

## ATRIBUTOS ÉTICOS QUE DINAMIZAM AS PRÁTICAS DE GESTÃO NAS ORGANIZAÇÕES LOCAIS\*

Dr. José Ernesto de Fáveri<sup>1</sup>, Dr. Fábio Alexandrini<sup>2</sup>, Thiago Souza Araujo<sup>3</sup>

### RESUMO

*O presente artigo trata da necessidade de se viver alguns atributos éticos que potencializam as ações e relações do gestor dinâmico nas organizações locais. Esses atributos, praticados no contexto da empresa, possibilitam o profissional a processar, com dinamismo e velocidade, as informações para tomar decisões com prudência e autonomia. Pois, a velocidade com que as informações chegam até o gestor é quase igual ao seu esquecimento. Por isso, aprender a pensar junto para um fazer em conjunto, cria a condição básica para se possuir uma competência técnica indispensável, mas, agregando, simultaneamente, a essa, a qualidade ética no modo como se relaciona com os pares e o conjunto total das “forças vivas” da organização. Isso, sem dúvida, agregará ideias e valores novos ao processo e ao produto final, aumentando a produção e conseqüentemente otimizando a renda e os lucros.*

**Palavras-Chaves:** Ética organizacional, ethos empresarial, moral, conduta profissional.

### 1 Considerações Iniciais

Uma empresa, para vencer e convencer precisa contar com profissionais portadores de alguns quesitos indispensáveis, capazes de gerar dinamismo no pensar e agir, tanto na vida pessoal quanto nas práticas profissionais. Dessa forma, o profissional que incorpora as características abaixo explicitadas, sai do imobilismo que o acomoda e mergulha no dinamismo próprio de quem acompanha o ritmo dos modelos econômicos do mundo globalizado. É o profissional que procura fazer o melhor, sem querer ser o melhor. A qualidade dos processos e dos produtos, num dado modo de produção, só se dinamizam quando os colaboradores são capazes de aprender a pensar junto para um fazer em conjunto. A consequência positiva para o coletivo da empresa reside em acompanhar as inovações

---

\* O artigo é um estrato da obra, O FILOSOFAR E A ÉTICA, do autor José Ernesto de Fáveri, reelaborado e adaptado para este evento na forma de artigo.

<sup>1</sup> Doutor em Educação, Professor titular do curso de Administração da UNIDAVI e-mail: faveri@unidavi.edu.br.

<sup>2</sup> Doutor e Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas formado pela UFSC, Professor dos Cursos de Administração, Automação Industrial, Engenharia de Produção e Sistemas de Informação da UNIDAVI, e-mail: fabalex@unidavi.com.br.

<sup>3</sup> Mestre em Administração e administrador formado pela UDESC, Economista pela UFSC, Professor dos Cursos de Administração, Economia e Desenvolvimento Regional, e-mail: prof.araujo@unidavi.com.br.

porque melhoram, num mesmo processo, o pensar e o agir num dado contexto real.

O que se pretende neste artigo é pensar quais os atributos que um profissional necessita viver, no contexto da organização local, para se tornar dinâmico nas ações e relações com o coletivo da empresa.

Neste artigo serão abordados sete qualidades que o profissional deve praticar em sua empresa para que tenha dinamismo e sucesso nas sua prática de gestão na organização local e, simultaneamente, contribuir para construir um modo de produção com corpo e rosto humano e ético.

Antes de abordar os atributos do gestor, gostaria de fazer duas observações:

a) Ser ético no pensar e no agir, em nossos contextos de vida, significa superar tudo o que passa a degenerar a conduta moral do ser humano, entre muitas formas: a corrupção. Isso só será possível quando o ser humano optar por não abrir mão de suas convicções, o que equivale a uma correta forma de pensar, com base no uso da racionalidade **bem intencionada**. Somente a razão nos torna seres razoáveis do ponto de vista relacional, porque é a capacidade relacional. Os indivíduos tornam-se humanos pela capacidade de viverem juntos. Isso inclui a capacidade de convivência no desempenho das atividades profissionais, no contexto da produção material da existência. Por isso, aprender a bem-pensar significa pensar correta e coerentemente. Implica agir em conformidade com o pensado. Dessa maneira, chega-se ao **bom-agir**. Esse requer necessariamente uma forma respeitosa de se relacionar com os outros. Respeito não é subjugar o outro, para que ele passe a ser objeto do meu pensamento; mas, alguém que vê, nos outros, a si mesmo. Consequentemente, se eu não quero o mal para mim, obviamente, não vou querer o mal para os outros.

