercado MATRIX conforme tabela 1.3:

Tabela 1.3- Medidas da perspectivas Financeira

Medidas	Objetivos	Indicadores	Real	Esperado
1.1. MVA®	Agregar valor para empresa	VL.R. Mercado(-) Investimento Op.	38.400,00	38.400,00
1.2. EVA®	Agregar valor no resultado	LOA(-) (I.O X WACC)	2.040,00	3.648,00
1.3. Margem contribuição Competitiva	Margem que gera . resultado desejado	Valor Margem sobre vendas	30,0%	32,0%
1.4. Aumento de faturamento	Aumento de participação do mercado	Faturamento ( / ) nº clientes.	10,0%	11,25%
1.5. Administração Eficaz das despesas	Conter as despesas a um mínimo necessário	Valor das despesas ( / ) vendas	20,0 %	21,74 %
1.6 Bonificação junto a fornecedores	Maximizar o resultado	Valor das bonificações ( / ) Compras	0,5%	1,0%

## 10.4.2 – Perspectivas do Cliente

Essa perspectiva demonstra como criar valor para o cliente como satisfazer o cliente com esse valor e certificar-se de que o cliente estará disposto a pagar por esse valor. Esta perspectiva está diretamente relacionado com a financeira, pois qualquer fato negativo na perspectiva do cliente ocasiona diminuição do faturamento que afeta o financeiro.

Em seguida iremos apresentar as medidas da perspectiva do cliente, identificadas para o supermercado MATRIX, conforme Tabela 1.4:

Tabela 1.4 – Medidas da perspectivas do Cliente

Medidas	Objetivos	Indicadores	Real	Esperado
2.1 Atendimento que leva satisfação ao cliente	Surpreender o cliente	Pesquisa de satisfação do cliente	70,0%	80,0%
2.2 Preços competitivos	Aquisição de novos clientes	Pesquisa de preço no concorrente	105,0%	95,0%
2.3 Qualidades dos produtos e Serviços	Retenção de clientes	% de devolução s/ compras de produtos	0,5%	0,3%
2.4 – variedade dos produtos marcas e produtos	Oferecer opções de e serviços	Pesquisa c/ clientes se encontrou produtos desejados	80,0%	90,0%

## 10.4.3 Perspectivas do processo interno

Nessa perspectiva, é fundamental identificar os processos da companhia em todos os níveis, a partir da análise das necessidades do cliente através da entrega do produto ou serviço.

A idéia é eliminar todos os processos que não geram valor para o cliente, os processos restantes identificados e atribuídos ao objeto de custo.

Podemos notar que a eficácia nos processos internos leva um melhor atendimento ao cliente, o que aumenta a satisfação.

Em seguida iremos apresentar as medidas da perspectivado do processo interno, identificadas para o Supermercado MATRIX, conforme Tabela 1.5:

Tabela 1.5 – Medidas da perspectiva do processo interno.

Medidas	Objetivos	Indicadores	Real	Esperado
3.1 – Processos internos ágeis, informatizado e seguros	Eficácia no desenvolvimento do trabalho	% de informatização dos processos	60,0%	80,0%
3.2 – Eficácia nos processos de abastecimento	Evitar rupturas na loja	% Falta de produtos na loja	9,0%	4,0%
3.3 Gerenciamento eficaz do estoque	Evitar excesso de estoque e vencimento de produtos	% de acuracidade do inventário diário por linha de produtos	65,0%	80,0%
3.4-Reduções das quebras jogados no lixo	Conter roubos e produtos	% de quebra em relação a entradas para vendas	2,0%	1,5%
3.5-gerenciamento eficaz de compras	Oferecer variedade com qualidade e preço	% do custo sobre as vendas	60,0%	58,0%

#### 10.4.4 Perspectiva do Aprendizado e Crescimento.

Nessa perspectiva é importante para a empresa assegurar a capacidade de renovação a longo prazo. A empresa deve desenvolver e manter o Know – How necessário para atender e satisfazer as necessidades do cliente dos processos que criam valor para o cliente.

Para tanto, a idéia é aumentar a produtividade dos colaboradores. Portanto, esta perspectiva estará voltada para ter funcionários competentes, hábeis, esclarecidos, eficazes, de forma a contribuir para maximizar o processo produtivo.

Em seguida iremos apresentar as medidas da perspectiva do aprendizado e crescimento, identificadas para o Supermercado MATRIX, conforme Tabela 1.6:

Tabela 1.6 – Medidas da perspectivas de Aprendizado e Crescimento.

Medidas	Objetivos	Indicadores	Real	Esperado
4.1 – Manter equipe altamente qualificada e motivada	Explorar o capital intelectual	% satisfação dos funcionários	52,0%	89,0%
4.2- Plano de carreira baseado no desempenho	Criar oportunidades no desempenho da empresa	Nº de funcionários atendidos na mobilização	33,0%	55,0%
4.3 – Treinamento contínuo com acompanhamento periódico	Especialização dos funcionários nos processos	Nº de Funcionários treinados	47,0%	80,0%
4.4- Ação participativa maximizando a sinergia	Ganho de produtividade	Nº de atitudes pró-ativas, melhorando os processos	39,0%	80,0%

