

RiC

REVISTA IBGM CIENTÍFICA

A Institucionalização do mar alcançou o Brasil



FACULDADE
IBGM

ÍNDICE

COLUNA ALUMINI ≡
3

PALAVRA DO DIRETOR ≡
4

ARTIGOS ≡

**Um estudo sobre o perfil moti-
vacional da geração Y** **6**

**Conservação da Natureza
e/ou do ser humano?** **19**

ARTIGOS DE OPINIÃO ≡

A inovação é a tela bonita **9**

**Afinal, o que é
empregabilidade?** **17**

A televisão que (des) educa **23**

ARTIGOPRINCIPAL

A Institucionalização do mar alcançou o Brasil

11



EXPEDIENTE ≡

Editor Chefe: Carlos Polônio
Editora Adjunta: Julianna Ramos
Revisão Técnica: Diogo Helal
Projeto Gráfico: Qi+ Comunicação Total
Diagramação: Qi+ Comunicação Total
Impressão: Tecnografic Gráfica Digital e Offset
Tiragem: 1.000 exemplares

Revista IBGM Científica - RIC
Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing - v.1,
n.1(2010) - Recife: IBGM, 2010

Semestral
1. Administração - I. Instituto Brasileiro de
Gestão & Marketing.

COLUNA ALUMINI

Estudar na IBGM mudou minha vida para melhor e foram os melhores anos em que desfrutei no curso de Marketing tanto da convivência com aos colegas e professores da melhor qualidade como também de uma nova energia transmitida por um ambiente agradável e renovador. Obrigada a todos da IBGM que contribuíram para uma visão renovada do meu ambiente de trabalho e que me abriu novas portas.

Renata Santos, aluna concluinte do curso de Marketing 2010.

Studying at IBGM changed my life for the better and were the best years in which I enjoyed in the course of Marketing both the coexistence with colleagues and teachers of the best quality as well as a new energy transmitted by a pleasant and refreshing environment. Thank you to everyone at IBGM who contributed to a renewed vision of my work environment and opened new doors for me.

Renata Santos, student of the Marketing course 2010.



PALAVRA DO DIRETOR

Laércio Guerra

A produção do conhecimento como parte integrante do universo acadêmico, é composta por duas práticas exploratórias de estudos, com base no empirismo, desmembradas por leituras e explorações temáticas diversas e de cunho prático-analítico, desenvolvidos por meio de pesquisas in loco e/ou documentais, gerando artigos publicados em revistas científicas nos mais diversos centros de estudos superiores de todo o mundo.

Participando desta linha de produção do conhecimento, a IBGM desenvolveu, com a participação do corpo docente e coordenação da faculdade, a RIC – Revista Científica IBGM, com o intuito de produzir conhecimento focando mercados e negócios, tema do qual a faculdade vem praticando em sua jornada empresarial e acadêmica.

A contribuição oferecida pela RIC, como instrumento de pesquisas, estudos e de comportamento sócio-empresarial, estará exposta em diversos artigos de professores da instituição e convidados, levando a prática experimental analítica aos estudantes, profissionais de mercado, acadêmicos e sociedade pernambucana como um todo.

Terá uma publicação semestral e trará, com absoluta certeza, contribuições para o Estado de Pernambuco, o Nordeste e Brasil.

Convidamos vocês a participarem desse grande momento da NOSSA FACULDADE.

APRESENTAÇÃO

Carlos Polônio

A RIC – Revista IBGM Científica nasce em um momento muito apropriado; ela coroa as idealizações dos inúmeros profissionais que aqui realizam seus trabalhos, chamando alunos e estudiosos a lançarem um olhar analítico e crítico sobre o mundo dos negócios e porque que não dizer, lançar um olhar analítico e crítico sobre a sociedade.

Sem pretensiosas intenções, deseja facilitar o conhecimento de seus leitores sobre as importantes questões nas quatro áreas de formação dos cursos oferecidos pela Faculdade.

Aqui estão reunidas excepcionais inferências e reflexões de professores especializados em seus campos do saber – áreas de seus domínios - que temos certeza poderão contribuir e muito com a proposição que nos move – preparar bem os gestores de excelência para esses nossos tempos.

Dos estudos do professor Jorge Gomes sobre a geração Y aos apontamentos da especialista Viviane Teobaldo sobre novas tecnologias, chegamos ao inspirador artigo elaborado pela mestra Julianna Ramos e o doutor Marcos Galindo – eis um mar de possibilidades de reflexões e conhecimento.

A lógica da empregabilidade abordada pelo doutor Diogo Helal é sucedida dos claros argumentos apresentados pela professora Edilene Gasparini sobre o Hospital da Tamarineira e como porto final dessa deliciosa viagem do conhecimento, temos o desabafo bem humorado sobre a TV do mestre Jardson Lemos.

Esperamos que a leitura da RIC seja prazerosa para todos, pois podemos afirmar que fazê-la surgir nesse momento de intensas mudanças e transformações foi magnífico para nós.



Um estudo sobre o perfil motivacional da geração Y

» Por Jorge Gomes¹

Este artigo analisa o resultado de uma pesquisa tipo *survey* de cunho exploratório realizada com 105 alunos da graduação da faculdade IBGM, localizada em Recife-PE, entre os meses de Outubro e Novembro de 2009.

Desenvolver pesquisas sobre as novas gerações de profissionais que estão atuando no mercado de trabalho aumenta as chances de desenvolver estratégias de retenção mais assertivas. Uma das características marcantes da Geração Y é que eles são profissionais do mercado e não da empresa,

o que reforça a importância de conhecer seu comportamento. Segundo dados da consultoria Booz & Company (2009) cerca de 73% da força de trabalho em 2025 será de pessoas dessa geração.

Mas o que é uma geração? Aqui vamos considerar, em termos práticos, um conjunto de vivências históricas compartilhadas, princípios de vida, visão, valores comuns, formas de relacionamento e de lidar com o trabalho e a vida (Gerbasí, 2009). Nas duas gerações mais estudadas antes da Geração Y, todas elas foram marcadas

¹ **Jorge Gomes** Mestrando em Psicologia Clínica pela UNICAP/PE. Especialista em Psicologia. Consultor de Empresas e professor do IBGM.

por eventos históricos que definiram a marca daquela época. A **Geração dos Baby Boomers** nasceu entre 1946 e 1964 e a relação com o trabalho era focada na produtividade através de modelos de gestão burocráticos. Por outro lado a **Geração X**, nascida entre 1965 e 1979 contestava todos os comportamentos da geração anterior, e sua relação com o trabalho é voltada para o equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

A **Geração Y**, objeto da nossa pesquisa, abrange as pessoas nascidas entre 1980 e 2000 e que vem ocupando um grande espaço nas organizações contemporâneas. É uma geração de jovens bastante decididos, que sabem o que querem; contudo, ao mesmo tempo, são bastante inseguros, precisam saber como está o seu desempenho constantemente para fins de melhoria e também, se sentir mais seguros nos vínculos profissionais e aplacar a ansiedade e as angústias, características emocionais muito comuns nessa geração. Apesar dessa descrição, os jovens das duas últimas décadas do século XX possuem outra característica marcante que é fazer as coisas que gostam e, por essa razão, enriquecem seus currículos com cursos, experiências de intercâmbios e estágios Oliveira (2009).