b) O sentido de uma ética para o gestor, no contexto do desempenho de suas atividades profissionais, consiste em contribuir para a construção de um modelo econômico com um rosto humano. Isto é, que a economia tenha como finalidade última a satisfação das necessidades materiais e culturais de uma nação e/ou sociedade. O administrador que assume uma postura nessa direção, compromete-se no sentido de diminuir o fosso entre dois extremos que desumaniza o homem e descaracteriza uma sociedade justa. De um lado, combate o acúmulo de riqueza por parte de uma minoria privilegiada, que quanto mais tem mais quer e, por outro, consequência direta do acúmulo de riqueza, produz a pobreza na ampla maioria numa sociedade. Assim sendo, quanto mais o gestor se compromete com um sistema que não se situa num desses extremos, estará, sem dúvida, fazendo florescer e amadurecer, no seio da sociedade em que se desenvolve a sua vida, um modelo econômico com rosto e corpo humanos. Consequentemente, a produção material coletiva será capaz de elevar o nível de vida em patamares minimamente aceitáveis do ponto de vista humano, porque a maioria das pessoas consegue ter acesso ao que produz. Essa é uma postura ética humanizadora do profissional comprometido com o humano do ser homem em sociedade e abandona o apetite irracional do acúmulo de riqueza, que produz a pobreza no mundo.

## **2 Os atributos que definem o perfil dinâmico e ético do gestor nas organizações locais**

O gestor de uma organização que encarna, no desenvolvimento diário de suas atividades, deve preocupar-se em ter “gente excelente” consigo. Isso implica em aprender a atuar em conjunto na organização. Pois, constata-se, na sociedade em geral, uma crise de conhecimento individual que gera a falta de habilidade pessoal de processar informações no seu pensamento.

Entretanto, devemos lembrar que nem sempre a excelência é tudo dentro de uma empresa; essa só é completa quando agrega-se, no agir e interagir, à dimensão ética. Ser ético, é possuir uma visão de totalidade de si, que implica na consciência do que somos e fazemos ao longo da vida pessoal e profissional. Ser ético não é construir ações e relações desiguais de sujeição um do outro. Por exemplo, quando se assume uma posição unilateral de acreditar que, por ter mais conhecimento ou por estar em um cargo superior, seremos sempre excelentes e que nunca poderemos cometer erros. É preciso lembrar que ser ético não é apenas sujeitar e humilhar o outro pela arrogância de que tudo sabe e tudo pode, mas compreender e viver, no dia a dia, dois princípios fundamentais: Informação X Comunicação e Relacionamento X Reputação. Por conseguinte, ser alguém de excelência é ser alguém que busca o equilíbrio entre fazer e ser melhor, na vida pessoal e profissional. Outra situação bastante comum, que revela a arrogância e que por isso, não pode ser confundida com excelência, é quando as pessoas pensam, que só porque alguém têm um nível maior de conhecimento, consegue ser muito mais excelente nas suas atividades práticas do que aqueles que possuem um nível menor de conhecimento. Portanto, o que de fato existe são conhecimentos diferentes entre as pessoas. Alguns não conseguem agregar valor prático ao que pensam, outros possuem a prática e por muitos motivos e variáveis não conseguem agregar valor teórico às atividade que realizam.

Por essa razão, para ser excelente, você deve sempre estar buscando e produzindo conhecimento, processando informações, realizando experiências, num clima de trabalho harmônico com as pessoas de modo equilibrado. O fio condutor para construir excelência no que somos e fazemos, nas organizações locais, consiste em aproximar, o máximo possível, o teórico do prático, para que todos, na organização, tornem-se sujeitos pensantes e, por isso, de excelência. Pessoas excelentes e bem-preparadas serão sempre o diferencial competitivo mais importante. Além disso, gente excelente sempre atrai mais gente excelente, procurando sempre recrutar gente melhor. Assim sendo, supera-se a necessidade de as pessoas serem empurradas para realizar uma determinada atividade, pois, assumem o que são e o que tem de fazer no seu espaço profissional. Trabalhar em equipe é ter esta percepção. Enfim, é ter uma atitude de confiança e respeito mútuos, quando nos relacionamos com os outros. Isso acaba constituindo um verdadeiro time harmonioso, na relação eficiente e eficaz com todos e entre todos nos processos produtivos.