## 10.5 – Mapa Estratégico da relação causa e efeito

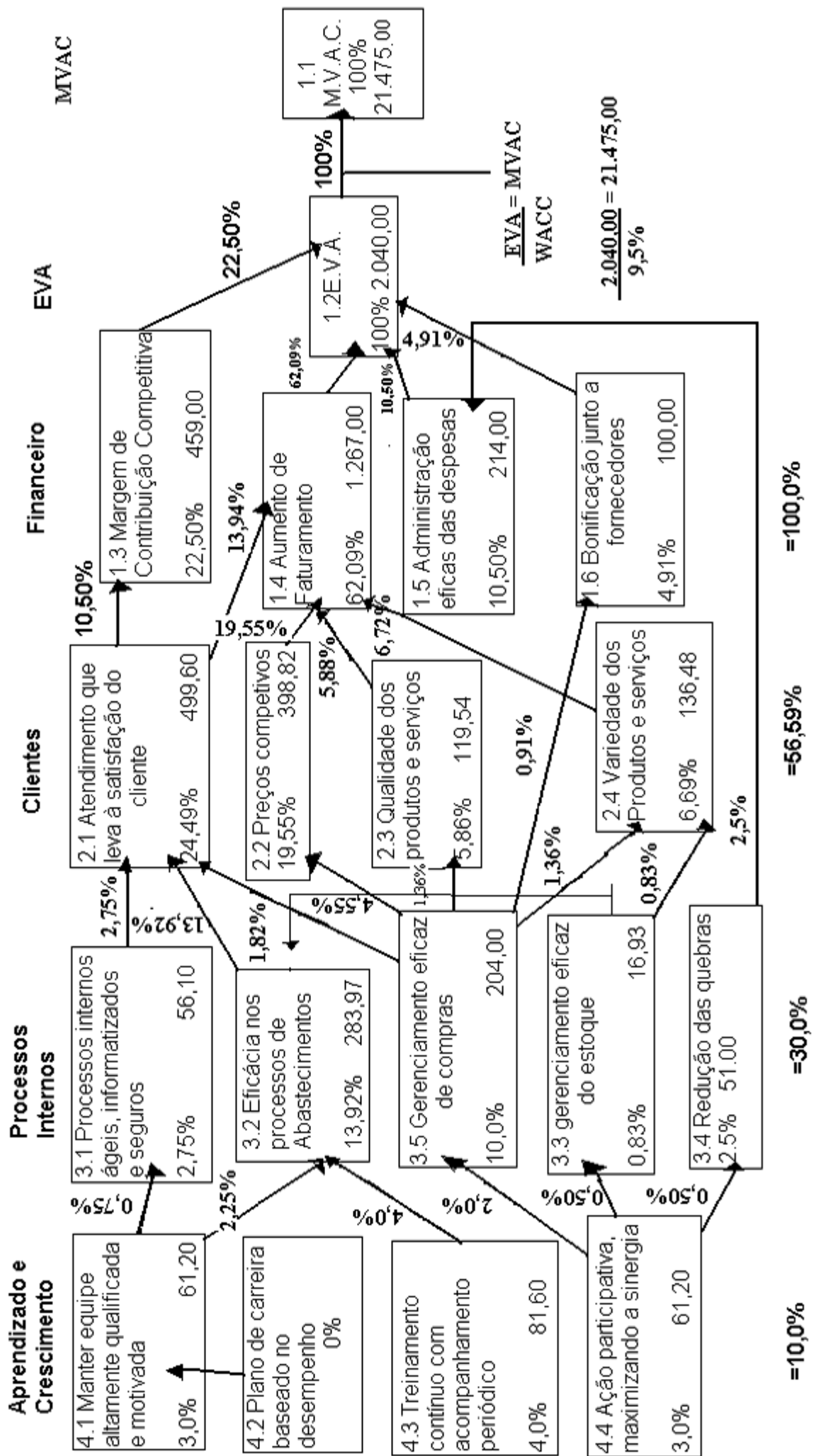
Conforme Kaplan e Norton (8):

“O mapa estratégico do balanced Scorecard explicita a hipótese da estratégia. O mapa estratégico descreve o processo de transformação de ativos intangíveis em resultados tangíveis para os clientes e, por conseguinte, em resultados financeiros.

O mapa estratégico do Balanced Scorecard é uma arquitetura genérica para a descrição da estratégia.

Os mapas estratégicos ajudam as organizações a ver suas estratégias de maneira coesiva, integrada e sistemática.”

Figura 1.2 Mapa Estratégico - Fluxo da Relação causa e efeito Geral



O Gráfico do mapa estratégico permite visualizar as medidas de cada perspectiva alinhadas através de uma seta detectando a relação causa e efeito para se alcançar a visão.

A Proposta foi estabelecer, através da relação de causa e efeito, um percentual de participação no EVA® das perspectivas e medidas no mapa estratégico.

O percentual de participação de cada perspectiva é atribuído a cada medida com base em um peso de participação. O percentual de participação de cada medida acumulada é agregado às medidas da perspectivas seguinte, levando em consideração a relação de causa e efeito, tomando como base seus pesos de participação na perspectiva a que pertence. E assim se procede até atingir o EVA®.

Finalmente, definidos os percentuais de participação e os valores do EVA®, podemos elaborar o mapa estratégico do Supermercado MATRIX, conforme, Figura 1.2, onde poderá ser identificadas a contribuição que cada uma das medidas refletiu para o atingimento da visão.

#### 10.5.1 Interpretação do fluxo.

Para melhor entendimento, será descrita a interpretação de uma das ramificações do mapa estratégico do Supermercado MATRIX com seus valores e percentuais obtidos, conforme Tabela 1. 7, com o qual tentaremos clarificar o que foi exposto:

Tabela 1.7 – Exemplo de Indicadores obtidos no fluxo

MEDIDAS	INDICADORES	REAL	ESPERADO
4.3 Treinamento contínuo com acompanhamento periódico	Funcionário Treinados	21 = 47%	36 = 80%
	Funcionários Totais	45	45
3.2 Eficácia nos processos de abastecimento	Produto Faltantes	1080 = 9%	480 = 4%
	Produtos Totais	12000	12000
2.1 Atendimento que leva à satisfação do Cliente	Clientes Satisfeitos	70 = 70%	80 = 80%
	Clientes Pesquisadas	100	100
1.3 Margem de Contribuição Competitiva	Margem de Contribuição	48.000,00 = 30%	57.600,00 - 32%
	Vendas	160.000,00	180.000,00
1.2 Economic Value Added (Eva®)	LOA (-) WACC X1	10.400,00 (-) 8.360,00 = 2.040,00	12.008,00(-) 8.360,00 =3.648,00
1.1 Market Value Added (MVA®)	EVA® WACC	2.040,00(/) 9,5% = 21.473,68	3.648,00(/) 9,5% = 38.400,00
Índice de Crescimento sobre valor agregado (ICVA)	MVAB MVAC	38.400,00/21.475,00 =1,788	38.400,00/38.400,00 =1.000