Estratégia de Ação

Durante 08 (oito) meses os alunos do LABY – Laboratório de Estudos sobre Liderança e Geração Y realizaram com a mediação do coordenador a leitura de 18 (dezoito) textos selecionados na internet em revistas de circulação nacional como Você S.A, HSM e Exame que abordavam temas da Geração Y. Com base nesta leitura, decidimos realizar uma pesquisa tipo *survey*, aquela em que buscamos obter dados ou informações sobre características, ações ou opiniões sobre um determinado grupo de pessoas através de questionário. (Freitas et al (citando Pinsonneault & Kraemer, 1993)).

Elegemos 10 (dez) indicadores para construção do questionário: *motivação no trabalho, valores, clima organizacional, estresse, inteligência emocional, mercado de trabalho, uso de tecnologia, informa-*

ção, liderança e qualidade de vida. A estratégia de resposta do questionário foi de múltipla escolha e disponibilizado na plataforma *GoogleDocs*. O setor de tecnologia da faculdade através da sua base de dados encaminhou através de email um *link* com o formulário para 500 alunos matriculados e que se encaixavam dentro da geração estudada com base nas suas datas de nascimento. Desse total, 21% responderam a pesquisa o que representou para o grupo uma amostra satisfatória para produção de um texto. Durante dois meses o formulário ficou disponível na internet para os alunos responderem. Em dezembro o LABY realizou uma análise das maiores e menores categorias de respostas para efeitos de mapeamento, em cada indicador, dos comportamentos motivacionais dessa geração.

Produção de Dados e Construção de Cenários

INDICADOR	MAIOR %	MENOR %
Principal motivador	39% desafios e 33% reconhecimento	5% valor da marca no mercado.
Principal valor	40% foco no resultado e 26% comunicação objetiva	3% ambiente informal e 4% flexibilidade de horários.
Principal dificuldade no trabalho	30% ideias não implementadas e 28% instabilidade.	6% relacionamento com chefe.
Sub processo e metas não atingidas	54% respondem com ansiedade e 24% sentem-se frustrados.	3% ficam com tapalcoada.
Como se sente quando realiza um bom trabalho	40% sente-se realizado e 39% sente satisfação pessoal	3% acha que faz parte da rotina realizar um bom trabalho.
Quais as razões para pedir demissão de uma empresa	36% por uma proposta financeira melhor e 27% desenvolver novos projetos.	5% relacionamento com o chefe.
Meios de comunicação utilizados no trabalho	45% celular e 31% emails.	6% SMS e 5% Messenger.
Como se mantém informado	74% internet	2% rádio
Modelo de liderança adotado	49% transacional e 33% democráticos	3% seniores e 2% autoritários.
Comprometeria a qualidade de vida por um salário maior	61% tentaria equilibrar os dois.	2% não teria problema.
Quantas empresas já trabalhou	55% entre 3 (três) e 2 (duas) empresas.	7% acima de 5 empresas.
O que significa estar preparado para assumir um cargo gerencial	59% diz que a preparação não tem idade certa e 29% diz que é ter conhecimento técnico.	2% diz que não pensa nessa possibilidade no futuro.



Construção de Cenários

Nossos jovens estão em busca de reconhecimento profissional através da obtenção de resultados. Essa hipótese está demonstrada na Tabela 1 de respostas. O combustível para intensificar esse processo é o *feedback* constante, valorizado pelos jovens, como uma atitude que deve ser praticada constantemente pelos gestores para fins de correção de rota em direção ao alcance dos objetivos. A maioria dos jovens dessa geração investe em conhecimento participando de cursos, treinamentos, *workshops* e desenvolvem metas pessoais altíssimas, o que torna o *feedback* uma ferramenta de comunicação livre e objetiva para evitar fracassos no final dos processos. Segundo pesquisa do Ateliê de Psicologia Organizacional (2009) esses jovens são ágeis, tem senso de oportunidade, descontrai-

municar e se manter informado; esse dado está alinhado com a pesquisa do Ateliê em Psicologia Organizacional (2009) onde 89% dos gestores entrevistados disseram que suas equipes, formadas por jovens dessa geração, têm muita habilidade com novas tecnologias e 63% consideram esses jovens bem informados.

Apesar do *feedback* e da conversa aberta, além do uso das tecnologias como suporte ao desenvolvimento e gerenciamento de novos projetos, constatamos também que essa geração é uma das mais estressadas. Como esses jovens possuem pouca tolerância a frustração, qualquer coisa que se apresente como um obstáculo ou ameace seu bem estar eleva o nível de irritabilidade ou, em alguns casos, a desistência de projetos. Na nossa pesquisa a ansiedade e a frustração receberam os maiores índices na

A sua vitalidade, agilidade e ritmo podem funcionar como atitudes importantes para criar novos cenários no campo dos negócios.

dos e inteligentes, por isso uma boa estratégia seria envolvê-los nos processos organizacionais. O índice de informalidade e horário flexível obteve um baixo índice nas respostas dos nossos jovens, não sendo percebido como um benefício. Isso pode ser resultante do perfil comportamental da região nordeste que em muitos casos, ainda valoriza a formalidade.

Outro fator são os inúmeros projetos descontinuados pelas organizações, o que entra em choque com o principal valor dos jovens que é o foco no resultado. Na medida em que esse fenômeno se repete com frequência, os objetivos anteriormente firmados perdem força e deixam o jovem desmotivado. O relacionamento com o chefe mostrou-se bom em relação às dificuldades apontadas por textos lidos em revistas como HSM Management.

80% dos jovens utilizam a tecnologia para se co-

análise dos jovens quando sentem-se pressionados ou não conseguem atingir um objetivo estabelecido.

Pesquisa realizada pelo Hospital do Coração de São Paulo em 2009 com mais de 400 executivos que passaram pelo *check up* clínico, revelou que 59% dos pesquisados não estão apenas com estresse, mas com uma taxa elevadíssima desse mal tão comum à sociedade contemporânea. Os executivos tinham entre 20 ou 30 anos, o que remete a Geração Y que apresenta sintomas tais como: fadiga, dor no pescoço, dor de cabeça, irritabilidade, sensação de angústia, insônia, falta de concentração e dificuldade de visão.

