



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
CAMPUS OURO PRETO
Rua Pandiá Calógeras, 898 – Bairro Bauxita – Ouro Preto – Minas Gerais – CEP 35.400-000
(31) 3559-2150

RELATÓRIO INDIVIDUAL DE TRABALHO (RIT)

REFERENTE AO SEMESTRE LETIVO/ANO 1º semestre de 2019		
IDENTIFICAÇÃO DO SERVIDOR		
NOME Luciana Maria Eliza do Vale		
CAMPUS Ouro Preto		
ÁREA OU CURSO Coordenadoria de Desenho - CODADES		
MATRÍCULA SIAPE 1692111	FONE (31) 3559 2277	E-MAIL Luciana.vale@ifmg.edu.br
TIPO DE VÍNCULO (X) Efetivo () Substituto () Temporário ou Colaboração Técnica		
REGIME DE TRABALHO (X) 40h D.E. () 40h () 20h		
ATIVIDADES DOCENTES DESENVOLVIDAS NO SEMESTRE LETIVO		
ATIVIDADES DE ENSINO		
Listar disciplinas ministradas, orientações discentes (concluídas no decorrer do semestre ou em andamento), horários disponibilizados para o atendimento ao discente e demais atividades de ensino descritas no Plano Individual de Trabalho Docente (PIT).		
<p>1. Disciplinas ministradas</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Desenho Técnico para Metalurgia</u> (2 aulas semanais de 50min por turma) Disciplina correspondente ao primeiro ano do Curso Técnico de Metalurgia (total de 3 turmas);- <u>Desenho Técnico para Edificações</u> (4 aulas semanais de 50min por turma) Disciplina correspondente ao primeiro ano do Curso Técnico de Edificações (1 turma);- <u>Desenho Técnico de Jóias</u> (4 aulas semanais de 60min por turma) Disciplina correspondente ao Curso de Formação Continuada de Design de Jóias - FIC (uma turma); <p>2. Atividades de Ensino Desenvolvidas</p> <ul style="list-style-type: none">a) Preparação, elaboração e disponibilização de materiais didáticos das disciplinas Desenho Técnico para Metalurgia, Desenho Técnico para Edificações e Desenho Técnico de Joias.b) Produção e correção de exercícios avaliativos semanais de todas as disciplinas ministradas.c) Atendimento ao discente: as quartas e quintas no período da manhã e tarde e quinta feira a noite.d) Lançamento de notas, frequência e conteúdos desenvolvidos em sala de aula na plataforma CONECTA e entrega do diário físico do Curso FIC na DIPPE .		

- e) Participação em reuniões pedagógicas com o setor de pedagogia do campus Ouro Preto.
- f) Participação no conselho de classe referente a primeira etapa do ano letivo.
- g) Participação em reuniões na DIPPE.
- h) Participação em reuniões de atenção a saúde.
- i) Orientação de monitoria, nas ações com o ensino do desenho técnico para Metalurgia.
- j) Participação na reunião do colegiado de Mineração.
- k) Reuniões da área CODADES.

ATIVIDADES DE PESQUISA

Relatar o andamento dos projetos e demais atividades de extensão listadas no Plano Individual de Trabalho Docente (PIT). No caso de projetos, indicar o cronograma de execução (prazos atuais) e as atividades desenvolvidas no decorrer do semestre.

ATIVIDADES DE EXTENSÃO

Relatar o andamento dos projetos e demais atividades de extensão listadas no Plano Individual de Trabalho Docente (PIT). No caso de projetos ou programas, indicar o cronograma de execução (prazos atuais) e as atividades desenvolvidas no decorrer do semestre.

1. FIC design de Joias em conjunto com a CODAJOIA, com a disciplina desenho técnico de joias, todas as quartas feiras e eventuais quintas feias, carga horária total de 60 horas.

Cronograma de Aulas		
JUNHO	JULHO	AGOSTO
19	03	01
26	04	07
	10	08
	17	14
	18	15
	24	21
	25	22
	31	

ATIVIDADES DE GESTÃO E REPRESENTAÇÃO

Descrever as principais atividades desenvolvidas na gestão institucional do IFMG de acordo com a função; ou atividades em comissões/fiscalizações realizadas no decorrer do semestre de acordo com o Plano Individual de Trabalho Docente (PIT).

1. Reuniões e empenho nas avaliações de estágio probatório para os servidores que se enquadram nesse cenário.
2. Reuniões para preparo do PPC do curso técnico subsequente de joalheria, junto a CODAJOIA.
3. Reuniões com a comissão de avaliação dos projetos dos cursos de formação inicial e continuada FIC, de: Economia ambiental EAD, Libras I e Libras II, em conjunto com a DIPPE.
4. Coordenação de pesquisa do IFMG campus Ouro Preto, participação em reuniões do comitê, instruções normativas, editais de pesquisa, editais simplificados, editais de fluxo contínuo, treinamento na plataforma SUAP, acompanhamento de projetos de pesquisa

via plataforma SUAP, treinamento para novos orientadores e orientandos a respeito das ações da DIPPE, sob a direção da DIPPE.

5. Participação em reuniões do CONSUP.
6. Participação em reuniões do CPPD.
7. Participação em reuniões da comissão de incubadora do IFMG.
8. Avaliação de processo de seleção de projetos de Pesquisa do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG campus São João Evangelista edital - 05/2019.
9. Avaliação de processo de seleção de projetos de Extensão do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG campus Avançado Piumhi edital - 53/2019.
10. Avaliação de processo de seleção de projetos de Extensão do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG campus Avançado Piumhi edital - 54/2019.
11. Avaliação de processo de seleção de projetos de Pesquisa do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG campus Ponte Nova edital – 013/2019.
12. Avaliação de processo de seleção de projetos de Pesquisa do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG campus Avançado Piumhi edital - 16/2019.
13. Avaliação de processo de seleção de projetos de Pesquisa do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG campus Avançado Piumhi edital - 005/2019.

ATIVIDADES DE CAPACITAÇÃO

Descrever o andamento das atividades de capacitação realizadas e seu cronograma atual

PRODUTOS DE ENSINO, PESQUISA E/OU EXTENSÃO

Descrever a produção listada no Plano Individual de Trabalho Docente (PIT).

VALE, Luciana Maria Eliza do. SOUZA, Caissa Veloso e. BATINGA, Georgina Luna. Análise das ações de marketing social em prol de um trânsito seguro: a percepção de motoristas habilitados no Estado de Minas Gerais. 30º ENANGRAD – Gestão da Aprendizagem no Contexto das Transformações. Área temática: 08 – Marketing. Agosto/2019.

PONTUAÇÃO

Confrontar a pontuação obtida no Plano Individual de Trabalho (PIT) com a produção obtida neste Relatório Individual de Trabalho (RIT).

Pontuação total do Plano Individual de Trabalho Docente
(entregue no início do semestre letivo)

54

Pontuação total deste Relatório Individual de Trabalho Docente

66

Caso haja diferença na pontuação, JUSTIFIQUE:

Alteração no total da pontuação se deve pelos itens:

Publicação em eventos nacionais; Participação em eventos como debatedor, palestrante, ofertante de minicursos ou oficinas; Aulas de curso FIC; Orientação de pré-incubadoras e incubadoras de empresas

PARECER DA COORDENAÇÃO

APROVADO EM REUNIÃO DE ÁREA 09/10/2019

OBSERVAÇÃO:

O Relatório Individual de Trabalho deve ser acompanhado da relação dos documentos comprobatórios das atividades efetivamente desenvolvidas no período.

Professor(a): Luciana Maria Eliza do Vale

Coordenadora de Área/Curso: Ana Lúcia Sampaio Maia

Diretor de Ensino: Profa. Dra. Ana Elisa da Costa Novais

Ouro Preto, 09 de Outubro de 2019.

Luciana Maria Eliza do Vale
Luciana Maria Eliza do Vale
Luciana Maria Eliza do Vale



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL MINAS GERAIS
PRO-REITORIA DE PESQ, INOV E POS-GRAD

DECLARAÇÃO DE AVALIADOR DE PROJETOS DE PESQUISA

Declaramos que Luciana Maria Eliza do Vale ,matrícula SIAPE 1692111, avaliou projetos de pesquisa para o EDITAL Nº 05, DE 19 DE FEVEREIRO DE 2019 Campus São João Evangelista no ano de 2019 das seguintes áreas de conhecimento:

Área de Conhecimento	Quantidade de Projetos Avaliados
ENGENHARIA SANITÁRIA	1
RECURSOS FLORESTAIS E ENGENHARIA FLORESTAL	1
RECURSOS FLORESTAIS E ENGENHARIA FLORESTAL	1
AGRONOMIA	1

Descrição dos Projetos Avaliados

Título do Projeto	Área de Conhecimento
Análise da qualidade de água na área rural do município de São João Evangelista- MG	ENGENHARIA SANITÁRIA
AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE SEGURANÇA DAS MÁQUINAS E IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS E FLORESTAIS DO CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA – IFMG	RECURSOS FLORESTAIS E ENGENHARIA FLORESTAL
CARACTERIZAÇÃO TECNOLÓGICA DE MADEIRAS COMERCIALIZADAS EM SERRARIAS DE SÃO JOÃO EVANGELISTA-MG	RECURSOS FLORESTAIS E ENGENHARIA FLORESTAL
EFEITO DO MODO DE APLICAÇÃO DO BIORREGULADOR NO DESENVOLVIMENTO DE MUDAS DE CANA-DE-AÇÚCAR OBTIDAS POR DIFERENTES FORMAS NO SISTEMA DE MUDAS PRÉ-BROTADAS (MPB).	AGRONOMIA

Belo Horizonte, 8 de Outubro de 2019.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL MINAS GERAIS
PRO-REITORIA DE EXTENSÃO

DECLARAÇÃO DE AVALIADOR DE PROJETOS DE EXTENSÃO

Declaramos, para os devidos fins, que Luciana Maria Eliza do Vale avaliou projeto(s) de extensão referentes ao EDITAL Nº 54 /2019: Projetos de Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC), no período de 09/05/2019 a 12/06/2019, na(s) seguinte(s) área(s) temática(s):

Área Temática	Quantidade de Projetos Avaliados
Tecnologia e Produção	1

Belo Horizonte, 8 de Outubro de 2019.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL MINAS GERAIS
PRO-REITORIA DE EXTENSÃO

DECLARAÇÃO DE AVALIADOR DE PROJETOS DE EXTENSÃO

Declaramos, para os devidos fins, que **Luciana Maria Eliza do Vale** avaliou projeto(s) de extensão referentes ao EDITAL Nº53 /2019: **Projetos de Eventos de Extensão**, no período de 09/05/2019 a 12/06/2019, na(s) seguinte(s) área(s) temática(s):

Área Temática	Quantidade de Projetos Avaliados
Comunicação	1

Belo Horizonte, 8 de Outubro de 2019.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL MINAS GERAIS
PRO-REITORIA DE PESQ, INOV E POS-GRAD

DECLARAÇÃO DE AVALIADOR DE PROJETOS DE PESQUISA

Declaramos que Luciana Maria Eliza do Vale ,matrícula SIAPE 1692111, avaliou projetos de pesquisa para o Edital de Pesquisa Aplicada do Campus Avançado Piumhi com fomento da Prefeitura Municipal no ano de 2019 das seguintes áreas de conhecimento:

Área de Conhecimento	Quantidade de Projetos Avaliados
PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL	1

Descrição dos Projetos Avaliados	
Título do Projeto	Área de Conhecimento
Sistema LPUOS Piumhi	PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL

Belo Horizonte, 8 de Outubro de 2019.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL MINAS GERAIS
PRO-REITORIA DE PESQ, INOV E POS-GRAD

DECLARAÇÃO DE AVALIADOR DE PROJETOS DE PESQUISA

Declaramos que Luciana Maria Eliza do Vale ,matrícula SIAPE 1692111, avaliou projetos de pesquisa para o EDITAL 013/2019 – PROCESSO SELETIVO DE PROJETOS PARA O PROGRAMA INSTITUCIONAL DE BOLSAS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA (PIBIC Jr.) no ano de 2019 das seguintes áreas de conhecimento:

Área de Conhecimento	Quantidade de Projetos Avaliados
ADMINISTRAÇÃO	1
INTERDISCIPLINAR	1
GEOGRAFIA	1
EDUCAÇÃO	1

Descrição dos Projetos Avaliados

Título do Projeto	Área de Conhecimento
AVALIAÇÃO DA IMPLEMENTAÇÃO DO CAMPUS AVANÇADO DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS NO MUNICÍPIO DE PONTE NOVA: RESULTADOS INICIAIS.	ADMINISTRAÇÃO
Diagnóstico dos resíduos gerados em oficinas mecânicas de veículos automotivos no município de Ponte Nova-MG.	INTERDISCIPLINAR
EDUCAÇÃO INCLUSIVA: UM ESTUDO SOBRE A REALIDADE DOCENTE NA ÁREA DE GEOGRAFIA DO IFMG	GEOGRAFIA
PROPOSTA DE DETECÇÃO DE ESTILOS DE APRENDIZAGEM DE ESTUDANTES DO IFMG CAMPUS PONTE NOVA UTILIZANDO O MODELO FSLSM	EDUCAÇÃO

Belo Horizonte, 8 de Outubro de 2019.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL MINAS GERAIS
PRO-REITORIA DE PESQ, INOV E POS-GRAD

DECLARAÇÃO DE AVALIADOR DE PROJETOS DE PESQUISA

Declaramos que Luciana Maria Eliza do Vale ,matrícula SIAPE 1692111, avaliou projetos de pesquisa para o Edital 005/2019 - Dispõe sobre o Processo Seletivo 2019 para o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, Iniciação Científica Jr e Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação do IFMG Campus Avançado Piumhi no ano de 2019 das seguintes áreas de conhecimento:

Área de Conhecimento	Quantidade de Projetos Avaliados
ENGENHARIA CIVIL	1
ENGENHARIA CIVIL	1
INTERDISCIPLINAR	1

Descrição dos Projetos Avaliados

Título do Projeto	Área de Conhecimento
Corpos-de-prova de concreto comum comparados aos de concreto com microesferas de vidro	ENGENHARIA CIVIL
Pavimento permeável: desafios e oportunidades	ENGENHARIA CIVIL
Proposta de Plano de Classificação Viária do município de Piumhi	INTERDISCIPLINAR

Belo Horizonte, 8 de Outubro de 2019.



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - Reitoria
Avenida Vicente Simões, 1.111, Nova Pousa Alegre, Pousa Alegre / MG, CEP 37553-465 - Fone: (35) 3449-6150

PORT 895/2019 - GABINETE/RET/IFSULDEMINAS

17 de junho de 2019

O REITOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SUL DE MINAS GERAIS, nomeado pelo Decreto de 23.07.2018, publicado no DOU de 24.07.2018, seção 2, página 1, no uso das atribuições legais e considerando a Resolução N° 040, de 12 de maio de 2014, homologada pela Resolução n° 48, de 24 de junho de 2014, e tendo em vista o que consta no processo eletrônico N° 23501.000152.2019-85, **RESOLVE**:

Designar Comissão Especial para Concessão de RSC – Reconhecimento de Saberes e Competências para avaliar solicitação da servidora docente **PATRICIA APARECIDA MONTEIRO** do IFSULDEMINAS, *Campus* Passos, a saber:

NOME	SIAPE	SITUAÇÃO
LONNE RIBEIRO ARAÚJO	1109431	Avaliador Externo
LUCIANA MARIA ELIZA DO VALE	1692111	Avaliador Externo
FRANCIELE MENEGUCCI	1194019	Avaliador Interno Presidente

Documento assinado eletronicamente por:

• **Marcelo Bregagnoli, REITOR - RET**, em 17/06/2019 11:27:56.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 17/06/2019. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifsuldeminas.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 19034

Código de Autenticação: 42c19b2eba



Documento eletrônico gerado pelo SUAP (<https://suap.ifsuldeminas.edu.br>)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal do Sul de Minas Gerais

ENCARGO DE CURSO OU CONCURSO

ANEXO II
(Decreto nº 6.114, de 15/05/2007)

**ENCARGO DE CURSO OU CONCURSO
DECLARAÇÃO DE EXECUÇÃO DE ATIVIDADES**

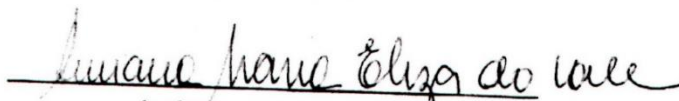
Pela presente DECLARAÇÃO DE EXECUÇÃO DE ATIVIDADES, eu Luciana Maria Eliza do Vale, Matrícula SIAPE nº 1692111 ocupante do cargo de professora EBTT, do Quadro de Pessoal do **Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - IEMG**, em exercício no Campus Ouro Preto, declaro ter participado, no ano em curso, das seguintes atividades relacionadas a curso, concurso público ou exame vestibular, previstas no art. 76-A da Lei nº 8.112, de 1990, e no Decreto n.º 6.114, de 15/05/2007:

Atividade	Data	Horas trabalhadas (1)
Análise do processo RSC	02/07/2019	3 horas
Total de horas trabalhadas		3 horas

(1) Relacionar no máximo 03 horas para análise do processo RSC do IFSULDEMINAS

Declaro, ainda, que não excedi os limites previstos pelo Art. 21 da Lei nº 12.863 de 24/09/2013, no que se refere às atividades de caráter eventual ou esporádico. Declaro, ainda, que as atividades de Análise e Parecer RSC acima mencionadas, foram executadas fora do meu horário de expediente, não necessitando de compensação de horas. Por fim, declaro, sob minha inteira responsabilidade, serem exatas e verdadeiras as informações aqui prestadas, sob pena de responsabilidades administrativa, civil e penal.

Contagem, 02/07/2019.


Assinatura por extenso



ENANGRAD

GESTÃO DA APRENDIZAGEM

NO CONTEXTO DAS TRANSFORMAÇÕES

Certificado de Participação

Certificamos que **LUCIANA MARIA ELIZA DO VALE** participou do **30º ENANGRAD – Encontro Nacional de Cursos de Graduação em Administração**, realizado na Universidade Federal de Uberlândia (MG) nos dias 23, 24 e 25 de agosto de 2019, totalizando 30 horas.

Edson Kenji Kondo
Diretor de Ensino e Pesquisa

Tâguara Langrafe
Presidente da ANGRAD

Rafael Guerreiro
Coordenador do 30º ENANGRAD

Realização



Correalização



Patrocínio Diamante





Marketing

Enangrad Pleno

ÁREA TEMÁTICA 08 - MARKETING

**ANÁLISE DAS AÇÕES DE MARKETING SOCIAL EM PROL DE UM TRÂNSITO
SEGURO: A PERCEPÇÃO DE MOTORISTAS HABILITADOS DE MINAS GERAIS**

**ANALYSIS OF SOCIAL MARKETING ACTIONS FOR A SAFE TRANSIT: THE
PERCEPTION OF ENABLED MOTORISTS OF MINAS GERAIS**

RESUMO

O cenário do trânsito no mundo é responsável por relevante número de ocorrências entre indivíduos, veículos automotores e condições viárias, que fazem parte desse ambiente. As possíveis causas dessas contingências, que podem se desmembrar em diversos graus de acometimentos, chegando ao óbito, são diversas, como, por exemplo, a imprudência dos condutores, sob as variadas formas de condução dos veículos automotores e seus posicionamentos enquanto pedestres. Nesse aspecto, o presente trabalho teve como objetivo analisar as ações de marketing social utilizadas pelos órgãos governamentais para a promoção de um trânsito seguro, segundo a percepção de motoristas habilitados no estado de Minas Gerais, nas diversas categorias de habilitação. Foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa, por meio de *survey*, em caráter transversal, baseada nos construtos desenvolvidos para o tema em questão. A amostra foi composta por 583 questionários analisados por meio do *software* estatístico SPSS. Os resultados indicam que campanhas de cunho mais trágico trariam resultados mais assertivos, porém, no Brasil, há predominância de campanhas que não apresentam cenas consideradas "fortes". Os grupos de referência se mostraram importantes para os entrevistados, o que enseja que sejam considerados em abordagens relativas ao trânsito.

Palavras-chave: Trânsito. Motoristas Habilitados. Marketing Social. Acidentes. Campanhas Publicitárias.

ABSTRACT

The scenario of traffic in the world is responsible for the relevant number of occurrences between individuals, motor vehicles and road conditions, which are part of this environment. The possible causes of these contingencies, which can be broken down into different degrees of occurrence, leading to death, are diverse, such as the recklessness of drivers, under the various forms of driving motor vehicles and their positions as pedestrians. In this aspect, the objective of this study was to analyze the social marketing actions used by government agencies to promote safe traffic, according to the perception of qualified drivers in the state of Minas Gerais, in the various categories of habilitation. A quantitative approach was carried out, through a cross - sectional survey, based on the constructs developed for the subject in question. The sample consisted of 583 questionnaires analyzed using SPSS statistical software. The results indicate that campaigns of a more tragic nature would bring more assertive results, however, in Brazil, there is a predominance of campaigns that do not present scenes considered "strong". The reference groups were important for the interviewees, which leads them to be considered in approaches to traffic.

Keywords: Transit. Enabled Drivers. Social Marketing. Accidents. Advertising Campaigns.

1. Introdução

O trânsito, em diversos países, é responsável por um número significativo de acidentes com vítimas, inclusive com óbitos. As causas desses acidentes são diversas, podendo compreender imprudência dos condutores, como excesso de velocidade e desrespeito à sinalização (DIAS, 2008; BRĂTUCU *et al.*, 2016; VRANES *et al.*, 2017), condições precárias das vias (CNT, 2015), negligências dos transeuntes (RETRATO DA SEGURANÇA VIÁRIA NO BRASIL, 2014). Para o Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV), as três principais causas relacionadas à segurança viária podem ser relacionadas em: (1) fator humano, o que representa 90% das causas dos acidentes, especialmente em função da desatenção e do desrespeito à sinalização; (2) fator veículo, o que representa 5% das causas dos acidentes, incluindo falhas mecânicas, elétricas e/ou eletrônicas, entre outras relacionadas aos veículos; (3) fator via, o que representa os 5% restantes (ONSV, 2015). De acordo as estatísticas da Organização Mundial da Saúde (OMS), realizadas entre os anos 2000 e 2012, publicadas em julho de 2014, os acidentes automobilísticos são responsáveis por 1,3 milhão de mortes ao ano, sendo esta a 9ª posição no *ranking* mundial sobre causas de óbitos (RGT, 2015).