## 11 – Pesquisa sobre utilização do *Balanced Scorecard*

A presente pesquisa foi elaborada junta a empresas do setor varejista – ramo de supermercado com o intuito de se obter em dados com que pudéssemos concluir se as empresas fazem planejamento estratégico, se a ferramenta gerencial utilizada é o Balanced Scorecard e se incluíam como indicador financeiro as medidas EVA® e MVA®.

Por ser uma ferramenta gerencial muito recente, o balanced Scorecard ainda é desconhecido pela maioria dos gestores das empresas de supermercados.

As empresas pesquisadas foram unânimes em afirmar que possuem um planejamento estratégico e que adotam metas para serem alcançadas.

No entanto, apenas uma empresa revelou que a estratégia é aberta a todos os níveis de colaboradores, e que utiliza-se do Balanced Scorecard, sendo que nas demais empresas a estratégia é conhecida apenas pelos níveis acima da gerência e não utilizam – se do Balanced Scorecard.



Note – se que as empresas, na sua maioria, têm um planejamento estratégico que é trabalhado, mas que, por falta de sistema, metodologia e cultura, os indicadores, principalmente os não financeiros, não são identificados e medidos para o acompanhamento do planejamento estratégico.

Suponha que a situação descrita no quadro tenha sido verificada no início do período em análise, teríamos, naquele momento, a seguinte conclusão:

Na perspectiva de treinamento contínuo com acompanhamento periódico verificamos que não foi atingido o número de funcionários treinados esperado, refletindo no percentual da meta almejada. Isto pode ter provocado uma ineficácia no abastecimento da loja, elevando o número de produtos faltantes na gôndola, passando a haver uma ruptura de 9,00% contra os 4,00% esperados. Esta provável falta de produtos na loja pode ter contribuído para que a satisfação geral do cliente caísse para 70% dos 80,00%, esperados, o que leva a crer que provocou, assim, uma diminuição do valor da margem de contribuição para 30,00% dos 32,00% esperados.

Isto fez com se afetasse o EVA®, apesar do bom comportamento das despesas operacionais fixas, no entanto, o mercado vem respondendo com valor agregado acreditando que essas ineficiências serão corrigidas prontamente, tanto que o valor do MVAB está em 38.400,00 contra o MVAC de 21.475,00 esperados. NO entanto, é aconselhável que os investidores devam fazer uma análise mais criteriosa, já que o ICVA calculado, 1,788, pode estar demonstrando um certo nível de “especulação” em torno do valor das ações do Supermercado MATRIX.

## Conclusão

Na maioria das organizações, sua estratégia é tratada como uma abstração, quando não, mantida como um assunto confidencial, restrito somente à alta administração, a estratégia é comunicada inadequadamente. Isto é corroborado quando em algumas organizações observamos que apesar de ser divulgada a visão, missão e valores, não há uma adequada compreensão pela maioria dos seus colaboradores e nem tampouco por alguns de seus executivos. Em razão deste ambiente, normalmente os planos de curto e médio prazos não estão sincronizados com os longo prazo, representado pela visão estratégica, resultando em ações operacionais desvinculadas das metas e objetivos pretendidos pela alta administração, desencadeando, dessa forma, os conflitos identificados pela teoria da agência.

A implantação de uma ferramenta como o Balanced Scorecard, que sirva para gerir a estratégia de uma empresa, requer que, em primeiro lugar, a organização se conscientize da necessidade de tornar transparentes suas estratégias e de traduzi-las numa linguagem que toda a organização compreenda.

Verificamos que o Balanced Scorecard é uma poderosa ferramenta, completa, que traduz a visão e a estratégia da empresa num conjunto coerente de medidas de desempenho.

No tocante ao setor varejista-ramo de supermercado, com o aumento da competitividade e a redução dos ganhos devido à estabilização da economia, os supermercados que investirem em bom atendimento, na qualidade de serviços e preços competitivos, terão, logicamente, maior participação e penetração no mercado. A utilização na perspectiva financeira da medida EVA® (Economic Value Added) mostrou possuir uma maior potencialidade de análise do que o ROI (Retorno sobre Investimento), já que ela traz o quanto se agregou ou destruiu de valor para a empresa, e que o MVAC (Valor de Mercado Agregado Calculado), outra medida de perspectiva financeira, calculada a partir do EVA® Real, mostrou ser inferior ao MVAB® (Valor de Mercado Agregado de Bolsa), o que pode estar caracterizando uma “especulação” do mercado acionário.

O modelo apresentado do Balanced Scorecard para a empresas que serviu de base ao estudo de caso, da Supermercado MATRIX, mostrou em resposta à questão principal do trabalho, que as perspectivas usadas, assim como, as medidas, foram suficientes e necessárias para contar a história da estratégia da empresa. O mapa estratégico, criado através da relação causa e efeito, identificadas com os percentuais de participação, fundamentada no conceito de Redes Neurais Artificiais (RNA), mostrou-se eficaz na busca dos objetivos para se alcançar a visão. Assim, os colaboradores puderam enxergar suas contribuições na agregação de valor.