Outro dado interessante da nossa pesquisa foi a escolha dos jovens pelo modelo de liderança transformacional e democrático como os melhores. Esse dado corrobora com a ideia de que o modelo *coach* é o mais apropriado para traba-



lhar com essa geração. Esse modelo é baseado numa relação de confiança entre duas pessoas onde uma propõe objetivos específicos e delimitados com uma forte dose de *feedback* durante o processo de execução. Em linhas gerais, uma boa dose de objetivos, com uma frequência razoável de *feedbacks*, o reconhecimento e o sentido de fazer parte da corporação podem ajudar as empresas a reter os jovens da geração Y em seus quadros de funcionários. A sua vitalidade, agilidade e ritmo podem funcionar como atitudes importantes para criar novos cenários no campo dos negócios. Lembrando sempre que essa geração pertence ao mercado e não as empresas como outrora as gerações passadas pensavam. Daqui pra frente, cabe a nós pesquisadores dar continuidade e conhecer mais o comportamento, desejos e motivações dessa geração que em 15 anos representará 73% da força de trabalho no nosso país.

Referências bibliográficas

1. Ateliê de Pesquisa Organizacional (2009). **Uma visão dos líderes sobre a geração Y**. Capturado em 20.12.2009 (www.ateliedepesquisa.com.br)

2. B.I. Internacional (Noticias – 2009). **Um novo modelo para reter talentos da geração Y**. Capturado em 14.01.2010 (www.biinternational.com.br/noticiais)

3. Cerbasi G., & Barbosa, C. **Mais tempo, mais dinheiro (2009): estratégias para uma vida mais equilibrada**. Rio de Janeiro, Ed. Thomas-NelsonBrasil.

4. Freitas H., Oliveira M., Saccol A.Z. e Mocarola, J. (2000). **O método de pesquisa survey**. São Paulo/SP: Revista de Administração da USP, RAUSP, v. 35, nr. 3, Jul-Set., p.105-112

5. Oliveira, S. (2009) Geração Y: **Era das conexões, tempos de relacionamentos**. São Paulo, Clube de Autores.

6. Pilar & Garcia. **Quem é a geração Y**. (2008) In: HSM Management, N. 70, setembro-outubro.



“A inovação é a tela bonita”

Por **Viviane Teobaldo**

Especialista em Administração em Marketing. Professora do IBGM.

Foi com esta frase que o visionário Steve Jobs definiu a inovação do iPad, lançado no início deste ano pela também visionária Apple, dona das marcas igualmente visionárias iMac, iPod, iPhone. Entre declarações de amor e ódio, o novo aparelhinho vem chamando a atenção do mundo tecnológico deixando no ar uma certeza: todo mundo vai querer um.

O iPad é um iPhone gigante sem um detalhe: não faz ligações: ele não foi feito para comunicar, mas para fazer ver. Não tem câmera, nem webcam. O iPad permite uma leitura cômoda e confortável, coisa que o iPhone até consegue com boa vontade e aplicativos interessantes, com a diferença que o iPad foi feito para isso. Você estará lendo em um dispositivo feito para leitura; a sensação é outra. Sinceramente, é bem incômodo usar o iPhone para leitura porque a tela fica com linhas muito pequenas e quebradas e exige muita rolagem. É inegável que uma tela maior como a do Kindle ou do iPad permite uma leitura mais fluida e próxima daquela que estamos acostumados com os livros.

O mundo pergunta: “Você teria coragem de andar com um troço daqueles nas mãos?”

Acredite: muita gente vai queimar a língua. Há alguns anos, carregávamos um troço ainda maior, mais sensível e de menor qualidade para ouvir música: o LP. Hoje podemos achar que nunca teríamos esta iPrancheta. Daqui a alguns anos, talvez não tenhamos alternativa. O iPad vai de encontro com os princípios evolutivos em TI, que tentam sempre diminuir dispositivos, deixando tudo portátil, tudo acessível ao usuário onde ele estiver. O iPad parece bizarro por não se enquadrar neste conceito, mas a inovação não está na tela bonita de Jobs?

Essa declaração de Jobs não foi suficiente para tranquilizar os webdesigners. Eles andam assustados com o lançamento: o iPad não contempla o Adobe Flash, o que permitiria a inclusão imediata do aparelhinho no hall dos melhores dispositivos para jogos eletrônicos. O raciocínio é: se os games já são viciantes no desconforto do mouse e do monitor, imagine o que agregaria uma tela touchscreen portátil daquele tamanho? É claro que a Adobe vai lutar por isso. Pode esperar. O iPad apenas acabou de chegar. Dentro de um tempo ele pode até se tornar retrátil!

Todos estão fantasiando os próximos passos da Apple em relação ao iPad. Já existem rumores de negociações para disponibilizar o iPad como ferramenta de trabalho em algum bom seriado da TV a Cabo. Lembrem que na primeira temporada do seriado 24h todos os mocinhos utili-

zavam computadores da Mac, enquanto que a bandidona utilizava um computador baseado no Intel/Windows? Nada difícil o ator Kiefer Sutherland, o Jack Bauer, experimentar o iPad antes de todo mundo. Quer dizer, antes de todo mundo em termos, porque já viram algumas peças para venda no Mercado-Livre.

Há quem diga por aí que o iPad foi o lançamento de TI mais toco dos últimos 20 anos. É bom lembrar que o iPod não foi o primeiro tocador de música digital, nem o iTunes foi a primeira loja virtual de música, apenas para falarmos da Apple. Para completar, o Youtube vai dar uma sobrevida ao formato; o site ainda tem muito chão pela frente, com investimentos em novos negócios e tecnologia. O iPad também ganhou força nos últimos dias com a declaração da Marvel de que pretende lançar suas histórias em quadrinhos no iPad: lançamento simultâneo nas bancas e para download, num leitor específico e feito para isso. Bingo!

Em meio a uma briga pelos direitos do uso do nome – iniciada pela empresa japonesa Fujitsu, que registrou o nome em 2003, mas também pleiteada pela Siemens - talvez não tenhamos opções tecnológicas ao iPad. Será? Pode até ser ousadia, mas acredito que já temos: o iPhone. O iPad pode não ser a coisa mais revolucionária do velho oeste, mas todo o mercado irá perseguir o modelo.

Q1

O JOGO

**JOGO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS
DA FACULDADE IBGM QUE ROMPE
AS BARREIRAS DA APRENDIZAGEM
TRADICIONAL E ESTIMULA O
CONHECIMENTO FORA DA SALA DE AULA**

**JÁ FORAM ENTREGUES MAIS DE
100 MP4 E MP3
5 NOTEBOOKS E
DEZENAS DE OUTROS BENEFÍCIOS**

WWW.IBGM.ORG



A Institucionalização do mar alcançou o Brasil

»» Por Julianna Ramos e Marcos Galindo¹

Ao longo da história, instituições foram dispositivos dos seres humanos para criar ordem e reduzir as incertezas nas transações. (NORTH, 1991, p. 97).