Considerando-se a amplitude das sequelas desses acidentes, tanto físicas quanto psicológicas, para a OMS, é essencial ampliar a conscientização e a capacitação dos envolvidos nos ambientes que utilizam os veículos. Ainda, o país deve provocar a mobilização junto às autoridades e entidades relacionadas, de modo a assumirem posturas proativas que beneficiem e comunguem de um trânsito mais seguro (OMS, 2015). Nesse aspecto, o mecanismo para promover a redução da mortalidade no trânsito compreende assegurar que os Estados adotem leis que cumpram os cinco dominantes fatores de risco: dirigir alcoolizado, excesso de velocidade e o não uso do capacete, do cinto de segurança e das cadeiras para crianças (OMS, 2015). Especialmente no Brasil, as causas de acidentes de trânsito são classificadas, segundo o Sistema Nacional de Trânsito (SNT), em quatro categorias de fatores de risco: fatores humanos, fatores ligados à infraestrutura, ao meio ambiente e aos veículos. O acidente é considerado como uma disfunção do sistema integrado pelo homem: veículo-via-meio ambiente (BRASIL, 2014).

As práticas para um trânsito seguro são determinantes para a mobilidade, o desenvolvimento, a segurança, a saúde e a motorização, importantes coadjuvantes na convivência saudável da sociedade. Neste sentido, as ações propostas pelo marketing social se constituem como estratégias viáveis no processo de educação e conscientização da população, pois diz respeito ao planejamento sistemático de técnicas e princípios do marketing tradicional para a promoção de mudanças de comportamentos da sociedade em prol do bem social (KOTLER; LEE, 2011). Nesse sentido, é relevante destacar como esses distintos hábitos ou práticas se processam e de que forma tais praxes podem ser influenciadas, visto que o marketing social não produz ações coercitivas, mas sim mudanças de comportamento voluntário, sob o aspecto de influências cognitivas (ANDREASEN, 2003; CISMARU; LAVACK; MARKEWICH, 2009; CRACIUN; SHIN; ZHANG, 2017). Diante dessa perspectiva, o Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV), uma organização não governamental reconhecida pelo Ministério da Justiça como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), desenvolve ações coadjuvantes como agente catalisador da sociedade na gestão da segurança viária e veicular, por meio de estudos, pesquisas, dados e educação para a diminuição dos índices de acidentes (ONSV, 2016). A partir do cenário apresentado, este estudo objetivou analisar as ações de marketing social utilizadas pelos órgãos governamentais para a promoção

de um trânsito seguro, segundo a percepção de motoristas habilitados, no estado de Minas Gerais, nas diversas categorias de licenças para dirigir. O presente estudo justifica-se, do ponto de vista acadêmico, por propor uma análise acerca do marketing social em um objeto de estudo ainda pouco explorado, assim como a temática acidentes de trânsito. Nesse aspecto, espera-se que o trabalho possa contribuir com a área, ao versar sobre um campo distinto, o que permite ampliar o escopo de observação acerca da discussão. No âmbito social, os resultados poderão contribuir com os formuladores de políticas públicas relacionadas ao ambiente do trânsito, especialmente identificando os atributos que mais se relacionam ao maior engajamento dos sujeitos acerca da causa de interesse, ou seja, em prol de condutas seguras, contribuindo, portanto, para elevar, restabelecer e desenvolver uma melhora do bem-estar social por meio práticas mais seguras no trânsito.

2. Marketing Social

A trajetória do marketing, baseada no contexto histórico, constrói seu percurso fundamentada no estímulo ao consumo, seja de produtos ou de serviços, além de promover o desenvolvimento econômico (BAKER, 2005). Nesse contexto, a procura, a obtenção, a aquisição e o consumo propriamente dito, em seu mais amplo sentido, tornam-se maneiras pelas quais os indivíduos assumem seus interesses particulares, sob as influências culturais e sociais (ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000). Contudo, apesar de sua gênese voltada ao consumo, a partir da segunda metade da década de 1960, torna-se factível apontar uma transformação de paradigma acerca da teoria e da aplicação do marketing. Tal mudança fundamenta-se sob diversas perspectivas iniciadas nesse período, principalmente quanto ao papel que a área do marketing se apropriaria, por meio das mudanças sociais associadas àquela época (KOTLER; LEVY, 1969; LAZER, 1969; LUCK, 1969). Disposto esse novo cenário, um gradual progresso de expansão, tanto na estrutura quanto no conceito do marketing, sobrepujou sua base tradicional tangente à economia, para abranger áreas como a religião, a política, a social, a cultural, entre outras (SHETH; GARDNER; GARRET, 1988; AJZENTAL, 2008; BARAKAT; LARA; GOSLING, 2011). Esse novo escopo do marketing permite traçar um paralelo entre as estratégias e os objetivos do marketing dito tradicional ou comercial e da "nova abordagem", dita marketing social. Destaca-se que ambos se fundamentam no cliente ou público-alvo, entretanto, no primeiro, o processo é direcionado para a venda de bens e/ou serviços, ao passo que o segundo se baseia em promover mudanças de comportamentos com a perspectiva de uma causa social (KOTLER; LEE, 2011).

Nesse sentido, para Kotler e Lee (2008), o marketing social pode ser entendido a partir do uso de concepções e técnicas do marketing para sugerir um determinado público a, voluntariamente, aceitar, rejeitar, modificar ou abandonar certos comportamentos em benefício de outrem, sejam indivíduos, grupos ou sociedade, sob a expectativa de melhorar a qualidade de vida. Para o marketing social, o aspecto mais intrigante, e às vezes antagônico, vem da recompensa pelas boas práticas e a punição dos maus comportamentos (KOTLER; LEE, 2011). Portanto, no caso do trânsito, o desafio é restituir e repreender os sujeitos que, de modo voluntário ou não, se apropriam deste por meio de condutas inviáveis ao bem-estar social e ao respectivo direito como cidadão (KOTLER; LEE, 2011), como por exemplo, condutas nocivas ao bom funcionamento e segurança do trânsito (MOCK *et al.*, 2005; DIAS; SOUSA; BATISTA, 2018).

3. Campanhas de educação no trânsito no mundo

Os países desenvolvidos elegem suas campanhas educativas no trânsito por meio de cenas aparentemente reais, de diferentes tipos de acidentes (REVISTA MUNDO TRÂNSITO, 2013). Alguns arquétipos de campanhas educativas de trânsito no mundo são elencados a seguir e dispostas suas características principais. A Austrália é pioneira na educação de choque. Nos anos de 1986, o governo do estado de Victória criou uma comissão, chamada de Comissão de Acidentes de Trânsito (TAC), para desenvolver atividades educativas de trânsito, porque os dados estatísticos daquele ano demonstraram que o estado atingiu a marca de três mil acidentados em diversos níveis de acometimento. A TAC paga benefícios para as pessoas acidentadas em ocorrências de trânsito, além de promover campanhas educativas com o objetivo de reduzir a incidência de traumas rodoviários por meio de programa de prevenção de acidentes. Entre os programas pode-se citar o “Velocidade Segura de Rumo Zero”, que tem por propósito principal a fixação dos limites de velocidade adequados para as condições das vias e rodovias (TAC, 2016).

O governo australiano, para combater os acidentes de trânsito, lançou na mídia campanhas educativas que mostravam como pequenos comportamentos inadequados no trânsito geravam acidentes violentos. Tais campanhas apresentavam pessoas comuns, em situações cotidianas, que se envolviam em sinistros resultando em mutilações ou mortes. O objetivo era relacionar a sociedade com os protagonistas das histórias, mesclando imagens reais de pessoas que perderam familiares ou amigos em acidentes de trânsito. O apelo às pessoas resultou em choque para aquela sociedade. Os vídeos produzidos pela TAC estão entre os mais visualizados na internet. Como resultado, nesses trinta anos de campanha, os índices de acidentes reduziram em cerca de 50% na Austrália (REVISTA MUNDO TRÂNSITO, 2013). A partir dos anos 2000, a França lançou campanhas educativas no trânsito por meio de mensagens e imagens mais contundentes, as quais mostram crueldades em detalhes pelas consequências dos sinistros. Aliado à intensa campanha educativa, concomitante à criação de leis mais duras e às fiscalizações intensas, o trânsito na França, que registrava altos índices de acometimentos em acidentes (cerca de 75%), baixou seus índices nos últimos dez anos. O governo alemão, no ano de 2008, lançou a campanha denominada “*Runter Von Gas!*”, traduzida por “pé no freio!”. O propósito principal era conscientizar as pessoas acerca da direção segura. Em 2012, a Alemanha elegeu, juntamente com os países membros da ONU, a década de 2011-2020 para o combate à violência no trânsito, por meio de campanhas impactantes que levassem as pessoas a refletirem sobre o risco de dirigirem sob o efeito de alcoolemia ou distraídos (REVISTA MUNDO TRÂNSITO, 2013).

4. Campanhas sobre acidentes de trânsito no Brasil

No Brasil, as campanhas educativas de trânsito são, de certo modo, sutis, ilustrando as consequências de sinistros ocasionados pelos fortes impactos das colisões. Apresentam, de maneira geral, forte apelo ao humor e à reflexão não direta, por meio de mensagens leves para mudança de comportamento. A justificativa para esse tipo de abordagem encontra-se no Código Brasileiro de Trânsito - CTB, sob a Resolução 314/09 do Contran, a qual determina que as campanhas de educação para o trânsito veiculadas nos diversos meios de comunicação devem ressaltar ações positivas, pois os aspectos negativos, como a apresentação de violência e cenas drásticas, devem ser tratados com cuidado, a fim de se evitar a anodinia, ou seja, a banalização das consequências por meio da violência (JUSBRASIL, 2016).

Para alguns especialistas da área de trânsito no Brasil, essa abordagem indireta de reflexão para a mudança de comportamento não atinge eficazmente os condutores e as pessoas que fazem do trânsito meio de locomoção diária, diferentemente do que se emprega em países desenvolvidos, que lançam mão de cenas drásticas para sensibilizar e conscientizar os indivíduos acerca da importância de se locomover com segurança, a partir de atitudes simples no dia a dia do trânsito (ABRAMET, 2016). O Ministério das Cidades lançou, no segundo semestre do ano de 2012, a campanha “Parada – um pacto pela vida”, criada para diminuir os acidentes e mortes no trânsito. O sentido primário da campanha, que é promovida em qualquer época do ano, principalmente em datas comemorativas tais como férias, traz em suas peças publicitárias a mensagem: “tira de sua vítima tudo que ela teve, tudo que ela tem e tudo que ainda poderia ter”. Ao final, completa com a seguinte frase: “consciência, um pacto pela vida”. Dentro da perspectiva do trânsito, mudanças de comportamento são imprescindíveis para que se almeje o bem-estar social. Para tanto, são realizadas campanhas nacionais de trânsito a cada ano, sempre direcionadas à atenção dos indivíduos e preconizando o comportamento social e em grupo das pessoas, para que atendam aos níveis de segurança, respeito e sociabilidade no trânsito (BRASIL, 2008). Corroborando esse aspecto, o Ministério da Saúde compõe esse incentivo itinerante mediante o Contran, no artigo 77, esclarecendo as condutas para os primeiros socorros em caso de acidentes de trânsito, por intermédio do Sistema Único de Saúde (SUS), sendo intensificados nos períodos e na forma especificada no artigo 76 (JUSBRASIL, 2016a). Diante do exposto, é relevante observar que a eficácia ou eficiência de uma campanha educativa voltada para o trânsito pode ser analisada segundo a limitação da sociedade às mudanças de hábitos e/ou pelo condicionamento existente, que passa do nível individual para o coletivo. Nesse aspecto, ações de comunicação podem provocar emoções coletivas, conduzindo a mudanças de comportamento (LUDWIG, 2010).