---

A Pesquisa exploratória preliminar mostrou que as empresas de supermercado fazem planejamento estratégico, no entanto para a maioria, principalmente as médias e pequenas, a deficiência de um melhor sistema informatizado somada à falta de uma metodologia de escolha das medidas e indicadores para acompanhamento do planejamento estratégico, dificulta a adoção de uma ferramenta gerencial como o Balanced Scorecard, o que compromete a gestão para o atingimento da visão.

Para as empresas de supermercados que desejam implantar este modelo, acreditamos que ela representa uma ferramenta de gestão capaz de atender suas necessidades, sendo suas principais vantagens as seguintes:

1- Agilidade

2- Transparência de estratégia para toda a organização.

3- Estimula ações pró-ativas e aumenta a sinergia entre as áreas.

4- Maior conhecimento do ambiente pela organização.

5- Indica a tendência dos resultados obtidos.

6- Permite uma constante reavaliação da estratégia.

7- Permite o monitoramento das decisões tomadas, através do acompanhamento dos Indicadores estratégicos.

8- Trabalho Integrado, desde a concepção da estratégia até a implantação e o acompanhamento.

Todo esse processo permite às empresas de supermercado se beneficiarem de uma combinação de alguns dos elementos mais significativos de controle do gerenciamento moderno.

---

## Bibliografia

- Almeida, Fernando C. de. Novo Modelo Organizacional baseado no cérebro humano n.1, p. 46-46, janeiro, 1995.
- \_\_\_\_\_. de a DUMONTIER, Pascal. O uso de redes neurais em avaliação de riscos de inadimplência: Revista de Administração, São Paulo v. 31, p 52 – 63,
- ANGELO, Cláudio Folisoni de. E Silveira, José Augusto. Giesbrecht da. Varejo Competitivo, São Paulo: Atlas 2000.
- BECKER, Brian E. Gestão Estratégia de pessoas com Scorecard” Interligando pessoas, estratégias e performance. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 260p – 1 ed.
- CAMPOS, José Antônio – Cenário balanceado: painel de indicadores para a gestão estratégica dos negócios. São Paulo: Aquariana, 1998. 170p. 170p. 1 ed.
- CARVALHO, Edmir Lopes. A relação entre EVA (Economic Value Added) e o valor das ações na bolsa de Valores do Estado de São Paulo. São Paulo: dissertação de mestrado. Fea / Usp, 1999. 119p.
- CHING, Hong Y. Gestão baseada em custeio por atividade. São Paulo: Atlas, 1997.
- CORONADO, Osmar. Controladoria no atacado e varejo. São Paulo: Atlas, 2001.
- COSTA, Ana Paula Paulino. Contabilidade Gerencial: Um estudo sobre a Contribuição do Balanced Scorecard. São Paulo: Dissertação de Mestrado. Fea / Usp, 2001.
- DRUCKER, Peter F. Administrando para o futuro. São Paulo, Livraria Pioneira Editora, 1992.
- EDVINSSOM, Leif e MALONE, Michel S. Capital Intelectual. São Paulo: Makow Books, 1988, 214 p.
- EHRBAR, EL. EVA – Valor Econômico Agregado: A verdadeira chave, para a criação de riqueza. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- FREZATTI, Fábio. Contribuição para o estudo do Market Value Added como indicador de eficiência na gestão do valor: Uma análise das empresas brasileiras com ações negociadas em bolsa de valores no ambiente Pós – plano real. São Paulo:
- Tese de (Livre docência). Fea / Usp. 2001. 197p.
- HAWKINS, D. I., Best, R.J., K.A. Consumer Behavior: Implications for marketing strategy. Chicago: Ricard D. Irwin, 1995.
- JOHNSON, Thomas. E KAPLAN, Robert S. “Relevance Lost” in Harvard Business School Press, Boston, 1987, p 262.
- KAPLAN, Robert. Uso do “Balanced Scorecard” como um Sistema de gestão estratégico. Do original. Using do Balanced Scorecard as a strategic management system, Harvard Business Review – January – February, 1996 – Tradução: Profissional da Ernest & Young.
- \_\_\_\_\_. Organização voltada para a estratégia: como as empresas que adotam o Balanced Scorecard prosperam no novo ambiente de negócio. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 411 p. 1 ed.
- \_\_\_\_\_. A estratégia em Ação: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro: Campus, 1997. 344p. 9 ed.
- KASSAI, José Roberto. Aspectos Observados conciliação entre os métodos valor presente líquido (VPL) e Economic, Value Added (EVA). São Paulo: Tese de Doutorado. Fea/ Usp. 2001.333p.
- \_\_\_\_\_. Retorno de Investimento: Abordagem Matemática e Contábil do lucro empresarial. São Paulo: Atlas, 1999. 242 p.
- KOTLER, Armstrong, Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1993.
- \_\_\_\_\_. Administração de Marketing: Análise, planejamento e controle. São Paulo: Atlas, 1994.
- MARTINS, Eliseu (org). Avaliação de empresas: da mensuração contábil à econômica. FIPECAFI, São Paulo, Atlas, 2001.
- MORROW, MIKE. Activity Based Management, Woodhead Faulkner, 1992, UK
- MOWEN, J.R. Consumer Behavior. Englewood Cliffs: Prentice Hall. 1955, p. 511
- NORTON, D.P. Beware: The Unbalanced Scorecard; Balanced Report; HBS, March – April 2000
- OLVE, Nils – Goran. Condutores da Performance: um guia prático para o uso do “Balanced Scorecard” Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. 368p. 1 ed.
- PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2000.
- PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva. São Paulo: Makron, 1991.
- \_\_\_\_\_. Vantagem Competitiva. Rio de Janeiro, Campus, 1990.
- ROJO, F. Supermercados no Brasil. São Paulo: Atlas, 1998.
- SANTOS, José Odálio dos. Análise de Crédito: Empresas e Pessoas Físicas. São Paulo: Atlas, 2000, p 114.
- SILVA, Paulo Roberto. Contribuição para o entendimento dos Indicadores de Valor baseado no mercado: Uma proposta alternativa para o market Value Added (MVA). São Paulo: Tese de Doutorado. Fea/Usp. 2001. 350p.
- SOLUTIONS, Renaissance. Translating Strategy Into Action; Renaissance Solutions, INC, 1997.