Revisitando a História Econômica do Brasil a partir da perspectiva de uma visão institucional, é inegável que a *inserção comercial internacional* do país ocorreu e ainda ocorre pelo

mar. Este ponto sugere de forma categórica uma reflexão inspirada na fala de Simonsen (2005, p. 67), a história econômica do Brasil salienta, por certo, a incontestável influência que tiveram e terão sempre o custo e as facilidades dos transportes marítimos na evolução de nossa economia.

Deste modo, seria interessante iniciar-se uma

¹ **Julianna Ramos** é mestra em Administração e Desenvolvimento Rural pela UFRPE, professora do Instituto Brasileiro de Gestão e Marketing e da Faculdade Salesiana do Nordeste.

Marcos Galindo é Doutor em História pela Universidade de Leiden na Holanda, professor da UFPE, atualmente chefe do Departamento de Ciência da Informação e coordena o Mestrado em Ciência da Informação, além de estar à frente do LÍBER na Biblioteca Central da UFPE.



reflexão deste fundamental meio de transporte como uma Instituição. Para tanto, será utilizada uma triangulação que conjuga os Países Baixos², o Mar e o Brasil, posta a contribuição holandesa como grande agente conector entre o *Novo e o Velho Mundo*, conforme destaca Barléu (1982, p. 11):

Nenhum outro feito daria maior glória e renome às Províncias-Unidas que o terem ligado o Velho e o Novo Mundo pelos laços do comércio e da navegação. Não se devia desprezar essa liberdade comum de comerciar, concedida a todos por uma lei natural e defendida com tantas vitórias brilhantes e desbaratas infligidas aos inimigos.

Para tanto, a História e a Economia se configuram como subsídios indispensáveis à montagem de recortes de tal ambiente institucional e organizacional. O estudo do passado histórico dentro da perspectiva econômica trará a possibilidade de se contemplar questionamentos acerca do formato do sistema que define a eco-

acumulação capitalista.

Contudo, é necessário cautela no manuseio da esfera econômica, pois, conforme Simonson (2005), os fenômenos de natureza econômica são contemplados de forma insatisfatória quando observados apenas na perspectiva da teoria econômica ou da teoria política.

Daí ser indispensável à utilização da História Econômica, reposicionada na perspectiva da Nova Economia Institucional (NEI), como uma forma de trazer maior objetividade à leitura dos fatos. A presença de elementos institucionais a serem resgatados a partir da utilização da História, North (1990, p. vii) diz que,

A História importa. Ela importa não apenas por que nós podemos aprender com o passado, mas porquê **o presente e o futuro estão conectados ao passado pela continuidade das instituições sociais**. As escolhas de hoje e de amanhã são moldadas pelo passado. E o passado só pode ser inteligível como uma es-

Dezenove anos depois, em 1621, surge a versão comercial para explorar o hemisfério ocidental, especialmente o Nordeste do Brasil, a Companhia das Índias Ocidentais.

nomia do Brasil. Para Pereira (1998, p. 19):

A economia brasileira é um sistema econômico complexo e desequilibrado, aparentemente muito difícil de ser compreendido. A teoria econômica, entretanto, permite-nos construir um modelo simplificado desta realidade e torná-la compreensível. Veremos então que a economia brasileira se constitui em um sistema, possui uma estrutura. Veremos que as relações que existem dentro dela não ocorrem ao acaso, mas obedecem a uma lógica: a lógica da

tória da evolução institucional. (Tradução nossa) (Grifo nosso).

É apresentar a História como capaz de revelar com clareza que os problemas sensíveis hoje tem a sua gênese em decisões tomadas no passado. Desta forma, a nossa condição futura depende da ação determinada hoje. (GALINDO, 2010).

Sendo assim, ao se deter no recorte onde a História Econômica do Brasil é, em grande par-

² Os Países Baixos (Nederland) mais comumente conhecidos como Holanda, que na realidade é o nome de duas das suas importantes províncias: Holanda do Norte (Nord Holland) e Holanda do Sul (Zuid Holland). Historicamente a União de Utrecht em 1579 resultou na formação das Províncias Unidas dos Países Baixos (Holanda, Zelândia, Utrecht, Frísia, Groningen, Overijssel e Gelderland).



te, a História Econômica do Nordeste e em especial a História Econômica de Pernambuco, faz-se quase impossível não fazer menção ao ponto da interferência e presença neerlandesa no negócio do açúcar no Nordeste e mais especialmente em Pernambuco através da Companhia das Índias Ocidentais (*West Indische Compagnie* – WIC).

O presente artigo trará uma reflexão acerca de alguns desdobramentos institucionais promovidos, em especial pelos Países Baixos, no contexto histórico brasileiro do negócio do açúcar, considerando-se que toda a produção, do Brasil era exclusivamente escoada pelo mar, surge então um questionamento: Como se deu a institucionalização do mar, levando-se em conta a influência dos Países Baixos?

Deste modo, de forma inicial serão consideradas algumas falas sobre a Nova Economia das Instituições, com contraposições nas organizações, e em seguida, já conclusivamente serão refletidos alguns dos arranjos organizacionais e institucionais na perspectiva de base de análise na triangulação Países Baixos, Mar e Brasil.

A Nova Economia Institucional

A importância das Instituições para o comportamento dos agentes econômicos bem como também do próprio desempenho da economia foi constatada por autores como Douglas North, Olivier Williamson, e mais especialmente por Ronald Coase que desde 1937, com *The*

Nature of the Firm chama a atenção para a relevância das instituições. No Brasil, em especial levando-se em conta os aspectos do Agro-negócio, destaca-se Décio Zylbersztajn.

O denominador comum entre tais autores é a fundamentação na Nova Economia Institucional (NEI), a qual em oposição à Teoria Econômica Tradicional não considera o surgimento das Instituições como *espontâneo*. Mas afinal, o que são instituições? Para North (1991, p. 97):

Instituições são dispositivos humanos moldados à estruturas políticas, econômicas e de interações sociais. Elas consistem de duas categorias, informal (sanções, tabus, costumes, tradições e códigos de conduta), e a formal (constituição, leis, direitos de propriedade). **Ao longo da história, instituições foram dispositivos dos seres humanos para criar ordem e reduzir as incertezas nas transações.** (Tradução nossa).

Segundo Zylbersztajn (1995, p.7), a NEI apresenta em seu corpo de conhecimento uma destacada permeação com outras áreas como a Administração (Teoria das Organizações), o Direito (Direito Econômico) e a Economia.

North (1990, p.) propõe uma distinção entre Instituições e Organizações. As Instituições relacionam-se com um conjunto de padrões ou restrições formais e também informais que procuram regular o processo de interação dos indivíduos no convívio social, propiciando o



Ambiente Institucional, definido a partir de padrões ou regras para fundamentar ou estabelecer as bases dos processos de produção, das trocas e a distribuição, enfim das regras do *jogo social*. As Organizações podem ser consideradas como as estratégias que os agentes econômicos estabelecem cerceadas pelos padrões ou regras institucionais. De forma ainda mais clara, estabelece que as Instituições estão para as regras do jogo, assim como, as Organizações estão para os jogadores.