A comunicação de “mão dupla”, simples, franca e praticada rotineiramente é chave para que confiemos uns nos outros. É dessa forma que se produz o conhecimento na organização local. A comunicação autêntica produz a solidariedade, o companheirismo e a lealdade, no coletivo. Sonhar grande é pensar grande, a partir do que somos e fazemos no momento presente. Isso significa não se acomodar no possível, mas querer realizar algo mais e melhor.

A comunicação é a base do processo coletivo de produção material da existência, porque, sem ela, não é possível, o ser humano buscar a sua sobrevivên-

cia. A comunicação possibilita a produção e transmissão de conhecimentos, socializa experiências e permite criar e recriar ideias sobre um produto final. Dessa forma, a informação que faz circular experiência, na empresa, é vital para o processo produtivo, ao mercado e para a própria vida do ser humano. Pois, faz avançar o pensar e o viver, simultaneamente.

Portanto, tenhamos sempre presente que o primeiro passo para se realizar algo significativo na vida pessoal e profissional, é sonhar grande com os pés no chão, porque dá o mesmo trabalho que sonhar pequeno.

Um gestor dinâmico, no atual contexto de produção e do mercado, precisa ter uma “mente aberta”, para acolher e processar, no seu pensamento, o maior número de informações, no sentido de dar sustentabilidade, viabilizando a tomada de decisões conscientes e seguras, produzindo resultados positivos no que faz.

Em uma sociedade moderna, onde a informação chega de uma forma muito rápida, as empresas e os colaboradores, que nela atuam, devem atualizar-se constantemente. Para que isso possa acontecer, é condição fundamental ser um dirigente com uma mente aberta para mudanças inovadoras na teoria e na prática, e, com isso, ser capaz de articular as micro e macroações, ao longo do processo, na organização. Isso requer, que o gestor, ao longo do percurso total da produção de um bem de consumo, esteja estimulando ações conjuntas e articulando relações harmônicas, desde a concepção do produto, até a destinação dos resíduos após a consumação do mesmo pelos clientes. Ali, se encontra a responsabilidade social da empresa, porque envolve, todos para uma consciência sobre a preservação do equilíbrio do ecossistema. Os dirigentes dinâmicos no pensar e ágeis na articulação de um agir comum, têm como prática, no desenvolvimento de suas atividades profissionais, aceitar opiniões dos colaboradores da empresa e, também, dos seus clientes, de tal forma, que possam estar sempre melhorando seu ambiente de trabalho e inovando seus processos e produtos.

Ser uma pessoa de mente aberta, implica aceitar o que é e faz, para que cada um possa melhorar como pessoa e, simultaneamente, melhorar os processos e os produtos. As empresas, no atual mercado, são orientadas pela definição de metas, percebendo a necessidade de estarem sempre numa atitude de abertura para capturar novas ideias, tornando-se base sólida para superar novos desafios e agregar novos valores ao processo e o produto final.

Um gestor de mente aberta provoca a abertura das empresas de dentro para fora. Isto é, a organização local abre um espaço para o cliente manifestar sua opinião sobre o nível de satisfação com o produto final por ele adquirido. O gestor, ao processar essas informações, percebe o nível de satisfação do cliente e a sua insatisfação. Assim sendo, o profissional fica ciente da aceitação parcial ou total do produto no mercado. Dessa forma, a empresa, pode tirar suas conclusões e apontar caminhos novos para o desenvolvimento do processo, no sentido de adaptar-se, na busca da excelência no atendimento e na satisfação do cliente. Portanto, essa abertura, tanto do gestor quanto da organização, provoca superação dos ranços e provoca os avanços no processo e no produto.

A disciplina é outro atributo que dinamiza o agir e o interagir do profissional, no coletivo da organização. Pois, sem disciplina, não há um bom relacionamento interno e externo da empresa.

A palavra disciplina possui, neste artigo, um significado de responsabilidade e comprometimento com o que se faz. É uma palavra amada e temida, ao

mesmo tempo, pela sociedade, pois, interfere diariamente na vida do ser humano. A disciplina ordena as ações e constrói relações de produção que faz a empresa progredir e a sociedade desenvolver-se, harmoniosamente, porque ambas buscam trilhar o caminho da autonomia e autosuficiência. Portanto, a disciplina deixa de ter caráter repressor para assumir o caráter libertador.

Nem tudo o que se pensa é falado, nem tudo que se ouve é repassado, pois, querendo ou não, todos nós possuímos disciplina, uns mais, outros menos; entretanto, cada um extrai um significado dessa palavra para melhorar, o que somos e fazemos. Surge, então, um questionamento muito importante: Como descobrir, quem tem e quem não tem disciplina? Se disciplina está ligada aos hábitos e comportamentos do indivíduo, pode-se, então, chegar a uma conclusão: a disciplina tem um significado diferente para cada região e cada contexto. Pois, no entendimento geral da sociedade, a palavra está ligada ao fato de seguir alguns padrões e regras, por isso, assume diferentes sentidos, os padrões e regras de conduta mudam conforme o contexto cultural. No âmbito profissional, ser disciplinado é estar agindo e interagindo de acordo com o objetivo da empresa e, em conformidade com as necessidades do consumidor em geral. Entretanto, numa profissão envolvida pelo constante risco de vida, como a dos militares ou profissões ligadas ao trânsito, entre outras, a disciplina representa decidir entre a vida e a morte. Os diferentes graus de risco das profissões acabam definindo a necessidade maior ou menor de ser alguém disciplinado.

Então, “ser disciplinado” significa ter a capacidade de captar e estar atento aos riscos e oportunidades, “peneirando” o que lhe serve, adequando-se às normas e regras, principalmente às necessidades de uma determinada região ou profissão em que se está situado.

A cooperação é outra característica fundamental para a vida pessoal e profissional de quem lida com a atividade empresarial de produção material da existência. Por isso, a atitude de cooperar situa-se, também, no âmbito da vida empresarial, seja dentro da própria empresa, entre todos os colaboradores, ou fora dela, no âmbito de relações entre as organizações. Isto é, a cooperação na vida empresarial, seja dentro da própria empresa, onde está atuando o dirigente, ou em uma relação entre empresas, produz excelência na tomada de decisões e agilidade das organizações, no percurso da produtividade dos bens de consumo. A empresa que se subdivide em vários setores, cada um com diferentes funções, mas com a mesma meta, a cooperação entre funcionários de um mesmo setor, é tão importante quanto a cooperação entre os funcionários dos vários setores que compõem o coletivo dessa organização. Cooperar significa fazer junto. Isso envolve todos os colaboradores de um setor ou, ainda, de setores diferentes, desde a direção à produção. Nesse sentido, há uma “interdependência” entre os setores da organização local. A cooperação manifesta-se, concretamente, no interior da empresa quando há compreensão, por parte de todos, sobre as metas que definem o agir e o interagir comum.

Cooperar é pensar e agir num mesmo processo. Isso implica em compreender o que fazer e como realizar as atividades. Esses pontos constroem o relacionamento de pessoas que trabalham em um mesmo local.

Entre empresas, a cooperação pode ter como resultado final a geração de bons negócios. Os dirigentes empresariais, que atuam no mercado, devem aceitar e superar o desafio de atender, da melhor forma possível, seu cliente ou fornecedor, porém sempre respeitando a filosofia e as reais condições da empresa que

representa. Assim, não terá dificuldades para efetivar os negócios e não perderá a oportunidade de mostrar suas qualidades de dirigente empresarial, que coopera tanto com seus clientes, como também com os seus fornecedores, transformando a cooperação em crescimento pessoal, profissional e organizacional.

A solidez de uma empresa consiste em “compartilhar o conhecimento”.

Vivemos em uma sociedade, seja ela familiar, comercial ou produtiva, que requer, de nós, cada vez mais a postura de sermos sujeitos de conhecimento. Isso exige de cada um que, no desempenho de nossas atividades profissionais, temos que aperfeiçoar, cada vez mais, o nível de conhecimento teórico para compreender, em extensão e profundidade, o que fazemos na organização local. Dessa forma, quem sabe mais, tem mais oportunidades. Tal processo engloba, desde o gestor ao colaborador, o espírito de grupo, ou seja, compartilhar com os demais membros, as experiências pessoais no processo de produção. Isso significa, construir ideias novas que gerem conhecimentos novos, que dinamizem ações, inovem nas relações, proporcionando organicidade no processo e agilidade na produção, trazendo consequências positivas para todos os setores da organização.

Nessa forma de pensar, o ser humano produtivo deve buscar sempre novos conhecimentos, aprimorando os que já possui e compartilhar os novos que consegue construir, a partir do que faz na organização. O colaborador preparado é aquele que acompanha a evolução e a inovação no conhecimento para melhorar, cada vez mais, o processo e seu resultado final, porque foi capaz de agregar novos valores, tanto para o processo quanto para o produto final. Isso significa estar melhorando o conhecimento sobre o que faz e, da mesma forma, melhora o produto final, porque agrega, a ele, novos valores.

A ampliação do próprio conhecimento, também aumenta a capacidade de o profissional “co-operar” com o crescimento coletivo das pessoas e, como consequência, melhora a performance do processo e do produto final. Nas instituições atuais, é imprescindível que as pessoas estejam, constantemente, recebendo e repassando informações que, processadas e organizadas no pensamento, transformam-se em conhecimento instrumental, que impulsiona a qualidade dos processos produtos. Essa forma de pensar traz, como resultado, para os sujeitos envolvidos em sua atividade profissional, a aprendizagem de lidar com a imprevisibilidade. É dessa forma que uma empresa se torna dinâmica, na produção, e competente no concorrido mercado que atua.

Compartilhar o conhecimento é participar, discutir, pensar juntos para um fazer em conjunto. Hoje, não existe mais aquela forma de pensar que só os dirigentes sabem e fazem tudo, pois, sem a informação repassada e reprocessada no coletivo da empresa, não conseguem impulsionar o seu crescimento. Todos devem se colocar como sujeitos aprendizes, e interessados em conhecer, cujo o fim último é crescer junto com a empresa. Portanto, é preciso que os líderes e dirigentes sejam um exemplo para seus funcionários. Só assim, as empresas se consolidam, na produtividade e no mercado.

A vida diária deve ser uma troca de aprendizado. Pois, ninguém é tão inteligente que não tenha nada a aprender, e ninguém é tão humilde que não possa ter nada para ensinar a alguém.

A organização somente crescerá com solidez, quando todos puderem compartilhar aquilo que sabem e conhecem em torno do que fazem.

Uma empresa que alcança os seus objetivos é aquela que sabe dar “o foco no mercado e no cliente”. Ela sabe deslocar o foco, quando sente a necessidade

de inovar. No âmbito empresarial, existem alguns mitos que circulam entre os debates, e colocam, acima de tudo, o cliente. Um desses mitos criados é que o cliente sempre tem razão. Penso que nem sempre pode ser assim. Na verdade, o que falta, de modo geral, ao cliente de hoje é educação. Educação deve ser entendida como o modo de pensar compatível com um modo de agir. Transferindo esta problemática para o mercado, fica claro que o cliente nem sempre tem razão, pois lhe falta educação, porque o cliente não consegue perceber que, entre um produto à outro, há diferentes valores agregados. Por isso, a escolha de um produto não pode ser uma decisão que leva em conta somente o preço e o bolso, mas os valores agregados nele. Essa percepção é fundamental, porque permite que o cliente fique satisfeito na exata medida do nível de consciência que possui dos valores agregado de um determinado produto. Se o cliente apenas levar em consideração o preço e o seu poder aquisitivo, será sempre uma decisão limitada, porque não consegue diferenciar os valores agregados em produtos diferentes que possuem preços diferentes. Ao nosso ver, esse cliente incapaz de fazer tal diferenciação, possui um nível de consciência limitada que é parte de uma cultura nacional subdesenvolvida. Pois, decide o que consumir de acordo com o que tem no bolso. Sempre que a decisão da escolha de um produto apenas recai sobre os preços, é a manifestação de uma consciência coletiva que faz parte de uma sociedade, ainda num estágio de subdesenvolvimento.

A afirmativa de que “o cliente sempre tem razão”, não pode ser levada totalmente a sério. Uma das peças-chaves no mundo dos negócios é detectar clientes que são bons e procurar atendê-los da melhor forma possível. Por isso, é bom lembrar que o cliente precisa de mais educação para que possa escolher e saber diferenciar um produto com, maior ou menor, valor agregado e, por isso, perceber diferença de valores entre produtos diferentes; e não simplesmente, colocar como base de consumo, apenas, o preço praticado no mercado e o dinheiro que tem no bolso.

A Satisfação é uma palavra-chave e não pode ser discutida apenas no segmento do cliente, mas, também, deve ser discutida no segmento dos colaboradores. Se todos os membros, colaboradores e consumidores sentem-se satisfeitos com seu trabalho, eles adquirem disciplina e concentram-se nos objetivos a serem alcançados e novos espaços a serem ocupados, no processo produtivo e no mercado.

Além da busca equilibrada da satisfação do cliente, é preciso pensar, simultaneamente, na “satisfação do colaborador”. A satisfação do colaborador está diretamente ligada à ciência de tudo o que se passa na empresa e dar, a ele, a oportunidade de crescimento individual dentro da empresa, pelo exercício do seu potencial criador, transforma-o em um funcionário que realiza suas atividades com mais prazer e mais qualidade. Obviamente que isso pode trazer, como consequência positiva, a satisfação do cliente. A satisfação do cliente é precedida pela satisfação do colaborador, porque tentará fazer o melhor, isto é, agregar valor de qualidade ao produto final. Assim sendo, o produto suprime a necessidade e a exigência do mercado. Nessa busca de satisfação do colaborador está vinculado o despertar do espírito motivacional. Nessa perspectiva, há uma moderna corrente motivacional no trabalho: que não é aquela força que vem de fora de cada um, através de estímulos; mas, aquela que desperta a força de vontade que criamos dentro de nós. Então, autêntica motivação é aquela que vem de dentro da pessoa e não aquela que vem de fora, embora, essa, possa contribuir. O fator decisivo no

processo de motivação, na produção geral dos bens de consumo é despertar e desenvolver, permanentemente, a vontade de sempre fazer o melhor na organização local. Por isso, a necessidade de uma educação continuada dentro da empresa, para a formação permanente de um pensar inovador nos colaboradores.

A vitrine de uma empresa é ficar atenta às exigências do público alvo e o mercado, afim de decidir a estratégia a ser usada para tornar o produto visível. Essas duas esferas bem articuladas criam condições para que a empresa possa ser vista e reconhecida pelo consumo do que produz.

Por último, uma empresa que ainda se nega a organizar um “plano de negócio”, visando o mercado e o cliente, autodestrói-se antes mesmo de ingressar e se consolidar no mercado, independente da qualidade do produto. Sempre se deve visar a satisfação total do colaborador e do cliente, estabelecendo uma relação de equilíbrio entre a maximização do lucro e satisfação do colaborador. Isso requer, para superar essa relação desigual, um equilíbrio entre valorização do produto e a satisfação dos sujeitos envolvidos para produzi-lo.

### 3. Considerações Finais

Finalmente, para se obter sucesso em tudo o que se faz é preciso ter, entre outras coisas, dedicação. Nada se consegue na vida, por acaso. A realização de um sonho depende de ações concretas, que transforme a possibilidade em realidade. Pois, um sonho não se realiza no plano das ideias; mas, no plano das ações e relações construídas. A imaginação, fruto do sonho, só pode ser operacionalizada desde que se potencialize a vontade de ação, no plano das operações concretas dos homens, no mundo empresarial. Assim torna-se imprescindível ter força de vontade, bons planos, corretas estratégias e persistência em tudo o que se faz. Por essa razão, quem quer fazer alguma coisa, encontra um meio, e quem não quer fazer nada, encontra uma desculpa. Enfim, empreender é também aprender!

### 3 REFERÊNCIAS

PEGORARO, Olinto A. **Ética é Justiça**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995;

KRAEMER, Celso. **A Possibilidade de Autonomia no conceito de Prudência de Tomás de Aquino**. (Inédito) 2005;

FAVERI, José Ernesto de. **Filosofia da Educação: o ensino da filosofia na perspectiva freireana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006;

\_\_\_\_\_. **O FILOSOFAR E A ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES: Convite à reflexão e ação**. Blumenau: Nova Letra, 2009.