SOUZA, Alexandre Silva Leal de. Avaliação da Performance Corporativa através do valor Econômico Adicionado: Uma Análise Comparativa do modelo EVA: Economic Value Added. São Paulo: Dissertação de Mestrado. PUC / SP 2000, 138 pg.

STEWART, G Bennett. The quest for value: The EVA management guide. New York: Harper Business, 1991.

\_\_\_\_\_. Medindo o desempenho empresarial, Ed. Campus, HBR.

YOSHIKAWA, dorivaldo Mikio. Contribuição no estudo da utilização da Indicadores estratégicos de gerenciamento " Score cards" pela controladoria em instituições financeira. São Paulo: Dissertação de mestrado. Fea / Usp. 1997

YOUNG, S. David e BYRNE, Stephen F. O. Eva And Value Added Management.

[www. Fiber. Com.br/bsc.htm](http://www.Fiber.Com.br/bsc.htm)

[www.sm.com.br](http://www.sm.com.br). Revista Supermercado Moderno, São Paulo: Grupo Lund. Ano 32, nº 3. Abril, 2001.

[www.Symnetics.com.br](http://www.Symnetics.com.br)

## Notas

(2) – Hohson, H. Thomas e Kaplan, Roberts. "Relevance Lost" in havard Business School Press, Boston, 1987, p. 262

(3) – Kassai, José Roberto. " Retorno de Investimento: Abordagem matemática e contábil do lucro empresarial". São Paulo, 1.999 . p. 242, 1ª Ed.

(4) – Carvalho, Edimir Lopes. "A relação entre EVA® (Economic Value Added), e o valor das ações na bolsa de valores do Estado de São Paulo": Dissertação de mestrado. FEA/USP, 1999. p. 119.

(5) - KAPLAN, Robert – S. Uso do "Balanced Scorecard" como um sistema de gestão estratégica do original. Usine do Balanced as a strategil manegment system, Harvard,Business Review-jan-fev, 1996 – Tradução: Profissionais da Ernest & Yong.

(6) - OLVE, Nils – Goran. Condutores da performan de: "um guia pratico para o uso do Balanced Scorecard" Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. p. 368, 1a. Ed.

(7) - [www. Fiber. Com.Br/bsc.htm](http://www.Fiber.Com.Br/bsc.htm)

(8) – KAPLAN, Robert s. A estratégia em ação: Balanced Scorecard. Rio de janeiro:. Campus, 1997.

---

# Resenhas

---

## Capital Intelectual

STEWART, Thomas. A. Capital Intelectual - a nova vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

---

Rafael Annunziato Neto

Pedagogo, consultor e pesquisador nas áreas de Recursos Humanos e Educação. Especialista em Recursos Humanos e Planejamento Empresarial e Mestre em Administração, leciona Mercado de Trabalho e faz orientação de estágios.

---

O autor desenvolve sua argumentação a partir da constatação de que tudo na sociedade consumo é fruto do conhecimento, afirmando que “o conhecimento tornou-se um recurso econômico - mais importante que a matéria-prima; mais importante muitas vezes que o dinheiro” (p.5).

A revolução industrial é criticada, porque o seu objetivo principal é o acúmulo de capital em detrimento do homem, afirmando que as primeiras fábricas cresciam não por serem melhores que as oficinas de artesões, mas porque os proprietários das fábricas pagavam menos e embolsavam a diferença.

O raciocínio utilizado conduz a argumentação ao capital humano, apontando-o como a chave do sucesso empresarial neste início de século. O conhecimento é entendido como o elemento principal da sociedade do futuro. A administração do conhecimento neste contexto se transforma em desafio que poderá se consolidar como uma tarefa econômica importante para as organizações.

As pessoas nas organizações do conhecimento devem ser avaliadas não apenas pelas tarefas, mas pela contribuição efetiva no atingimento dos resultados. Taylor quando indicou novas formas de organização do trabalho, iniciou também um processo de aplicação do conhecimento na gestão das pessoas, substituindo o tratamento rude, arcaico e assistemático pela tecnologia com base científica considerando que as pessoas levam para o seu trabalho o seu cérebro.

O capital intelectual segundo Klein e Prusak Apud Stewart é “material intelectual que foi formalizado, capturado e alavancado a fim de produzir um ativo de maior valor” (p.61), composto por capital humano, estrutural e do cliente:

´ Capital Humano é a capacidade das pessoas de criar, elaborar e propor alternativas que visam eliminar lacunas. A organização para potencializá-lo necessita investir em expertise específica da empresa a partir da definição das competências essenciais.

´ Capital Estrutural é a transformação do conhecimento acumulado dos funcionários em ativo empresarial. O capital estrutural é todo conhecimento produzido e/ou apropriado pelas pessoas, o seu gerenciamento exige a utilização do modelo de rede, constituindo ilhas de conhecimento para gerar vantagem competitiva.

´ Capital do cliente é a transformação das necessidades dos clientes em ativos que fomentam a produção de informações do mercado, transformando-se em um dos fatores de riqueza organizacional.

O conhecimento a partir de novas tecnologias de informação se tornou disponível e indestrutível, estabelecendo teias de valor, formadas pelo intercâmbio entre o capital humano, estrutural e do cliente.

A articulação entre as ilhas de conhecimento e a conscientização sobre as competências essenciais exigidas pelo mercado se transforma em um fator fundamental para se alcançar à vantagem competitiva.