A Nova Economia Institucional pode ter o seu modelo teórico descrito de forma sumária, segundo Gala (2003, p.103) *apud* Gomes (2004, p. 09):

- O ambiente econômico e social dos agentes econômicos é permeado por *incerteza*;
- A principal consequência dessa incerteza são os custos de transação. Estes podem ser divididos em problemas de *measurement* e *enforcement*;
- Para reduzirem os custos de transação e coordenar as atividades humanas, as sociedades desenvolvem *instituições*. Estas são um contínuo de regras com dois extremos: formais e informais;
- O conjunto dessas regras pode ser encontrado na *matriz institucional* das sociedades. A dinâmica dessa matriz será sempre *path dependent*;

- A partir dessa matriz, definem-se os estímulos para o surgimento de *organizações* que podem ser econômicas, sociais e políticas;

- Estas interagem entre si, com os recursos econômicos – que junto com a tecnologia empregada definem os *transformation costs* tradicionais da teoria econômica – e com a própria matriz institucional – que define os *transaction costs* – e são, portanto, responsáveis pela *evolução institucional* e pelo *desempenho econômico* das sociedades ao longo do tempo.

A NEI se propõe ainda a explicar o desnível sob o ponto de vista do desenvolvimento econômico, e este para a NEI, implica no funcionamento pleno das forças de mercado, a partir de regras (pré-) estabelecidas, com a observação e o cumprimento dos acordos, sem, contudo, deixar de considerar as inovações de natureza institucional. Ou seja, o *jogo* deve ter regras claras e aplicáveis para que os *jogadores* possam trazer um alto nível de desempenho. As *regras pelo jogo*, e vice-versa.

A Institucionalização do Mar

Não se pretende aqui colocar a Holanda como o único país responsável pela institucionalização do mar; todavia, é inegável a contribuição deste país no sentido do início da sistematização ou formulação do pensar juridicamente fundamentado, da utilização das águas dos mares como meios universais de transporte e comunicação. Tal início da sistematização é



atribuída ao juriconsulto Hugo Grotius (Hugo de Groot) que em 1602 formulou a obra *Mare Liberum* (mar livre). Esta obra era na realidade uma contra-partida à secular Bula Pontifícia de Alexandre VI em 1494, a qual basicamente “concedia divinamente” à Espanha e a Portugal, reinos de orientação religiosa católica, o domínio do mar. Cerceava-se com esta Bula o acesso às rotas comerciais orientais e ainda ao mar e as terras da porção ocidental (Novo Mundo). A Espanha e as Províncias Unidas (Holanda) permaneceram por muitos anos em situação de guerra.

Em *Mare Liberum*, Grotius categorizou baseando-se no axioma dos princípios das Leis das Nações que, **Toda nação é livre para viajar para outra nação, e comercializar com ela.** (2000, p.12) (Grifo nosso).

Especula-se que a obra de Grotius tenha sido encomendada pela Companhia das Índias Orientais (Vereenigde Oost-Indische Compagnie – VOC) criada em 1602 a partir da união de várias pequenas companhias de comércio que faziam transações com a Ásia. Dezenove anos depois, em 1621, surge a versão comercial para explorar o hemisfério ocidental, especialmente o Nordeste do Brasil, a Companhia das Índias Ocidentais (*West Indische Compagnie* – WIC).

As companhias mercantis VOC e WIC, eram conhecidas como companhias de guerra, para Barléu (1982, p.10),

Por muito tempo tranqüilo, não tinha ainda o Ocidente experimentado, num desbarato notá-

vel, as armas holandesas. **Entretanto, o povo neerlandês, estimulado pelos seus prósperos sucessos no Oriente, constituiu uma nova companhia com os cidadãos mais opulentos e também mais infensos à Espanha. Denominou-se “Companhia das Índias Ocidentais”, porque se propunha tentar no Ocidente a sorte da guerra e do comércio.** Reuniu-se para esta empresa soma considerável de capitais, superior àquela que inspirara confiança para se realizar no Oriente idêntico objetivo. (Grifo nosso).



Finalmente pode-se dizer que foi e é pelo mar, que as distâncias entre os povos são encurtadas.

O que estava no discurso do Mar Livre, era na realidade a busca pela liberdade de comércio. Pois, ainda conforme Barléu (1982, p.8; 9),

Nossos mercadores se fizeram guerreiros, e nossos guerreiros se fizeram mercadores, defendendo uns o seu bom nome e segurança, e os outros os seus interesses. E fica em dúvida quem alcançou maior glória, se os mercantes, se os batalhadores, (...) **De fato, não se abriu sem armas a via para o comércio livre, nem se pode defender este sem o valor militar.** Diferimos dos gregos e dos romanos nisto: aqueles dirigiram para a

glória os seus principais esforços, e estes para a utilidade; em nós se reúne o desejo da celebridade e o do proveito. Somos cúpidos onde o inimigo é rico; inofensivos, onde é pobre; vitoriosos, onde é beligerante. (Grifos nossos).

Como idéias centrais do *Mare Liberum* podem ser destacadas às oposições à Espanha e Portugal, segundo Vianna (2007, p. 247; 248):

1. Não terem a soberania sobre a Índia, nem

apresentarem título a seu favor;

2. Não terem o domínio sobre o mar ou navegação, nem por descobrimento ou ocupação, doação pontifícia, nem prescrição ou costumes aquisitivos;

3. Não terem o direito de impedir o comércio que é livre pelo Direito das Gentes, (Lei das Nações) nem por ocupação, doação pontifícia, prescrição ou usucapião, nem por motivos de equidade.

A grande discussão trazida pela obra de Grotius ainda é atual, em especial quando ocorrem situações de guerras entre países:

A tese de Grotius segue firmemente, ainda que pesem as restrições contemporâneas em tempo de guerra e os ademanos extensivos do domínio marítimo do Estados ribeirinhos em tempo de paz, como bem salientam os artigos 87 e 88 da Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar. (VIANNA, 2007, p. 248).

Finalmente pode-se dizer que foi e é pelo mar, que as distâncias entre os povos são encurtadas; todavia, a dimensão da discussão do mar enquanto uma instituição é algo de amplitude significativa e apresenta certa atemporalidade, pois, se faz constante no passado, no presente e certamente assim o será no futuro.

Referências

BARLÉU, Gaspar. **História dos fatos recentemente praticados durante oito anos no Brasil**. Reconquista do Brasil v.15. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia, São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1982.

GALINDO, Marcos. **Biblioteca em Metamorfose**. V Jornada Norte-Nordeste de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação. Recife, 24 a 27 out 2007.