Dentre as ações desenvolvidas, destaca-se a criação do Movimento Maio Amarelo, pelo Observatório Nacional de Segurança Viária - ONSV, uma organização não governamental criada no ano de 2011, por intermédio dos princípios da reunião para segurança viária da ONU, cujo objetivo é multisetorial, perpassando pelas áreas da educação, fiscalização, legislação e engenharia. As ações veiculadas são coordenadas pelo poder público e pela sociedade civil. O Movimento Maio Amarelo visa chamar a atenção e mobilizar os indivíduos para os altos índices de mortes e feridos no trânsito em todo o mundo. Participam desse movimento: Angola, Argentina, Austrália, Áustria, Benin, Brasil, Camarões, Costa do Marfim, Espanha, EUA, Geórgia, Holanda, Índia, Marrocos, México, Moçambique, Portugal, Quênia, Reino Unido, República Dominicana, Tunísia, Vietnã, Uruguai. No Brasil, quatrocentas cidades aderiram ao movimento (ONSV, 2016). Ressalta-se que o Movimento Maio Amarelo acontece especificamente no mês de maio, entretanto suas diretrizes determinam que ele deve ser acompanhado durante todo o ano do lançamento, concomitante às campanhas realizadas pelo Denatran. O Movimento Maio Amarelo deve proporcionar o envolvimento da sociedade civil, dos órgãos que gerenciam o trânsito, bem como dos governos de cada cidade ou país. A cada ano, a partir da sua criação, o Movimento Maio Amarelo apresenta frases de responsabilidade social sob a justificativa de imputar ao indivíduo sua parcela de atuação para que o trânsito se torne seguro (ONSV, 2016).

Portanto, discutir e promover campanhas educativas de trânsito torna-se um dever governamental, embasado no CTB e corroborado pela ONU, ONSV e demais órgãos e entidades que buscam mudanças de hábitos e melhorias dos índices

estatísticos de acidentes no trânsito (ONSV, 2016). Nesse sentido, comemora-se, inclusive no Brasil, o Dia Mundial em Memória das Vítimas de Trânsito, que é realizado no terceiro domingo do mês de novembro, a partir de sua criação, em 17 de novembro de 1993, pela *RoadPeace*, uma organização de caridade do Reino Unido voltada para atenção às vítimas de acidentes rodoviários (ONSV, 2016). Como em todas as datas que implicam ações de mudança de comportamento e consciência no trânsito, no Brasil, as peças publicitárias dessa semana de alertas para o cuidado de um trânsito melhor podem ser descritas por uma evolução na apresentação das peças gráficas e abordagens das campanhas. No ano de 2016, tem-se a marca de uma contagem temporal de dez anos de movimento em prol de mudanças de comportamento dos indivíduos no trânsito. Essas campanhas reforçam o desenvolvimento de tecnologias, como o uso de aparelho celular ao volante, quesito que no ano de 2006 não era abordado e que, com o passar dos tempos, se tornou um dos maiores elementos causadores de sinistros de trânsito. No que se refere ao ano de 2017, as campanhas educativas promoveram uma redução dos acidentes de trânsito em 21%. Dentre as estratégias utilizadas pelo Estado para essa redução tem-se as operações de sensibilização nas rodovias e a divulgação de vídeos relacionados à temática (BRASIL, 2017).

5. Metodologia

Este estudo denota-se como descritivo sob a perspectiva da abordagem quantitativa, com análise e discussão em maior nível de aprofundamento a partir dos construtos classificados para esta pesquisa. A população desta pesquisa diz respeito aos indivíduos com idades a partir de 18 anos, que sejam habilitados em qualquer categoria e dirijam no trânsito das vias públicas do estado de Minas Gerais. O limite inferior de idade da população desta pesquisa foi atribuído por meio do CTB (2008) e não foi estabelecido um limite superior de idade. A amostra desta pesquisa é composta por indivíduos com idades iguais ou superiores a 18 anos, que possuam CNH pertencente a qualquer categoria e que sejam residentes na cidade de Belo Horizonte e na região metropolitana da cidade (RMBH), que é composta por 33 municípios, sendo eles: (1) Baldim; (2) Betim; (3) Brumadinho; (4) Caeté; (5) Capim Branco; (6) Confins; (7) Contagem; (8) Esmeraldas; (9) Florestal; (10) Ibirité; (11) Igarapé; (12) Itaguara; (13) Itatiaiuçu; (14) Jaboticatubas; (15) Juatuba; (16) Lagoa Santa; (17) Mário Campos; (18) Mateus Leme; (19) Matozinhos; (20) Nova Lima; (21) Nova União; (22) Pedro Leopoldo; (23) Raposos; (24) Ribeirão das Neves; (25) Rio Acima; (26) Rio Manso; (27) Sabará; (28) Santa Luzia; (29) São Joaquim de Bicas; (30) São José da Lapa; (31) Sarzedo; (32); Taquaraçu de Minas; (33) Vespasiano (IBGE, 2016).

O tamanho da amostra foi definido segundo as proposições de Hair Jr. *et al.* (2009), para técnicas de análises multivariadas. Segundo os autores, no caso de análise fatorial, espera-se um mínimo de cinco vezes mais observações do que o número de variáveis a serem analisadas (em escala Likert), sendo o tamanho mais aceitável uma proporção de dez para um. Nesse aspecto, ressalta-se que o tamanho da amostra em questão também supera indicações mais conservadoras, como a de Field (2009), que sugere o número mínimo de 10 a 15 participantes por variável, classificando como bom, um tamanho de amostra que supere 300 sujeitos pesquisados. Para o presente estudo, dadas as limitações operacionais para se estabelecerem amostragens probabilísticas, a amostra foi de caráter não

probabilístico, compreendendo os sujeitos que respeitem os critérios estabelecidos para seleção e que estejam disponíveis para a participação da pesquisa.

Nesse sentido, a amostra foi composta por 583 motoristas habilitados, o que representa 15,34 questionários coletados por variável, considerando-se que o questionário aplicado foi composto por 38 variáveis em escala likert. Para a elaboração do questionário tomaram-se como base outras pesquisas já realizadas sobre marketing social, não se limitando a pesquisas sobre trânsito: Menezes (2013) e Pereira (2015), que estudaram o marketing social na perspectiva da doação de sangue; Rezende (2015), que teve como foco a doação de órgãos; e Dias (2015), que estudou as campanhas de marketing social em prol de um trânsito seguro. Durante o curso da pesquisa, foi realizado um pré-teste da variação da escala em 7, 9 e 11 pontos, com uma amostra de 30 questionários. O pré-teste revelou que a escala de 9 pontos se mostrou mais adequada. Não foram identificadas outras alterações ou sugestões necessárias. A análise de dados ocorreu por meio de aplicação de dois grupos de técnicas estatísticas. Inicialmente, aplicou-se a estatística descritiva e, na sequência, procedeu-se à análise multivariada dos dados por intermédio do *software* estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 21. A escolha da análise fatorial se justifica por permitir que variáveis envolvidas em construtos possam ser condensadas de forma a encontrar aquelas que mais representem o perfil dos indivíduos pesquisados e a relação com o ambiente do trânsito.

6. Apresentação dos resultados

Foram aplicados 674 questionários a indivíduos que atendem aos critérios estabelecidos: idade mínima de 18 anos; habilitação em qualquer categoria de veículos automotores; residir na região metropolitana de Belo Horizonte. Os questionários foram respondidos por meio da plataforma eletrônica *surveymonkey.com*. Desse total, 2 respondentes não concordaram em participar da pesquisa, 17 não residem em Belo Horizonte e/ou região metropolitana e 72 não completaram todas as respostas. Portanto, a amostra final foi constituída por 583 questionários válidos. Em relação as campanhas de combate aos acidentes no trânsito e às vivências no trânsito, os indivíduos foram questionados sobre sua percepção acerca das ações de marketing social. Mais da metade dos respondentes, isto é, 497 pessoas ou 85,2%, afirmou já ter visto ou ouvido alguma campanha sobre prevenção de acidentes realizada por órgãos governamentais. No tocante aos meios de comunicação nos quais os respondentes viram ou ouviram as campanhas sobre acidentes de trânsito, a televisão se mostrou o veículo mais acessado, assim, a informação foi mais acessada por meio da TV para 69,2% dos respondentes, seguida do rádio, com 41,7% da totalidade de participantes. Para os 497 respondentes que afirmaram já terem visto ou ouvido alguma campanha sobre acidentes de trânsito, foi perguntado se eles se lembravam da mensagem veiculada na campanha. A maioria (66,2%) afirmou que sim. A respeito de normas de circulação para motoristas, 427 indivíduos (73,2%) declaram que conhecem adequadamente tais normas.

6.1 Apresentação do modelo de análise fatorial

O instrumento de coleta de dados foi composto por 38 questões em escala likert, que compreendem essa etapa da análise de dados. Para os testes do modelo, foram aferidas as técnicas de rotações oblíquas Oblimin e Promax e o método Varimax de rotação ortogonal, considerado por Hair Jr. *et al.* (2009), o método mais

empregado em rotações ortogonais, obtendo um padrão mais invariante no experimento de Kaiser. Após os testes iniciais, optou-se se por utilizar o método Varimax de rotação ortogonal e o método de componentes principais, que é aconselhado quando se pretende encontrar um número mínimo de fatores que respondem pela máxima variância. A análise de componentes principais permite, ainda, calcular exatamente os escores fatoriais, fornecendo a contagem não correlacionada (MALHOTRA, 2012). Como critério para a determinação das cargas fatoriais, excluíram-se as variáveis com comunalidades inferiores a 0,5, observando-se a proporção de Hair Jr. *et al.* (2009) para que sejam declaradas significantes estatisticamente. As comunalidades extraídas estão dispostas na tabela 1.

Tabela 1 – Comunalidades extraídas

Variável	Comunalidades	
	Inicial	Extração
Q9 = Meus amigos/parentes falam ao celular na direção.	1,000	0,798
Q10 = Meus amigos/parentes digitam no celular na direção.	1,000	0,83
Q11 = Meus amigos/parentes dirigem após beber.	1,000	0,661
Q15 = Ultrapasso outro veículo em faixa contínua porque o veículo da frente anda devagar demais.	1,000	0,858
Q16 = Ultrapasso outro veículo em faixa contínua só para ganhar tempo.	1,000	0,862
Q24 = As informações veiculadas nas campanhas governamentais sobre o trânsito são condizentes com a realidade.	1,000	0,558
Q25 = As campanhas sobre o trânsito fornecem à população as informações necessárias para evitar acidentes.	1,000	0,671
Q26 = O governo se preocupa com o bem-estar da população, por isso realiza campanhas para prevenção de acidentes no trânsito.	1,000	0,595
Q27 = As campanhas governamentais sobre violência no trânsito são atrativas.	1,000	0,602
Q29 = As campanhas de trânsito que mostram imagens trágicas de pessoas acidentadas sensibilizariam mais as pessoas.	1,000	0,586
Q31 = As campanhas que mostram pessoas que perderam parentes ou amigos em acidentes de trânsito sensibilizariam mais a população.	1,000	0,75
Q32 = As campanhas de prevenção de acidentes de trânsito que mostram crianças sensibilizam mais as pessoas.	1,000	0,76

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O modelo de análise fatorial extraído se mostrou adequado, atendendo aos pressupostos do Teste de Esfericidade de Bartlett e da medida de adequidade de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). O Teste de Esfericidade de Bartlett equaciona a hipótese de as variáveis não se encontrarem correlacionadas na população (MALHOTRA, 2012). No modelo, a hipótese nula que testa se a matriz de correlação da população é uma matriz identidade foi rejeitada, de modo que foi aceita se a hipótese que existem correlações entre as variáveis. A estatística qui-quadrada encontrada é de 2533,951 com 66 graus de liberdade aproximadamente, ao nível de 0,05. Em conformidade com a medida de adequidade da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), valores acima de 0,70 são considerados regulares, e valores acima de 0,80, muito bons. Uma vez que o KMO encontrado ficou próximo a 0,70 e que o modelo foi submetido a distintos testes de validação, admitiu-se o valor de 0,698 como adequado ao propósito. O modelo apresentou melhor ajustamento com a extração de 4 fatores. Foram preservados apenas fatores com autovalores superiores a 1,0 e observando-se um percentual acumulado de variância extraída mínima sugerida de 60% – valor de referência para as ciências sociais (HAIR JR. *et al.*, 2009; MALHOTRA, 2012). Os

quatro fatores, representados na TAB. 2, foram assim denominados: Campanhas de Marketing Social; Grupos de Referência; Apelo das Campanhas de Trânsito; Imprudência. Esses fatores indicam aspectos que se mostram mais importantes para os pesquisados quando se trata de aspectos que refletem o ambiente do trânsito.

O Fator 1, denominado "Campanhas de Marketing Social", evidencia a influência das ações das campanhas de marketing social sobre o comportamento dos sujeitos e sua possível influência na prevenção ou redução dos acidentes de trânsito. É possível inferir que essas ações são bem aceitas pelos pesquisados e contribuem para uma exposição positiva dos órgãos que as realizam. O Fator 2, denominado "Grupos de Referência", mostra a importância dos grupos de referência primários, como familiares e amigos próximos, e sua conduta ao volante. As variáveis desse fator foram dispostas como ações de terceiros e podem implicar que o sujeito percebe as ações imprudentes de terceiros sem, contudo, perceber que isso reflita em seus comportamentos. Isso pode indicar que ações de marketing social que mostram um controle social, como pessoas próximas percebendo o erro de terceiros, possam galgar resultados mais satisfatórios.

O Fator 3, denominado "Apelo das Campanhas de Trânsito", indica que os entrevistados se sensibilizariam mais com apelos trágicos de campanhas. Nesse aspecto, as imagens com cenas "fortes" e que evidenciam a perda de parentes e amigos, bem como traumas graves, poderiam ser mais assertivas no objetivo de engajar os motoristas a dirigirem com prudência. Especificamente sobre esse fator evidencia-se que outros estudos sobre marketing social alcançaram resultados similares, conforme pode ser observado em Rezende *et al.* (2015) e Rezende *et al.* (2016), quando tratam da doação de sangue, Pereira *et al.* (2016a) e Pereira *et al.* (2016b), quando tratam da doação de órgãos, Phillips, Ulleberg e Vaa (2011), Tapp *et al.*, (2013) e Dias, Sousa e Batista (2018), quando abordam as campanhas sobre acidentes de trânsito. O Fator 4, denominado "Imprudência", mostra que os pesquisados cometem imprudência no trânsito em prol de vantagens temporárias, como ganhar tempo. Nesse aspecto, é possível inferir que não há desconhecimento das regras, mas sim baixa consciência acerca das consequências dos atos de infração no trânsito. A tabela 2 apresenta a matriz rotacionada dos fatores, com os coeficientes absolutos por variável. Todos os coeficientes com valores inferiores a 0,50 foram suprimidos para melhor visualização. Ressalta-se que cada variável carregou em apenas um fator, o que mostra melhor adequação do modelo.

Tabela 2 – Matriz Rotacionada

Variável	Componente			
	1	2	3	4
Q9 = Meus amigos/parentes falam ao celular na direção.		0,888		
Q10 = Meus amigos/parentes digitam no celular na direção.		0,908		
Q11 = Meus amigos/parentes dirigem após beber.		0,789		
Q15 = Ultrapasso outro veículo em faixa contínua porque o veículo da frente anda devagar demais.				0,915
Q16 = Ultrapasso outro veículo em faixa contínua só para ganhar tempo.				0,917
Q24 = As informações veiculadas nas campanhas governamentais sobre o trânsito são condizentes com a realidade.	0,698			
Q25 = As campanhas sobre o trânsito fornecem à população as informações necessárias para evitar acidentes.	0,798			

Q26 = O governo se preocupa com o bem-estar da população, por isso realiza campanhas para prevenção de acidentes no trânsito.	0,769		
Q27 = As campanhas governamentais sobre violência no trânsito são atrativas.	0,771		
Q29 = As campanhas de trânsito que mostram imagens trágicas de pessoas acidentadas sensibilizariam mais as pessoas.			0,732
Q31 = As campanhas que mostram pessoas que perderam parentes ou amigos em acidentes de trânsito sensibilizariam mais a população.			0,861
Q32 = As campanhas de prevenção de acidentes de trânsito que mostram crianças sensibilizam mais as pessoas.			0,857

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Na presente análise, a amostra foi dividida em duas subamostras, considerando se os mesmos critérios iniciais – método de rotação Varimax, extração de componentes principais e exclusão de variáveis com comunalidades com valor absoluto inferior a 0,5. Os resultados encontrados foram similares, conforme apresentado na sequência. Na tabela 3 são apresentados os resultados comparados da amostra original e das subamostras 1 e 2 para as medidas de adequação (KMO) e na tabela 4 são apresentadas as comparações entre as variâncias das amostras.

Tabela 3 – Comparação entre medidas de adequação: amostra original e subamostras

Amostra original	Subamostra 1	Subamostra 2
0,702	310	283,000

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Tabela 4 – Comparação entre variâncias: amostra original e subamostras

Componente	% da variância acumulada		
	Amostra original	Subamostra 1	Subamostra 2
1	3,011	3,086	3,021
2	2,534	2,614	2,503
3	1,564	1,564	1,55
4	1,423	1,319	1,521

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Na tabela 5 são apresentadas as comparações entre os fatores extraídos para as amostras.

Tabela 5 – Comparação entre fatores extraídos: amostra original e subamostras

Variável	Fatores extraídos														
	Amostra Original					Subamostra 1					Subamostra 2				
Q9 = Meus amigos/parentes falam ao celular na direção.															
		,888					,891						,882		

Q10 = Meus amigos/parentes digitam no celular na direção.		,908				,907				,918	
Q11 = Meus amigos/parentes dirigem após beber.		,789				,772				,785	
Q15 = Ultrapasso outro veículo em faixa contínua porque o veículo da frente anda devagar demais.				,915				,912			,914
Q16 = Ultrapasso outro veículo em faixa contínua, só para ganhar tempo.				,917				,912			,909
Q24 = As informações veiculadas nas campanhas governamentais sobre o trânsito são condizentes com a realidade.	,698				,742			,693			
Q25 = As campanhas sobre o trânsito fornecem à população as informações necessárias para evitar acidentes.	,798				,789			,839			
Q26 = O governo se	,769				,733			,783			

preocupa com o bem-estar da população, por isso realiza campanhas para prevenção de acidentes no trânsito.										
Q27 = As campanhas governamentais sobre violência no trânsito são atrativas.	,771				,767				,795	
Q29 = As campanhas de trânsito que mostram imagens trágicas de pessoas acidentadas sensibilizam mais as pessoas.			,732					,785		,695
Q31 = As campanhas que mostram pessoas que perderam parentes ou amigos em acidentes de trânsito sensibilizam mais a população.			,861					,846		,864
Q32 = As campanhas de prevenção de acidentes de trânsito que mostram crianças sensibilizam mais as pessoas.			,857					,846		,846

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Como pode ser identificado na tabela 5, o agrupamento dos fatores foi similar entre a amostra original e as duas subamostras, indicando a validação do modelo para a amostra estudada. Nesse aspecto, Hair Jr. *et al.* (2009) indicam ainda a relevância de se avaliarem a validade e a confiabilidade do modelo. Nesse sentido, em relação à validade de face, observa-se correspondência conceitual entre os construtos e as variáveis. Pode-se reiterar que existe unidimensionalidade, uma vez que cada escala múltipla se constitui de itens com cargas altas para um único fator, ou seja, significa que os itens componentes dessas escalas estão estreitamente associados uns aos outros, representando um único conceito. A confiabilidade foi medida por meio de Alfa de Cronbach. De maneira geral, o valor mínimo aceito para o Alfa de Cronbach é de 0,70. Valores mais baixos (gravitando em 0,60) podem ser aceitos em pesquisas exploratórias ou quando a medição se refere a construtos psicológicos (FIELD, 2009). Dessa forma, consideraram-se apropriados os valores de Alfa de Cronbach encontrados para os quatro fatores: 1- 0,771(4 itens); 2- 0,838(3 itens); 3- 0,774(3 itens) e 4-0,842(2 itens). Na seção seguinte são apresentadas as considerações finais acerca do estudo, assim como as limitações e sugestões para estudos futuros.

7. Considerações finais

Este estudo pretendeu analisar as ações de marketing social utilizadas pelos órgãos governamentais para a promoção de um trânsito seguro, segundo a percepção de motoristas habilitados, no estado de Minas Gerais, nas diversas categorias de CNH. A abordagem da pesquisa foi quantitativa e foram coletados 583 questionários válidos, que compreenderam a amostra para análise. Todos os respondentes residem na cidade de Belo Horizonte e cidades da região metropolitana e possuem CNH em diversas categorias. O modelo analisado mostrou melhor ajuste com a extração de quatro fatores, assim denominados: 'Campanhas de Marketing Social', 'Grupos de Referência', 'Apelo das Campanhas de Trânsito' e 'Imprudência'. Em relação aos resultados, foi possível identificar que as campanhas de marketing social são instrumentos que têm a capacidade de alterar comportamentos em prol de um trânsito seguro. Por outro lado, tais campanhas não são fixadas na memória de uma parte importante dos pesquisados, o que enseja novos estudos para identificar os elementos mais desejáveis em tais campanhas.

O primeiro fator extraído do modelo de análise foi chamado de "Campanhas de Marketing Social", descrito a partir das seguintes variáveis: as informações veiculadas nas campanhas governamentais sobre o trânsito são condizentes com a realidade; as campanhas sobre o trânsito fornecem à população as informações necessárias para evitar acidentes; o governo se preocupa com o bem-estar da população, por isso realiza campanhas para a prevenção de acidentes no trânsito; as campanhas governamentais sobre violência no trânsito são atrativas. Ainda, foi possível verificar que campanhas cujas abordagens mostram cenas mais fortes, com imagens trágicas, são percebidas como mais eficazes, contrariando a recomendação para a realização de campanhas no Brasil e indo ao encontro das campanhas realizadas em países como a Austrália e a Irlanda. Os grupos de referência se mostraram importantes influenciadores das condutas no trânsito, emergindo como o segundo fator do modelo extraído. Cabe ressaltar que o reconhecimento acerca de condutas infratoras no trânsito não implica, necessariamente, no auto-reconhecimento de práticas das mesmas condutas. Em relação a esse objetivo, emerge o interesse por novos estudos que analisem o papel do controle social percebido nas condutas infratoras no trânsito. Ao analisar o papel das ações impositivas nas condutas de motoristas no trânsito, o quarto fator extraído, chamado de "Imprudência", permitiu inferir que os indivíduos

cometem atos de infração a despeito da possibilidade de receberem multas. Portanto, as condutas impositivas não serviriam como fator de “educação” e mudança de comportamento no trânsito, mas sim teriam efeito enquanto o sujeito acredita que pode ser punido.

Assim como em outros trabalhos, faz-se importante indicar limitações encontradas na pesquisa. A primeira se refere ao escopo de análise, uma vez que a amostra ficou circunscrita a condutores habilitados residentes na região metropolitana de Belo Horizonte. Ainda em relação à amostra, esta não permite resultados generalizáveis, uma vez que a coleta de dados se deu por acessibilidade. O modelo testado compreende um modelo exploratório, sendo indicado que seja replicado em diferentes momentos para que seja apurado. Como sugestões para estudos futuros, a partir dos principais achados da pesquisa, sugere-se: a avaliação do controle social percebido sobre as condutas no trânsito; estudos com ênfase nas ações punitivas (impositivas) como mecanismo de educação no trânsito; a avaliação de estímulos positivos, neutros ou trágicos como influenciadores da conduta no trânsito. Diante da proposta de estudo ora apresentada e dos resultados obtidos, acredita-se que os objetivos foram cumpridos. Na oportunidade, ressalta-se que o modelo extraído não pretende esgotar o assunto, de modo que novas revisões em momentos futuros serão adequadas.

Referências

- ABRAMET – Associação Brasileira de Medicina de Tráfego. **A associação**. 2016. Disponível em: <<http://www.abramet.com.br/conteudos/institucional/associacao/>>. Acesso em: 01 jul. 2016.
- AJZENTAL, A. **Uma história do pensamento em Marketing**. 2008. 270 f. 1 v. Tese (Professor) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2008.
- ANDREASEN, A. R. The life trajectory of social marketing: some implications. **Marketing Theory**, v. 3, n. 3, p. 293-303, 2003.
- BAKER, M. J. **Administração de Marketing**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- BARAKAT, L. L.; LARA, J. E.; GOSLING, M. O surgimento da escola de pensamento do marketing de relacionamento e seus fundamentos. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 12, n. 3, p. 29-46, 2011.
- BRÁTUCU, G. et al. Educação para a Segurança no Trânsito no Contexto do Desenvolvimento Sustentável da Sociedade: O Caso Romeno. **Sustentabilidade**, v. 8, n. 3, p. 278, 2016.
- BRASIL. **Código de Trânsito Brasileiro**: instituído pela Lei nº 9.503, de 23-9-97. 3. ed. Brasília: DENATRAN, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9503Compilado.htm>. Acesso em: 13 de jun. 2016.
- BRASIL. Conselho Nacional de Trânsito – CONTRAN. Resolução Nº 514, de 18 de dezembro de 2014. Altera as Portarias Nºs 23, de 16 de janeiro de 1997; 178, de 12 de abril de 2004; 199, de 14 de julho de 2006; 144, de 3 de maio de 2007; 266, de 10 de julho de 2008; 268, de 10 de julho de 2008; 400, de 30 de setembro de 2008. 216, de 20 de maio de 2010; 163, de 28 de abril de 2014, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 19 dezembro 2014.
- BRASIL. Governo do Brasil. **Campanhas educativas reduzem acidentes de trânsito em 21%**. 2017. Disponível em: <

<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2017/12/campanhas-educativas-reduzem-acidentes-de-transito-em-21> > Acesso: 15 mar. 2018.

CISMARU, M.; LAVACK, A. M.; MARKEWICH, E. Social marketing campaigns aimed at preventing drunk driving: A review and recommendations. **International Marketing Review**, v. 26, n. 3, p. 292-311, 2009.

CRACIUN, G.; SHIN, D.; ZHANG, J. Q. Safe driving communication: A regulatory focus perspective. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 16, n. 6, 2017.

DIAS, A. O. **Trânsito e tráfego: qualidade em legislação**. Belo Horizonte: Trânsito e Tráfego, 2008.

DIAS, R. G. **O uso de metáforas na análise da eficácia das campanhas de marketing social sobre a prevenção aos acidentes de trânsito: um estudo com condutores habilitados**. 2015. (Dissertação de Mestrado) - Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2015.

DIAS, R. G.; SOUSA, C. V.; BATISTA, N. K. O Uso de Metáforas na Análise da Eficácia das Campanhas de Marketing Social sobre a Prevenção aos Acidentes de Trânsito: Um estudo com condutores habilitados. In: **XXVIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica**, 2018, Guarda. Resumo de Comunicação da XXVIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica -. Guarda: Instituto Politécnico de Guarda, 2018. v. 1. p. 263-263.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do Consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando SPSS**. 2. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

HAIR JR., J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Minas Gerais, Belo Horizonte**. 2016. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/5N7>>. Acesso em: 5 out. 2016.

JUSBRASIL. **A origem do trânsito e do CTB**. 2016a. Disponível em: <<http://paulocwb.jusbrasil.com.br/artigos/206526711/a-origem-do-transito-e-do-ctb>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

JUSBRASIL. **Contran**. 2016b. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/294537/contran>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

KOTLER, P.; LEVY, S. A New Form of Marketing Myopia: Rejoinder to Professor Luck. **Journal of Marketing**, v. 33, n. 3, p. 55-57, 1969.

KOTLER, P.; LEE, N. R. **Marketing no setor público**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

KOTLER, P.; LEE, N. R. **Marketing social: influenciando o comportamento para o bem**. Tradução de Ritter J. Porto Alegre: Bookman, 2011.

LAZER, W. Marketing's changing social relationships. **The journal of Marketing**, v. 33, n. 1, p. 3-9, 1969.

LUCK, D. J. Broadening the concept of marketing. Too far. **The Journal of Marketing**, v. 33, n. 3, p. 53-55, 1969.

LUDWIG, S. T. **Contribuições para a efetividade da comunicação da doação de sangue a partir de uma abordagem persuasiva**. 2010. 255 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. São Paulo: Bookman, 2012.

MENEZES, A. G. **Comportamento do doador de sangue: aspectos experienciais e motivacionais**. 2013. 131 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2013.

MOCK, C. et al. Human resources for the control of road traffic injury. **Bulletin of the world Health Organization**, v. 83, n. 4, p. 294-300, 2005.

ONSV - Observatório Nacional de Segurança Viária. **Semana Nacional de Trânsito 2016: Eu sou + 1 por um trânsito + seguro**. ONSV, 09 jun. 2016. Disponível em: <<http://www.onsv.org.br/noticias/divulgado-o-tema-da-semana-nacional-de-transito/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

OMS - Organização Mundial da Saúde. **Global status report on road safety 2015**. 2015. Disponível em: <http://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2015/en/>. Acesso em: 06 jun. 2017.

PEREIRA, J.R. **Histórias de vidas salvando vidas: aspectos relacionados à doação de sangue e proposição de um modelo sob a perspectiva do marketing social**. 2015. 175f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, MG, Brasil, 2015.

PEREIRA, J. R. et al. Doar ou não doar, eis a questão: uma análise dos fatores críticos da doação de sangue. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 21, n. 8, 2016a.

PEREIRA, J. R. et al. Vidas que salvam vidas: fatores influenciadores da intenção de doar sangue e proposição de um modelo à luz do marketing social. In: VII Encontro de Marketing da Anpad - EMA, 2016, Belo Horizonte. **Anais... VII Encontro de Marketing da Anpad**. Rio de Janeiro: Anpad, 2016b.

PHILLIPS, R. O.; ULLEBERG, P.; VAA, T. Meta-analysis of the effect of road safety campaigns on accidents. **Accident Analysis & Prevention**, v. 43, n. 3, p. 1204-1218, 2011.

REVISTA MUNDO TRÂNSITO. Disponível em: < <http://mundotransito.com.br/> > Acesso: 10 ago. 2017.

REZENDE, L. B. O. **Partes que restauram vidas: fatores influenciadores na interação de doar órgãos e validação nomológica à luz do marketing social**. 2015. 146 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2015.

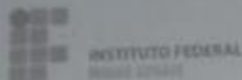
REZENDE, L. B. O. et al. Partes que restauram vidas: aspectos influenciadores da intenção de doar órgãos e validação nomológica de um modelo preditivo. In: VII Encontro de Marketing da Anpad - EMA, 2016, Belo Horizonte. **Anais...VII Encontro de Marketing da Anpad**. Rio de Janeiro: Anpad, 2016.

SHETH, J. N; GARDNER, D. M; GARRETT, D. E. **Marketing Theory: Evolution and Evaluation**. Chichester: John Wiley & Sons, 1988.

TAC – Transport Accident Commission. **Meet Graham**. 2016. Disponível em: <<http://www.tac.vic.gov.au/road-safety/tac-campaigns/towards-zero/meet-graham#meet-graham>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

TAPP, A. et al. Wheels, skills and thrills: A social marketing trial to reduce aggressive driving from young men in deprived areas. **Accident Analysis & Prevention**, v. 58, p. 148-157, 2013.

VRANES, A. J. et al. Road traffic safety as a public health problem: Evidence from Serbia. **Journal of Transport & Health**, 2017.



IFMG - Campus Ouro Preto
Diretoria de Ensino Técnico Integrado
Rua Pinda Cotogerias, 17º 806
Bairro Bauxita
Ouro Preto - MG CEP 35.400-000

Diretoria de Ensino
Coordenação Pedagógica

Declaração

Declaro para os devidos fins que a servidora **Luciana Maria Eliza do Vale**,
SIAPE: 1692111, RG: M. 4.303.771 e CPF: 919.383.256-72, foi professora
orientadora, no primeiros semestre letivo de 2019, do monitor Alexander Paulo
de Oliveira Vasconcelos na disciplina Desenho Técnico para Metalurgia.

Fabiula Tatiane Pires
Fabiula Tatiane Pires
Coordenadora Pedagógica

Fabiula Tatiane Pires
Pedagoga
IFMG Campus Ouro Preto
SIAPE: 2157027



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Ouro Preto
Rua Pandá Calogeras, 896 - Bairro Bauxita - CEP 35400-000 - Ouro Preto - MG
(31)3559-2112 - www.ifmg.edu.br

PORTARIA Nº 184 DE 30 DE AGOSTO DE 2019

Dispõe sobre designação de novos membros da Comissão Permanente de Avaliação de Estágio Probatório dos Docentes do IFMG - *Campus* Ouro Preto.

A DIRETORA-GERAL DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS - *CAMPUS* OURO PRETO, nomeada pela Portaria IFMG nº 1.328, de 22/09/2015, publicada no DOU de 23/09/2015, Seção 2, pág. 19, tendo em vista o Termo de Posse do dia 24/09/2015, e no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Portaria IFMG nº 475 de 06 de abril de 2016, publicada no DOU de 15 de abril de 2016, seção 2, pág.17, retificada pela Portaria IFMG nº 805, de 04 de julho de 2016, publicada no DOU de 06 de julho de 2016, Seção 2, pág. 22 e pela Portaria IFMG nº 1078, de 27 de setembro de 2016, publicada no DOU de 04 de outubro de 2016, Seção 2, pág. 20,

RESOLVE:

Art. 1º. DESIGNAR os novos membros da Comissão Permanente de Avaliação de Estágio Probatório dos Docentes do IFMG - *Campus* Ouro Preto, conforme composição abaixo, sob a presidência do primeiro:

SERVIDOR	CARGO	SIAPE
Cláudio Aguiar Vita	Professor EBTT	1185537
Amilton Bernardino da Silva Filho	Professor EBTT	1582518
Elke Beatriz Félix Pena	Professor EBTT	1322793

https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador.php?acao=documento_imprimir_web&acao_origem=arvore_visualizar&id_documento=454450&infra_sistema=10000100&infra_unidade_atual=110001208&infra_hash=27fc397... 1/2

Luciana Maria Eliza do Vale	Professor EBTT	1692111
Pollyanna Júnia Fernandes Maia Reis	Professor EBTT	2312176

Art. 2º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Documento assinado eletronicamente por Maria da Glória dos Santos Laia, Diretora-Geral, em 30/08/2019, às 12:03, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadoes> informando o código verificador 0391421 e o código CRC C21F680C.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Ouro Preto
Rua Pandiá Calógeras, 898 - Bairro Bauxita - CEP 35400-000 - Ouro Preto - MG
(31)3559-2112 - www.ifmg.edu.br

PORTARIA Nº 78 DE 25 DE ABRIL DE 2018

Dispõe sobre designação de ocupante de função gratificada do IFMG - *Campus* Ouro Preto.

A **DIRETORA-GERAL DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS - *CAMPUS OURO PRETO***, nomeada pela Portaria IFMG nº 1.328, de 22/09/2015, publicada no DOU de 23/09/2015, Seção 2, pág. 19, tendo em vista o Termo de Posse do dia 24/09/2015, e no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Portaria IFMG nº 475 de 06 de abril de 2016, publicada no DOU de 15 de abril de 2016, seção 2, pág.17, retificada pela Portaria IFMG nº 805, de 04 de julho de 2016, publicada no DOU de 06 de julho de 2016, Seção 2, pág. 22 e pela Portaria IFMG nº 1078, de 27 de setembro de 2016, publicada no DOU de 04 de outubro de 2016, Seção 2, pág. 20,

RESOLVE:

Art. 1º. DESIGNAR a servidora **LUCIANA MARIA ELIZA DO VALE**, ocupante do cargo efetivo Professor de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico, Matrícula SIAPE nº 1692111, para a função de **Coordenadora de Pesquisa do IFMG - *Campus* Ouro Preto**, Função Gratificada - código FG-02, a partir da presente data.

Art. 2º. Determinar que a presente Portaria seja devidamente publicada no Diário Oficial da União e no Boletim de Serviços do IFMG - *Campus* Ouro Preto.

Art. 3º. Determinar que a Gestão de Pessoas adote as providências cabíveis à aplicação da presente Portaria.

Art. 4º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Documento assinado eletronicamente por **Maria da Gloria dos Santos Laia**,
Diretora-Geral, em 27/04/2018, às 18:28, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site
[https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?](https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)
[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0) informando o código
verificador **0057551** e o código CRC **793EC501**.

23213.000335/2018-86

0026246v1



Boletim de Serviço Eletrônico em 16/05/2019
DOU de 16/05/2019, seção 2, página 33

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Ouro Preto
Rua Pandiá Calógeras, 898 - Bairro Bauxita - CEP 35400-000 - Ouro Preto - MG
(31)3559-2112 - www.ifmg.edu.br

PORTARIA Nº 110 DE 13 DE MAIO DE 2019

**Dispõe sobre dispensa de ocupante
de função gratificada do IFMG -
Campus Ouro Preto.**

A **DIRETORA-GERAL DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS - CAMPUS OURO PRETO**, nomeada pela Portaria IFMG nº 1.328, de 22/09/2015, publicada no DOU de 23/09/2015, Seção 2, pág. 19, tendo em vista o Termo de Posse do dia 24/09/2015, e no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Portaria IFMG nº 475 de 06 de abril de 2016, publicada no DOU de 15 de abril de 2016, seção 2, pág.17, retificada pela Portaria IFMG nº 805, de 04 de julho de 2016, publicada no DOU de 06 de julho de 2016, Seção 2, pág. 22 e pela Portaria IFMG nº 1078, de 27 de setembro de 2016, publicada no DOU de 04 de outubro de 2016, Seção 2, pág. 20,

RESOLVE:

Art. 1º. DISPENSAR a servidora **LUCIANA MARIA ELIZA DO VALE**, ocupante do cargo efetivo Professora do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico, Matrícula SIAPE nº **1692111**, da função de **Coordenadora de Pesquisa do IFMG - Campus Ouro Preto**, Função Gratificada - código FG-02, a partir de 10 de maio de 2019.

Art. 2º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Documento assinado eletronicamente por **Maria da Glória dos Santos Laia**, Diretora-Geral, em 15/05/2019, às 12:31, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **0318201** e o código CRC **F6C49C47**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Reitoria

Av. Professor Mário Werneck, 2590 - Bairro Buritis - CEP 30575-180 - Belo Horizonte - MG
(31) 2513-5105 - www.ifmg.edu.br

PORTARIA Nº 188 DE 11 DE FEVEREIRO DE 2019

**Dispõe sobre a constituição da
Comissão Permanente de Pessoal
Docente – CPPD do IFMG.**

O REITOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo **Estatuto da Instituição, republicado com alterações no Diário Oficial da União do dia 08/05/2018, Seção 1, Páginas 09 e 10**, e pelo Decreto de 16 de setembro de 2015, publicado no DOU de 17 de setembro de 2015, Seção 2, página 01;

Considerando o disposto na Resolução CONSUP nº 17 de 13 de julho de 2018 e;

Considerando o resultado final publicado por meio do Comunicado 04/2018 da Comissão responsável pela eleição dos membros da CPPD-IFMG,

RESOLVE:

Art. 1º CONSTITUIR a Comissão Permanente de Pessoal Docente - CPPD do IFMG, estruturada em Grupos de Trabalho Permanentes, por *campus*.

Art. 2º Designar os servidores docentes, abaixo discriminados, para compor a CPPD-IFMG, com vigência para o período de 01 de fevereiro de 2019 a 31 de janeiro de 2021, tendo como presidente o primeiro citado.

NOME COMPLETO	SIAPE	CAMPUS	Representante
Niltom Vieira Junior	1655556	Arcos	Titular
Flávio Fernandes Barbosa Silva	2880728	Arcos	Titular
Luiz Augusto Ferreira de Campos Viana	2361290	Arcos	Titular
Eduardo Cardoso Melo	1157852	Bambuú	Titular
Marcos Aurélio Dias Meireles	2407033	Bambuú	Titular
Aladim Fernandes Gomes Júnior	1810376	Betim	Titular
Frederico Vasconcellos Costa	1741893	Betim	Titular
Roberval Araujo de Oliveira	1264692	Congonhas	Titular
Hugo Augusto Tupan Silva	1276433	Congonhas	Titular
Elder Magno Gava Ferrão	2219576	Congonhas	Titular
Renata Veloso Santos Policarpo	1559452	Congonhas	Suplente

Francisco Renato Tavares	2055113	Formiga	Titular
Vânia Guimarães da Silva	2040553	Governador Valadares	Titular
Roger Santos Ferreira	2675153	Ibirité	Titular
Fernando Ruiz Rosario	1329624	Ibirité	Titular
Weber de Almeida Lima	1340828	Ibirité	Titular
Robert Luiz Gomes	1113004	Ibirité	Suplente
Gustavo Rafael de Souza Reis	1979671	Ipatinga	Titular
Elder Pereira Beltrame	2183470	Ipatinga	Titular
Aurélio Alves Ferreira	2183175	Ouro Branco	Titular
Cláudio Aguiar Vita	1185537	Ouro Preto	Titular
Venúncia Emília Coelho	1473890	Ouro Preto	Titular
Josmar de Freitas Alvarenga	2899243	Ouro Preto	Titular
Luciana Maria Eliza do Vale	1692111	Ouro Preto	Suplente
Mônica do Nascimento Barros	2208781	Piumhi	Titular
Diego Henrique Figueira de Melo	3007824	Ribeirão das Neves	Titular
Paula Andréa de Oliveira Silva Rezende	1845807	Ribeirão das Neves	Titular
Daniel Augusto de Miranda	2383790	Santa Luzia	Titular
Fernanda Fonseca de Melo Coelho	2224791	Santa Luzia	Titular
José Silvino Dias	3863448	São João Evangelista	Titular
Giuslan Carvalho Pereira	1752710	São João Evangelista	Titular
Fernanda Efreem Natividade Ferreira	1726266	São João Evangelista	Titular
Charles André Souza bispo	1674557	São João Evangelista	Suplente
Michelle Pires Tannure	1122752	São João Evangelista	Suplente
Claudionor Camilo da Costa	1095816	São João Evangelista	Suplente

§. 1º A CPPD terá 1 (um) Presidente Geral, 1 (um) Vice-Presidente e 3 (três) Secretários, escolhidos na primeira reunião plenária central da CPPD.

§. 2º Os Grupos de Trabalho Permanentes locais terão 1 (um) presidente e 1 (um) secretário, escolhidos na primeira reunião de cada Grupo de Trabalho Permanente local.

Art. 3º As Comissões Locais deverão subsidiar a Comissão Central nas suas atribuições.

Art. 4º Determinar que esta Portaria seja publicada no Boletim de Serviços do IFMG.

Art. 5º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Documento assinado eletronicamente por **Kleber Gonçalves Glória, Reitor**, em 12/02/2019, às 09:03, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **0246846** e o código CRC **A37F93E3**.

23208.000584/2019-19

0246846v1



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Ouro Preto
Rua Pandiá Calógeras, 898 - Bairro Bauxita - CEP 35400-000 - Ouro Preto - MG
(31)3559-2112 - www.ifmg.edu.br

PORTARIA Nº 40 DE 12 DE FEVEREIRO DE 2019

Dispõe sobre criação e constituição de Comissão para Elaboração de Projeto de Criação do Curso Técnico de Joalheria, modalidade Subsequente, do IFMG - Campus Ouro Preto.

A **DIRETORA-GERAL DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS - CAMPUS OURO PRETO**, nomeada pela Portaria IFMG nº 1.328, de 22/09/2015, publicada no DOU de 23/09/2015, Seção 2, pág. 19, tendo em vista o Termo de Posse do dia 24/09/2015, e no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Portaria IFMG nº 475 de 06 de abril de 2016, publicada no DOU de 15 de abril de 2016, seção 2, pág.17, retificada pela Portaria IFMG nº 805, de 04 de julho de 2016, publicada no DOU de 06 de julho de 2016, Seção 2, pág. 22 e pela Portaria IFMG nº 1078, de 27 de setembro de 2016, publicada no DOU de 04 de outubro de 2016, Seção 2, pág. 20,

CONSIDERANDO o Memorando nº 8/2018/OPR-JOIA/OPR-GET/OPR-DET/OPR-DGE/OPR/IFMG, constante no processo Sei! 23213.003256/2018-14,

RESOLVE:

Art. 1º. CRIAR a Comissão para Elaboração de Projeto de Criação do Curso Técnico de Joalheria, modalidade Subsequente, do IFMG - Campus Ouro Preto, que será constituída pelos seguintes membros, sob a presidência do primeiro:

Gilberto José Abreu Machado (CODAJOIA)

Alex Fernandes Bohrer (CODAHIS)

Benedito Matozinhos Devêza (CODAJOIA)

Lorena Gomes Ribeiro de Oliveira (CODAJOIA)

Luciana Maria Eliza do Vale (CODADES)

Maria Elizabeth da Silva (CODAMIN)

Waldirene da Silva (Coordenação Pedagógica)

Hudney Alves Faria de Carvalho (Gerência de Planejamento e Gestão do Ensino)

Rosângela Milagres Patrono (Coordenação de Legislação e Normas de Ensino)

Art. 2º. Determinar que o Projeto do Curso Técnico de Joalheria Subsequente seja concluído até o dia 11 de março de 2019.

Art. 3º. Determinar que a presente Portaria seja devidamente publicada no Boletim de Serviços do IFMG - *Campus* Ouro Preto.

Art. 4º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Documento assinado eletronicamente por **Maria da Gloria dos Santos Laia, Diretora-Geral**, em 12/02/2019, às 16:34, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **0248685** e o código CRC **FC737150**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Ouro Preto
Rua Pandiá Calógeras, 898 - Bairro Bauxita - CEP 35400-000 - Ouro Preto - MG
(31)3559-2112 - www.ifmg.edu.br

PORTARIA Nº 254 DE 14 DE NOVEMBRO DE 2018

**Dispõe sobre constituição de
Comissão Permanente de
Atenção à Saúde do IFMG -
Campus Ouro Preto.**

A DIRETORA-GERAL DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS - CAMPUS OURO PRETO, nomeada pela Portaria IFMG nº 1.328, de 22/09/2015, publicada no DOU de 23/09/2015, Seção 2, pág. 19, tendo em vista o Termo de Posse do dia 24/09/2015, e no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Portaria IFMG nº 475 de 06 de abril de 2016, publicada no DOU de 15 de abril de 2016, seção 2, pág.17, retificada pela Portaria IFMG nº 805, de 04 de julho de 2016, publicada no DOU de 06 de julho de 2016, Seção 2, pág. 22 e pela Portaria IFMG nº 1078, de 27 de setembro de 2016, publicada no DOU de 04 de outubro de 2016, Seção 2, pág. 20,

RESOLVE:

Art. 1º. CONSTITUIR a Comissão Permanente de Atenção à Saúde do IFMG - Campus Ouro Preto, constituída pelos membros abaixo relacionados, sob a presidência do primeiro:

Nome	Função
Gisele Baêta Neves	TAE/Psicólogo-Area
Adna Soares Eleutério	TAE/Médico-Área
Andrea Ferreira de Oliveira Calderaro	TAE/Pedagogo-Área
Décio Francisco Leite Marchi	TAE/Gerente de Controle e Registro Acadêmico
Fabíula Tatiane Pires	TAE/Coordenadora Pedagógica

Hudney Alves Faria de Carvalho	TAE/Gerente de Planejamento e Gestão do Ensino
Jacqueline Aparecida Alves Coelho	TAE/Assistente em Administração
Jacqueline Coelho Augusto da Silva	TAE/Nutricionista
Juliano Gilliard Rodrigues Xavier	TAE/Gerente de Gestão de Pessoas
Líria Lara Soares	TAE/Gerente de Relações Empresariais e Comunitárias
Natália Aparecida Dornelas Miranda	TAE/Assistente Social
Janaína Lessa de Paula	Colaboradora Terceirizada
Cláudio Aguiar Vita	Docente
Denise Conceição das Graças Ziviani	Docente
Laura Fernanda Rodrigues da Rocha	Docente
Luciana Maria Eliza do Vale	Docente
Marcos Miguel Guimarães Campos	Docente
César Felipe da Costa Cruz	Discente
Fernanda Lima Campos	Discente
Maria Clara Barbosa Pires	Discente
Samantha Cristina	Discente
Sarah Esther Augusta Murta Ambrósio	Discente

Art. 2º. Determinar que a Comissão apresente um plano de ações à Direção-Geral no prazo de 30 (trinta) dias.

Art. 3º. Determinar que a presente Portaria seja devidamente publicada no Boletim de Serviços do IFMG - *Campus* Ouro Preto.

Art. 4º. Determinar que a Gestão de Pessoas adote as providências cabíveis à aplicação da presente Portaria.

Art. 5º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Documento assinado eletronicamente por **Maria da Gloria dos Santos Laia, Diretora-Geral**, em 19/11/2018, às 15:15, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifmg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **0194932** e o código CRC **8FCB597B**.

23213.000335/2018-86

0026246v1



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
CAMPUS OURO PRETO
DIRETORIA DE INOVAÇÃO, PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO
Rua Pandiá Calógeras, 898 – Bairro Bauxita – Ouro Preto – Minas Gerais – CEP 35.400-000
(31) 3559 2148 – dipe.ouropreto@ifmg.edu.br

DECLARAÇÃO

Declaramos para os devidos fins que a professora **Luciana Maria Eliza do Vale**, CPF nº 919.383.256-72, lecionou no primeiro semestre de 2019, no Curso de Formação Continuada em Design de Jóias (nível intermediário), a disciplina:

Técnicas de Desenho de Joias	60 (P)	-	0
------------------------------	--------	---	---

Por ser verdade, firmamos a presente Declaração.

Ouro Preto, 03 de outubro de 2019.

Fátima Aparecida de Freitas Dias Costa
Técnico Administrativo/ DIPPE
Siape:1099496



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS

Reitoria
Pró-reitoria de Pesquisa, Inovação e Pós-graduação
Gerência de Incubadora do IFMG
Av. Professor Mário Werneck, 2590 - Bairro Buritys - CEP 30575-180 - Belo Horizonte - MG
- www.ifmg.edu.br

DECLARAÇÃO

O gerente da incubadoras de empresas do IFMG, nomeado pela Portaria IFMG no 242, de 20/03/2018, publicada no DOU de 23/03/2018, Seção 2, pág. 20, declara para os devidos fins que os servidores:

- ÂMARA FUCCIO DE FRAGA E SILVA - SIAPE 1418775
- CARLOS ALEXANDRE SILVA - SIAPE 1964494
- CASSIA DO CARMO PIRES FERNANDES - SIAPE 1731686
- FERNANDA FONSECA DE MELO COELHO - SIAPE 2224791
- FLAVIA DE FARIA SIQUEIRA - SIAPE 1775097
- GERMANO DE OLIVEIRA MATTOSINHO - SIAPE 2364513
- JULIANE DE ALMEIDA RIBEIRO - SIAPE 1821703
- LUCELIA APARECIDA RADIN - SIAPE 1520884
- LUCIANA MARIA ELIZA DO VALE - SIAPE 1692111
- LUCIANO VILAS BOAS ESPERIDIÃO - SIAPE 2093234
- LUCAS MAIA DOS SANTOS - SIAPE 1846191
- MÁRCIO REZENDE SANTOS - SIAPE 1579168
- MIGUEL RIVERA PERES JÚNIOR - SIAPE 1505924
- SAMANTHA CIDALEY DE OLIVEIRA MOREIRA - SIAPE 2334308
- SAULO HENRIQUE CABRAL SILVA - SIAPE 2213839
- STELLA MARIA GOMES TOMÉ - SIAPE 1579481
- THIAGO FERREIRA QUILICE - SIAPE 2363360

atuaram no primeiro semestre de 2019 na incubadora de empresas do IFMG nos seus respectivos campus.

Belo Horizonte, 12 de agosto de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **Norimar de Melo Verticchio, Gerente de Incubadora do IFMG**, em 24/09/2019, às 10:54, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador 0379836 e o código CRC 3B6FE245.

23208.003334/2019-22

0379836v1



DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO



Publicado em: 18/03/2019 | Edição: 52 | Seção: 2 | Página: 31
 Órgão: Ministério da Educação/Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais/Reitoria

PORTARIA Nº 271, DE 7 DE MARÇO DE 2019

O REITOR SUBSTITUTO DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Estatuto da Instituição, republicado com alterações no Diário Oficial da União do dia 08/05/2018, Seção 1, Págs. 09 e 10, e pela Portaria IFMG nº 1.399, de 1º de outubro de 2015, publicada no DOU de 05 de outubro de 2015, Seção 2, página 20, e

Considerando a retificação da homologação do resultado da eleição para representação discente, técnico-administrativa e docente no Conselho Superior do IFMG referente ao período 2019 a 2021; e, Considerando a Resolução do Conselho Superior nº 12 de 02 de maio de 2018, resolve:

Art. 1º Designar os servidores docentes, conforme discriminado abaixo, como representantes TITULAR e SUPLENTE no Conselho Superior do IFMG, para o biênio 2019/2021:

NOME	REPRESENTAÇÃO	CAMPUS
Elke Beatriz Felix Pena	Titular	Ouro Preto
Fulvio Cupolillo	Titular	Governador Valadares
Bruno Pellizzaro Dias Afonso	Titular	São João Evangelista
Gabriel de Castro Jacques	Titular	Bambuí
Fabiano Moreira da Silva	Titular	Betim
Taciana Almeida Garrido de Resende	1º Suplente	Ipatinga
Pablo Menezes e Oliveira	2º Suplente	Ouro Branco
Brasilio Alves Freitas	3º Suplente	Betim
Luciana Maria Eliza do Vale	4º Suplente	Ouro Preto
Marco Aurélio Nicolato Peixoto	5º Suplente	Ribeirão das Neves

Art. 2º. Designar os servidores técnico-administrativos, conforme discriminado abaixo, como representantes TITULAR e SUPLENTE no Conselho Superior do IFMG, para o biênio 2019/2021:

NOME	REPRESENTAÇÃO	CAMPUS
Leandro Evangelista Pereira	Titular	Reitoria
Joelmer de Souza Andrade	Titular	Ouro Branco
Gabriel Teixeira Levenhagen Clebicar	Titular	Ouro Preto
Marcio Agostinho de Souza	Titular	São João Evangelista
Fabiano de Souza Mendes	Titular	Governador Valadares
Telmo Lucas Silveira	1º Suplente	Reitoria