A metodologia empregada na construção do texto não foi apresentada ao longo da obra, caracterizada pela reflexão do tema que emerge do contexto empresarial na década de 90. Os conceitos apresentados são relevantes para os gestores de recursos humanos que necessitam avaliar cuidadosamente as propostas, fundamentando suas práticas em princípios sólidos para não cair na tentação de aplicar modismos, resultando na construção de falácias empresariais.

---

# Código de Defesa do Consumidor e a alienação fiduciária imobiliária

TAVARES, Zilda. Código de Defesa do Consumidor e a alienação fiduciária imobiliária. São Paulo: Método, 2005. ISBN 85-7660-030-7

---

Luciane Alves Santos

Professora, Doutoranda do Departamento de Letras Modernas da FFLCH/USP, e ministra aulas de Português Instrumental, Leitura e Produção de Texto e Comunicação e Expressão.

---

Zilda Tavares, advogada e professora da Faculdade Santa Rita de Cássia, lançou, em 2005, um importante livro que, certamente, desempenha papel relevante na formação dos estudantes de Direito, além de ser de grande utilidade a todos os cidadãos interessados em ampliar seus conhecimentos, ou esclarecer suas dúvidas, acerca das relações entre os direitos legais dos consumidores e a política habitacional brasileira.

A autora constrói um significativo e detalhado trabalho de pesquisa quando inicia seu texto levantando aspectos históricos da trajetória brasileira em relação à moradia e às bases que regulamentam a Política Nacional de Habitação. Assim, conduz-nos, paulatinamente, a um panorama bastante abrangente dos direitos garantidos dos cidadãos perante às inúmeras questões que surgem quando da aquisição de um imóvel por meio do sistema de financiamento imobiliário.

O livro é dividido em sete capítulos que abordam, respectivamente, o histórico da habitação no Brasil, o princípio constitucional da moradia, a política habitacional nacional e o mercado imobiliário, o sistema de financiamento imobiliário (SFI), a alienação fiduciária em garantia do bem imóvel, a inserção da alienação fiduciária em garantia de bens imóveis nos direitos reais e, por fim, o conflito da alienação fiduciária em garantia de bens imóveis com o Código de Defesa do Consumidor. Alicerçada em rica bibliografia, como constatamos durante a leitura, os capítulos são desenvolvidos de maneira a esclarecer uma a uma as dúvidas mais frequentes em relação aos temas abordados.

Vale lembrar que questões relativas ao exercício dos direitos dos consumidores, muitas vezes, passam ao largo de nosso alcance, uma vez que a maioria das obras que tratam de assuntos específicos como esse, por exemplo, não esclarecem convincentemente ou, ainda, abordam o tema de maneira extremamente técnica, recaindo na fragilidade do leitor pouco habituado aos meandros do Direito Brasileiro. Decorre daí o grande mérito da autora, pois a linguagem utilizada é bastante acessível, clara e objetiva, promovendo, assim, a satisfação do leitor que está sempre em busca de respostas.

Muito além de dados puramente técnicos, a autora nos presenteia, ainda, com uma visão bastante humana dos princípios que regem a sociedade e as leis. Ao final da pesquisa, conclui que, quando necessário, deve prevalecer a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, em nome da "vital proteção devida ao cidadão do seu direito à moradia". Ressalta ainda: "estamos vivendo a era do reconhecimento dos chamados direitos humanos fundamentais, sendo o supraprincípio constitucional a dignidade da pessoa humana" (p. 149).

Sem sombra de dúvidas, trata-se de leitura indispensável àqueles que prezam seus direitos, sobretudo o direito à moradia, e lutam para os fazer valer em uma sociedade tão competitiva.

---

# Memórias Póstumas de Brás Cubas, Quincas Borba e Dom Casmurro

ASSIS, Machado de. Memórias Póstumas de Brás Cubas, Quincas Borba e Dom Casmurro. Portal Domínio Público. MEC - Ministério da Educação, Governo Federal, Brasil. Acessado em 11/05/2008. <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.jsp>

Ricardo Meirelles

Professor, Doutorando em Letras pela FFLCH/USP e editor da Revista de Tradução Modelo 19, leciona Português Instrumental, Leitura e Produção de Texto, Tecnologias de Comunicação e Informação e Cultura e Realidade Brasileira

É inaceitável dizer, hoje em dia, que não temos acesso aos clássicos da literatura universal. Com o advento da internet, a maior parte das obras culturais conhecidas, senão toda ela, está disponível à sua apreciação. Graças à lei do “domínio público”, essas obras - cujos direitos econômicos não são de exclusividade de nenhum indivíduo ou entidade - são de livre uso de todos, integrando a herança cultural da humanidade. Por sua vez, o governo brasileiro tem promovido e incentivado a interação de seus cidadãos com essas obras, criando diversos mecanismos de acesso, entre eles especialmente, o sítio “Portal Domínio Público”.

O “Portal Domínio Público” propõe o compartilhamento de conhecimentos, colocando à disposição de todos uma biblioteca virtual que serve como referência para professores, alunos, pesquisadores e para a população em geral, sendo seu principal objetivo promover o amplo acesso às obras literárias, artísticas e científicas (na forma de textos, sons, imagens e vídeos) já em domínio público, que constituem tanto o patrimônio cultural brasileiro quanto o universal. Sua biblioteca virtual conta, por exemplo, com mais de 15.000 textos da literatura universal, sendo pelo menos 2.000 em língua portuguesa. Entre eles podemos encontrar toda a obra do maior escritor da literatura brasileira: Machado de Assis.

Sua mais importante produção concentra-se na trilogia de romances realistas publicados no final do século XIX: *Memórias Póstumas de Brás Cubas* (1881), *Quincas Borba* (1891) e *Dom Casmurro* (1899). Se os escritores românticos, como José de Alencar, conseguiram estabelecer o romance como um gênero literário no Brasil, foi Machado de Assis quem alçou nossa prosa ao nível das melhores do mundo em sua época: ele não desejava mais divertir, moralizar ou afirmar valores nacionais, mas esmiuçar o espírito humano, refletindo sobre valores universais, sem jamais perder de vista a nossa realidade.