GOMES, Fábio Guedes. **A Nova Economia**

Institucional (NEI) e o (Sub) Desenvolvimento Econômico Brasileiro: Limites e Impossibilidades de Interpretação. Disponível:<<http://www.sep.org.br/artigo/ixcongresso10.pdf?PH PSESSIONID=e38bdc3de5b5ee5c50b7a50fb4462446>>. Acesso: 04/01/2010.

GROTIUS, Hugo. **The Freedom of The Seas**. Disponível:<<http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/grotius/Seas.pdf>>. Acesso: 11/10/2009.

NORTH, Douglas. **Institutions, Institutional Change and Economic Performance**. Cambridge University Press: Cambridge, 1990. Disponível: <<http://www.gotterdammerung.org/books/reviews/i/institutions-institutional-change-and-economic-performance.html>>

_____. **Institutions**. Journal of Economic Perspectives. Volume 5, Number 1 - Winter 1991 . Disponível:<<http://www.jstor.org/pss/1942714>>. Acesso em: 15/12/2009.

PEREIRA, Luiz C B. **Economia brasileira: uma introdução crítica**. 3ª edição. São Paulo: Ed. 34, 1998.

SIMONSEN, Roberto, C. **História econômica do Brasil: 1500-1820**. Brasília : Senado Federal, Conselho Editorial, 2005.

ZYLBERSZTAJN, Decio. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições**. Tese (Livre Docência) – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995.

VIANNA, Regina Cercere. **O Direito do Mar na Idade Média**. Artigo disponível em:< [ttp://www.scribd.com/doc/23741244/O-DIREITO-DO-MAR-NA-IDADE-MEDIA](http://www.scribd.com/doc/23741244/O-DIREITO-DO-MAR-NA-IDADE-MEDIA)>. Acesso em: 09/12/2009.

Afinal, o que é empregabili- dade?

Por Diogo Henrique Helal

Dr. em Sociologia e Política (UFMG), professor da Faculdade IBGM e pesquisador da Fundaj

Você já parou para pensar na sua empregabilidade? Imagino que sim. Mas qual é a origem desse termo?

A preocupação com a empregabilidade é recente. Foram as alterações no mundo das organizações e do trabalho, intensificadas no Brasil a partir da década de 1990, que trouxeram o termo à tona. Tal conceito pode ser entendido de duas maneiras: uma primeira, com ênfase no indivíduo, que considera a empregabilidade a capacidade de o indivíduo estar e ser empregável, bem como sua capacidade de adaptação às mudanças; e outra, que considera a empregabilidade um discurso que transfere a responsabilidade pela conquista do emprego do Estado e sociedade para o indivíduo.

No lugar de decidir qual das duas concepções é a certa, vamos nos deter em uma reflexão sobre cada. A segunda traz consigo uma importante crítica aos discursos e políticas neoliberais que têm sido

implementadas em nosso país; ao propor a diminuição do Estado e de sua atuação, a ênfase neoliberal transfere, sim, ao trabalhador a responsabilidade pelo emprego. Precisamos ponderar, nesse sentido, que o emprego é resultado de investimentos no indivíduo (educação é um deles) e em postos de trabalho (geração de empregos). De nada adianta termos um conjunto de indivíduos preocupados com sua empregabilidade, e realizando investimentos em função dessa preocupação, se a geração de empregos não acompanha o contingente de candidatos que buscam melhores oportunidades Brasil a fora.

De outro lado, a concepção individual sobre empregabilidade nos leva à reflexão dos investimentos que fazemos (ou devemos fazer) para conquistá-la. É senso comum que a educação é uma das principais variáveis que possibilita aos indivíduos melhores oportunidades no mercado de trabalho. Contudo, é importante lembrar que, diante da enorme oferta de ensino superior que temos no Brasil e no Recife, em particular, apenas a posse de um diploma universitário já não mais garante elevados retornos no mercado de trabalho.

As melhores oportunidades no mercado de trabalho estão reservadas àqueles que possuem além da qualifica-

ção desejada, outros atributos. São as chamadas competências profissionais. São importantes aqui as habilidades sociais e políticas, por exemplo. É esperado que um funcionário saiba se relacionar com os outros e trabalhar em equipe.

Outra importante variável que influencia a empregabilidade é a rede de relacionamentos que possuímos. Muitas vezes, o grande obstáculo para obtermos um novo emprego é saber onde ele está. E não se enganem! Empresas têm utilizado as redes de relacionamentos de seus funcionários para obterem candidatos em seus processos seletivos.

A busca pelo emprego tem se apresentado cada vez mais competitiva. Precisamos ampliar nossa qualificação, desenvolver nossas competências sociais e políticas, cultivar uma boa rede de relacionamentos e cobrar de nossos políticos e governantes, a tão esperada geração de empregos.

A FACULDADE COM A MELHOR GRADUAÇÃO EM 2 ANOS

F A C U L D A D E

IBGM

INSTITUTO BRASILEIRO DE
GESTÃO & MARKETING

vestibular2010.2



GRADUAÇÃO EM MARKETING
GRADUAÇÃO EM PROCESSOS GERENCIAIS
GRADUAÇÃO EM GESTÃO EM RH
GRADUAÇÃO EM LOGÍSTICA

INSCRIÇÕES E INFORMAÇÕES

WWW.IBGM.ORG • 3231.7771 / 5712

R. JOAQUIM FELIPE, 250 - BOA VISTA - RECIFE-PE

A MELHOR FACULDADE DE NEGÓCIOS



Conservação da Natureza e/ou do ser humano?

O caso do Hospital da Tamarineira

»» Por Edilene Gasparini¹

Tomando emprestado do artigo “Domesticando o Mito da Natureza Selvagem²” de Arturo Gómez-Pompa & Andrea Kaus - publicado no Brasil por Antonio Carlos Diegues (org)³, - o subtítulo “Nossos Conceitos de Conservação Ignoram as Perspectivas das Populações Rurais” e substituindo-o por “Nossos Conceitos de Conservação Ignoram as Perspectivas das Populações Invisíveis”, iniciamos esse artigo sobre a destinação a ser dada ao espaço urbano da cidade do Recife,

mais conhecido como Hospital Psiquiátrico da Tamarineira. Uma polêmica bem atual e que necessita ser considerada, dada sua complexidade, sobre diversos aspectos.

O que nos move nesse momento é uma reflexão sobre a perspectiva da população que atualmente o ocupa (90 hectares), tomando como referencial teórico os conceitos incompatíveis de conservação e preservação. Principalmente o de conservação que estabelece a necessida-

¹ Edilene Gasparini é Mestranda em Desenvolvimento e Meio Ambiente – Prodepa/UFPE. Professora do IBGM.

² Título original: *Taming the wilderness myth*. *Bioscience*, 42(4), 1992. Trad. de Dany Patarra.

³ ETNOCONSERVAÇÃO, *Novos Rumos para a Conservação da Natureza*. HUCITEC, NUPAUB-USP, São Paulo 2000.



de de manejo correto das áreas para torná-las eficientes, logo de transformação da natureza em mercadoria (DIEGUES, 1996, p.29).

O debate sobre a destinação a ser dada ao espaço da Tamarineira, se como centro de compras (shopping center), Unidade de Conservação da Natureza (projeto de lei municipal), ou qualquer outro uso que venha a favor dos interesses e necessidades do modo de vida urbano/ocidental, envereda necessariamente pela questão ambiental como o grande referencial a ser considerado. E podemos contar com pelo menos duas correntes do ambientalismo para realizar um confronto de idéias: a corrente tradicional, defensora dos interesses do modo de vida urbano/industrial, e a corrente ecológica.

Como nos ensina Pelizzoli, “*ambientalismo* ou *ecologismo* é a tópica que está a aglutinar uma nova e global perspectiva de organização social em vista de um processo civilizatório em

tos dos conceitos ambientalistas de preservação e conservação, numa perspectiva histórica estadunidense; tenta especificar no conceito de conservação, a questão da “invisibilidade” das populações tradicionais, no caso a população das pessoas com transtornos mentais; e conclui, transitando pelas opiniões das populações do entorno da área e da comunidade psiquiátrica com uma reflexão dos debates à luz da teoria visitada.

Conservação versus Preservação

As idéias sobre *conservação* e *preservação* podem ser reconstituídas a partir das ocorrências do final do século XIX, nos Estados Unidos, em torno do debate sobre a destinação dos recursos naturais. Naquela oportunidade as propostas de Gifford Pinchot e John Muir sintetizavam o debate sobre a questão (DIEGUES, 1996, p.28).

“...o meio ambiente natural e o mundo urbano são vistos como uma dicotomia e a preocupação costuma ser focada nas ações humanas...”

crise e reestruturação (repetimos: quem entende ambientalismo como ‘defesa da natureza, conservação e verdismo’, não compreendeu o que seja isto, e está alheio ao momento histórico atual) ”(PELIZOLLI, 1999, p. 70).

A nosso ver, no caso da destinação a ser dada a área da Tamarineira, essa questão é e deve ser o norte da discussão, e não o que vem se observando no debate (os 30% previstos em lei como área utilizável para qualquer projeto). Será que apenas consideramos como natureza o verde? E as pessoas que não usam nem usarão esse espaço para simples usufruto de horas de lazer ou de compras, e sim como ambiente de cura para os seus males, não contam?

O escopo desse artigo referencia os fundamen-

A *corrente conservacionista* representada pelo engenheiro florestal Gifford Pinchot, com formação na Alemanha, concebia a natureza como “freqüentemente lenta e os processos de manejo podem torná-la eficiente; acreditava que a conservação deveria basear-se em três princípios: o uso dos recursos naturais pela geração presente; a prevenção de desperdício; o uso dos recursos naturais para benefício da maioria dos cidadãos” (DIEGUES, 1996, p.29).

Segundo Diegues, essas idéias foram precursoras do que hoje se chama “*desenvolvimento sustentável*”, e foi um dos primeiros movimentos teóricos - práticos contra o “desenvolvimento a qualquer custo”. Para efeito da nossa reflexão nesse artigo, vale referenciar as idéias principais do movimento que se assentam na

afirmação de que “se deve procurar o maior bem para o benefício da maioria, incluindo as gerações futuras, mediante a redução dos detritos ...” (DIEGUES, 1996, p.29).

Já a *corrente preservacionista* representada pelo escritor e naturalista americano John Muir (1838-1914), concebia a natureza como espaço de reverência “no sentido de apreciação estética e espiritual da vida selvagem (wilderness)” (DIEGUES, 1996, p.30). Essa corrente do preservacionismo americano foi muito influenciada pelos escritos do autor estadunidense, poeta e naturalista Henry David Thoreau (1817-1862) que melhor expressou suas idéias na frase “a terra sobre a qual caminho não é um ser morto, uma massa inerte; é um corpo, um espírito; é orgânico e transparente as influências do espírito... O que denominamos mundo selvagem, escreveu em 1859, é uma civilização diferente da nossa”(NASH, apud DIEGUES, 1996, p.30)³.

Estabelecidos os dois referenciais teóricos mais comumente usados nos debates sobre a destinação de áreas naturais, vamos nos deter aqui na questão propriamente dos referenciais do conservacionismo, e no modo como essa corrente enxerga as populações tradicionais previamente existentes nessas áreas.

O Conservacionismo e a Invisibilidade das Comunidades Tradicionais

Da forma como é ocupado hoje o espaço urbano da Tamarineira, o homem não é apenas um visitante que não permanece; o homem lá está e lá se encontra na sua condição mais precária e invisível: a de demência mental. A natureza simplesmente é o ambiente de acolhimento de uma comunidade que lá habita por razões de expulsão da vida cotidiana e inconseqüente do “mundo lá fora”.

E quando nos deparamos em nossa sociedade

com as tomadas de decisão acerca da destinação de áreas naturais para usos de acordo exclusivamente com padrões urbanos, temos que admitir que: “o meio ambiente natural e o mundo urbano são vistos como uma dicotomia e a preocupação costuma ser focada nas ações humanas que afetam negativamente a qualidade de vida, de acordo com padrões urbanos”(Pompa & Kaus, 2000). E de acordo com esses mesmos padrões urbanos, não esqueçamos os que são bastante úteis para a civilização moderna: essas áreas naturais são importantes como fontes vitais de mecanismos ambientais como, por exemplo, a preocupação atual com a poluição atmosférica, a mudança do clima global e a destruição das florestas.

O que incomoda nossas crenças e concepções ocidentais de natureza é que elas “nos cegam para o fato de que, em muitos casos, as práticas tradicionais de uso da terra... são responsáveis por manter e proteger a biodiversidade das nossas áreas nativas...”(Pompa & Kaus, 2000). E aqui tomamos emprestado os argumentos e os conceitos da questão urbano/rural, para um olhar sobre a questão urbano construído/urbano natural que melhor se adequa ao caso da Tamarineira.

E quando nos debruçamos sobre as possibilidades de ocupação da área, diferentemente da que hoje lá existe, somos obrigados a perceber que “a questão não se refere simplesmente à presença ou densidade dos humanos, mas aos instrumentos, tecnologias, técnicas, conhecimento e experiência que acompanham o sistema de produção de uma determinada sociedade”(POMPA & KAUS, 2000), e esses instrumentos e técnicas acompanharão qualquer medida conservacionista imposta para a área - segundo os teóricos visitados nesse artigo - os quais mudarão sobremaneira a vivência com o ambiente natural do local.

³ Nash, Manning. 1989. The cauldron of ethnicity in the modern world. Chicago: University of Chicago Press. 142 pages.

Considerações Finais

Na continuidade do argumento privilegiado nesse artigo como referencial analítico sobre a questão, o de que as populações tradicionais - e aqui entendemos população tradicional como os doentes mentais atuais ocupantes da área da Tamarineira - são invisíveis para os adeptos do conservacionismo, ou para as idéias fundamentais postas por essa corrente do “ambientalismo moderno”, que se reflete no fato de que “se deve procurar o maior bem para o benefício da maioria, incluindo as gerações futuras, mediante a redução dos dejetos ...” (DIEGUES, 1996, p.29), a destinação da área tanto para sua utilização como shopping center ou Unidade de Conservação da Natureza, implica em estabelecer “a necessidade de manejo correto das áreas para torná-las eficientes, logo de transformação da natureza em mercadoria” (DIEGUES, 1996, p.29).

A nosso ver, e diante do acima exposto, os únicos indivíduos implicados no debate e que nessa ocasião atuam como “voz dos invisíveis” é a comunidade psiquiátrica; sendo o grupo técnico responsável pela ocupação atual da área da Tamarineira, argumenta que a área: “atualmente, abriga diversos serviços fundamentais para o tratamento de pacientes com transtornos mentais. Mais de uma centena de pessoas com diagnósticos que exigem regime de tratamento praticamente inexistente em outras unidades da rede de saúde são assistidas pelo hospital. Ali também funciona uma emergência, ferramenta rara em Pernambuco, com capacidade para atendimento de 80 pacientes/dia e um CAPs (Centro de Atenção Psicossocial). Existe ainda uma unidade de tratamento para dependentes químicos e o local mantém uma residência médica em psiquiatria para a formação de novos psiquiatras, profissionais igualmente em falta na região”⁴.

Pelo acima exposto, os que mais contribuirão com as reais necessidades da sociedade atual - essas áreas naturais são importantes como fontes vitais de mecanismos ambientais, como por exemplo, a preocupação atual com a poluição atmosférica, a mudança do clima global e a destruição das florestas – são os doentes mentais lá tratados pela comunidade psiquiátrica, que dela não farão uso para qualquer fim comercial.

Referências Bibliográficas

1. Artigo de João Alberto Carvalho, presidente da Associação Brasileira de Psiquiatria, imprensa local, 04/03/2010.
2. DIEGUES, Antonio Carlos. **O Mito Moderno da Natureza Intocada**, Hucitec, 3ª Edição, 1996.
3. _____(org.). **ETNOCONSERVAÇÃO. Novos Rumos para a Conservação da Natureza**. Hucitec, Nupaub-USP, São Paulo, 2000.
4. PELIZZOLI, Marcelo. **A Emergência do Paradigma Ecológico**. Reflexões ético-filosóficas para o século XXI. Editora Vozes, Petrópolis, 1999.

⁴ Artigo de João Alberto Carvalho, presidente da Associação Brasileira de Psiquiatria, imprensa local, 04/03/2010.

A televisão que (des) educa

Por **Jardson Alves Lemos**

MSc em Ciências da Religião, professor da Faculdade IBGM e da Rede Estadual

Há tempos que desisti de acompanhar a tevê como uma boa alternativa de cultura e passatempo. Todavia, quando não há uma ida ao cinema ou simplesmente vontade de apreciar alguma leitura e até mesmo de sair com os amigos, eis que surge a imponente televisão brasileira e sua “oferta cultural”. Faço certa resistência, mas vez por outra ainda me vejo prostrado diante da mesma... Perde-se um precioso tempo zapeando canais na incessante busca de programas de qualidade, atrações enriquecedoras, um produto fácil de digerir. Mas é visível como a tevê tornou-se um labirinto, com caminhos cheios de armadilhas e, dependendo do dia, parece mais como uma caça por algum animal, mas que não nos avisaram que já estava extinto.

Graças aos deuses do entretenimento que o tempo que disponho à tevê é pouco, pois não haveria como suportar tamanha barbaridade que se tornou a programação da rede aberta.

Já se foi à época que, ao chegar da jornada de trabalho, a primeira coisa a ser feita quando se entrava em casa era jogar

os pertences num extremo e cair no sofá diante da televisão como se buscasse água num oásis.

Hoje, ao abrir a porta de casa corro ainda para os jornais e ignoro certas notícias; abro a bolsa onde encontro o fone de ouvido e um celular que pega rádio FM e ainda armazena meus gostos musicais. É minha salvação para quando estou longe de casa e da internet, ferramenta essa ainda distante de muitos brasileiros que “nadam e morrem na praia da televisão brasileira”, vez por outra um palco, um livro e até mesmo um circo para quem não tem outros meios de aproveitar o que conhecemos como cultura.

Por mais que tentemos resistir, à noite, no sábado antes de sair ou de dormir mais uma zapeada. Diante do anúncio da próxima atração, um lembrete sugere a indicação do programa a ser exibido. Ora é livre, ora é para 12 anos etc. Ao invés de anunciar a indicação, deveria ser dito: “Esse programa não é recomendável para você, cidadão!” Até passei a me preocupar, nas noites de sábado, em ver um pouco de televisão, mas creio que não é a melhor coisa que poderia fazer, porque percebi semanalmente uma série de acontecimentos costumeiros, e começo a crer que é diário: a novela das 9, por exemplo, só mostra adultério. Pensei que era impressão, infelizmente não é: “Chifrar a vida” deveria ser o nome da “obra aberta” que exi-

bem em horário nobre. Chego à conclusão que não sei mais a ordem dos letreiros que sempre vieram no final de cada novela que dizia: “qualquer semelhança com a realidade é mera coincidência”. Os exemplos que vejo na tevê, vão contra a tudo que nossos pais e outras instituições ensinaram. Estereótipos de pessoas, nudez gratuita, quebra de condutas e normas regularizadoras, banalização da mulher, do homem e das leis. E até a criação de ricos instantâneos depois de enclausurarem numa casa repleta de câmeras. É o retrato da televisão em escala local e nacional. A tevê deveria ser uma aliada [educadora], porque nem todos têm acesso às devidas informações esclarecedoras, mas não; é ela que deseduca. Raro são os programas que contribuem com a formação cultural de modo positivo; eles até existem, mas são exibidos de madrugada, enquanto dormimos. Como diz Augusto dos Anjos: “A mão que afaga é a mesma que apedreja”. A máquina dos sonhos, ora é a dos pesadelos.

Em meio ao desabafo, lembro que pelo menos o kit que completa a TV é infalível: o controle-remoto que nos faz engordar quando nos prostramos diante daquela janela de plasma ou LCD, serve para mudar de canal e, quando tudo parece estar perdido, ele a desliga.

**DESCUBRA POR QUE SOMOS
UMA FACULDADE DIFERENTE**



FACULDADE

IBGM

**INSTITUTO BRASILEIRO DE
GESTÃO & MARKETING**



FACULDADE
IBGM
INSTITUTO BRASILEIRO DE
GESTÃO & MARKETING

WWW.IBGM.ORG
RUA JOAQUIM FELIPE, 250
BOA VISTA - RECIFE/PE