*Memórias Póstumas de Brás Cubas* (1881), além de implantar o Realismo brasileiro, apresenta as mais radicais experimentações na nossa prosa até então. Narrado por um defunto, de forma digressiva e agressiva, o romance apresenta a vida inútil e dissipada do anti-herói Brás Cubas. Utilizando inusitados recursos narrativos e gráficos, surpreende a cada página com sua ironia incisiva e, acima de tudo, com a inteligência que prende até o leitor mais desconfiado. Antecipando métodos modernistas e descobertas da psicanálise, esta obra ácida e irônica eleva a literatura brasileira a um patamar jamais antes atingido.

*Quincas Borba* (1891) conta, na terceira pessoa, as desventuras do simples Rubião, herdeiro da fortuna e do cachorro da enlouquecida personagem Quincas Borba - que já aparecera e morrera no livro anterior. Rubião, personagem cômica no seu despreparo para as armadilhas da corte e trágica no seu destino, ao mesmo tempo, ironiza e comprova as teorias darwinistas tão caras aos naturalistas: o ensandecido “Humanitismo” de Quincas Borba, herdeiro direto da “luta pela vida” de Darwin, é resumido pela frase “Ao vencedor, as batatas!”, o que acaba por ser comprovado tragicamente pela ação espoliadora do casal Sofia/Palha sobre o provinciano personagem.

*Dom Casmurro* (1899) apresenta algumas das personagens mais intrincadas da literatura universal. Narrado pelo velho Bento Santiago, “Dom Casmurro”, conta a história de seu relacionamento - namoro, casamento e separação - com Capitu, sua vizinha de infância. O narrador se esforça por demonstrar o caráter dúbio e dissimulado tanto de sua esposa quanto de seu melhor amigo, o competente Escobar, para assim justificar sua convicção de ter sido por eles traído. Como prova disso, apresenta a semelhança que distingue em seu filho, Ezequiel, com o amigo, que julga pai da criança. Mas o esforço é vão: se consegue construir a imagem de personagens extremamente complexos, nada consegue provar, pois o seu próprio caráter é tão fraco, tão inseguro e titubeante, que o leitor passa a desconfiar de seus julgamentos. Assim, além de construir a eterna dúvida (Capitu traiu ou não Bentinho?), apresenta o primeiro narrador não confiável da literatura brasileira.

É certo que para conhecer a sua realidade não existe nada melhor do que conhecer os clássicos de sua cultura. A leitura da trilogia de romances de Machado de Assis - *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, *Quincas Borba* e *Dom Casmurro* - é imprescindível para conhecer e reconhecer a sociedade brasileira, desde seus costumes e hábitos, até a sua complexa forma de pensar e interagir, constituindo-se quase que num dever do cidadão brasileiro, em nome da preservação de sua cultura e de sua nação. O livre acesso à essas obras através do “Portal Domínio Público” só pode contribuir com esse pensamento.

## Peixe dourado

LE CLÉZIO, J.M.G. Peixe dourado. Tradução de Maria Helena Rodrigues de Souza. São Paulo: Cia. Das Letras, 2001. 216 pp. ISBN 85-359-0150-7

---

Luciane Alves Santos

Professora, Doutoranda do Departamento de Letras Modernas da FFLCH/USP, e ministra aulas de Português Instrumental, Leitura e Produção de Texto e Comunicação e Expressão.

---

Não raro, muitos alunos, angustiados com suas dificuldades de externar, por meio da escrita, suas idéias tão bem concatenadas do ponto de vista da oralidade, procuram professores de Comunicação ou Língua Portuguesa para tentar sanar tal problema. Sabemos que vivemos num mundo que valoriza e respeita aqueles que detêm o poder da escrita; portanto, essa necessidade de bem escrever se torna indispensável para quem procura seu espaço social e profissional. Daí a angústia e a urgência no desenvolvimento da linguagem escrita.

A resposta dos profissionais da área de Educação, bem como do ensino da linguagem, é quase sempre a mesma: é preciso ler para melhor escrever. Compactuando com essa idéia, pois também acredito que somente o exercício regular da leitura pode ampliar os horizontes de expectativas e gerar novos conhecimentos, é que indico a leitura da obra Peixe Dourado, do escritor francês J.M.G. Le Clézio. A personagem central da narrativa é uma jovem órfã pobre que, mesmo em condições adversas, nos dá um bom exemplo de como se pode adquirir o conhecimento e a consciência crítica por meio da leitura e da música.

Ao longo de sua carreira, e de sua extensa lista de publicações, a imagem de J.M.G. Le Clézio se construiu como a de um escritor à parte de modismos ou correntes literárias. A leitura de seus livros dão sempre o sentimento de permanente atualidade quando exploram comportamentos humanos, acontecimentos históricos e fatos que se desenrolam no cotidiano. Apesar de ser largamente conhecido no cenário literário europeu, com inúmeros livros traduzidos em vários países, no Brasil, Le Clézio não é um autor suficientemente traduzido, se considerarmos sua extensa lista de publicações.

No romance aqui indicado, o autor investe, mais uma vez, seu olhar nas numerosas vozes marginais, nas minorias que são excluídas e ameaçadas por processos políticos contemporâneos. Toda a narrativa tem o ponto de vista centrado na condição dos imigrantes em países considerados desenvolvidos. O percurso da jovem africana remete à necessidade de reflexão acerca do reconhecimento e aceitação das diferenças.

A partir de uma narração em primeira pessoa, conhecemos a trajetória da jovem marroquina que foi brutalmente arrancada de suas origens sem o direito de conhecer sua verdadeira identidade. Nascida em uma cidade montanhosa do Sul da África, raptada aos seis anos de idade e vendida no Marrocos a uma velha senhora judia que a instrui e a mantém enclausurada, Laïla é um peixe que nada contra a correnteza e que, jogada de um lado para outro, tenta escapar das armadilhas que o destino lhe reserva. Vivendo ilegalmente na França, sem dinheiro nem destino certo, ela busca estratégias de sobrevivência, trabalha em serviços domésticos e investe até em pequenos furtos, como saída para garantir seu sustento. Determinação e coragem são suas únicas riquezas. Sua força reside também no amor à literatura e à música. Durante os anos de andanças, sofrimentos e brutalidades que atravessou, ela sempre encontrou na arte uma estreita relação com a sua própria existência: Frantz Fanon, Aimé Césaire, a voz angustiada da ativista negra Nina Simone, e tantas outras vozes, dialogam com a condição marginalizada da protagonista.

Com o jovem Hakim, ela aprende filosofia; e é também por intermédio desse jovem, descendente de africanos, que ela conhece a obra Os condenados da terra, de Frantz Fanon, que se torna o livro preferido de Laïla, do qual ela nunca se separa. Assim, seus caminhos, entre leituras e músicas, se seguirão até que ela encontre o verdadeiro sentido de sua vida. Deixo, portanto, como sugestão a leitura de uma bela obra literária, que tão bem reflete a profundidade da existência humana, dando-lhe uma extensão universal, valorizando sempre a vida e o respeito ao outro.

---



# Normas editoriais para publicação

A *Revista Santa Rita* tem por finalidade publicar artigos acadêmicos de seus professores, seus alunos e outros colaboradores no intuito de difundir o conhecimento, promover a integração acadêmica e estabelecer um espaço no qual o professor possa manifestar o resultado sua produção intelectual e profissional. A *Revista Santa Rita* é publicada semestralmente e sua difusão é tanto interna quanto externa.

Os textos enviados serão submetidos ao Corpo Editorial, que dispõe de plena autoridade sobre a conveniência da publicação e poderá decidir pela aceitação ou não do trabalho e eventualmente sugerir alterações de estrutura ou conteúdo ao(s) autor(es). As idéias e conceitos serão de exclusiva responsabilidade de seus autores, não refletindo, obrigatoriamente, a opinião da revista.

Os trabalhos deverão ser entregues em disquete - de preferência em Word 6.0 ou maior - sem qualquer tipo de formatação, acompanhados de uma cópia impressa em lauda padrão; ou deverão ser enviados para o endereço eletrônico: [revistasantarita@gmail.com](mailto:revistasantarita@gmail.com), gravados em formato .doc e acompanhados por uma autorização de publicação em separado que deverá ser ratificada após a aceitação do trabalho.

O envio dos trabalhos implica a cessão imediata e sem ônus dos direitos de publicação para a revista. O autor continua a deter todos os direitos autorais para publicações posteriores do artigo, devendo, se possível, fazer constar a referência à publicação na revista.

Os créditos dos autores deverão ser apresentados abaixo do título do trabalho, contendo nome do(s) autor(es), nome da instituição de origem, titulação e profissão.

Os textos deverão ser regidos de acordo com as normas da ABNT, digitados em fonte Arial 12, com espaçamento 1½, justificado. As margens devem ser: superior 3 cm; inferior 2 cm; esquerda 3 cm; direita 2 cm. As notas explicativas devem ser apresentadas no final do texto. Os dados e conceitos emitidos nos trabalhos bem como a exatidão das referências bibliográficas e toda a revisão ortográfica são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es).

O artigo deverá ser estruturado da seguinte forma: título, créditos, resumo e de três a cinco palavras-chave (e os seus correspondentes em outra língua - inglês, francês, espanhol ou alemão) e o texto, que poderá se estruturar em: considerações iniciais (temática, justificativa, objetivos e metodologia), argumentação teórica, resultados, considerações finais, referências bibliográficas, notas de fim.

As citações com mais de 5 linhas, devem aparecer em parágrafo recuado, com espaço 1 e fonte 10, seguidas de parêntese contendo o sobrenome do autor do referido texto em letras maiúsculas, ano de publicação e página do texto citado; as com menos de 3 linhas devem ser incorporadas ao texto, entre aspas.

Os artigos devem ter no mínimo 2.500 e no máximo 25.000 palavras, e as resenhas, no máximo 1.000 palavras. O resumo deve ter no máximo 300 palavras. As ilustrações devem vir prontas para serem impressas - dentro do padrão geral do texto e no espaço a elas destinado - e deverão ser identificadas com título ou legenda. As referências bibliográficas devem estar de acordo com as normas da ABNT (NBR 6023), por exemplo:

Livros no todo:

SELESKOVITCH, Danica & LEDERER, Marianne. *Interpréter Pour Traduire*. 1.ed. Paris: Didier Érudition, 1984.

Partes de livros:

PINTO, Álvaro Vieira. "A definição da pesquisa científica". Em *Ciência e existência: problemas filosóficos da pesquisa científica*. 2. Ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979. p. 441-459.

Trechos em obra coletiva:

SEWELL, Penelope & HIGGINS, Ian. Introduction. In: SEWELL, Penelope & HIGGINS, Ian (eds.), *Teaching Translation in Universities. Present and Future Perspectives*, London: CILT, 1996. p. 9-14.

Artigos de periódicos:

CHESTERMAN, Andrew. From 'Is' to 'Ought': Laws, Norms and Strategies in *Translation Studies*. Target, Amsterdam, v. 5.1, p. 1-20, 1993.

O Corpo Editorial não se obriga a publicar toda e qualquer colaboração que lhe for remetida. Os textos que não estiverem de acordo com as Normas Editoriais serão devolvidos para que sejam feitas as devidas alterações. Os trabalhos recusados serão devolvidos aos autores desde que requeridos.

# Apoio Cultural: