



RiC

REVISTA IBGM CIENTÍFICA

Volume 4 | Número 4 | 2014

Resenha de Drucker

SOCIEDADE PÓS-CAPITALISTA

O futuro na gerência intelectual:
conhecimento e capitalismo da informação

+ **Redes Sociais**

O público e o privado nas redes sociais:
a ética na era do Facebook

+ **Negócios X Saúde**

Futuro, economia e psicologia:
decifrando conexões

+ **Geração Y**

Por que estudar a Geração Y
e seu futuro profissional?

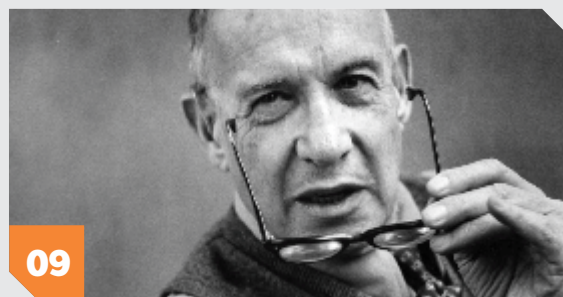


IBS | INSTITUTO BRASILEIRO DE SAÚDE

O IBS (Instituto Brasileiro de Saúde) é o novo núcleo da faculdade IBGM. Dedicado aos cursos na área de saúde, o campus integrará clínicas, escolas e laboratórios relacionados às aulas práticas e bem-estar. Localizado na rua Padre Inglês no bairro da Boa Vista, em Recife

» Nesta Edição...

04	COLUNA ALUMINI
05	ARTIGO DE CAPA - RESENHA DE DRUCKER - SOCIEDADE PÓS-CAPITALISTA (LAÉRCIO GUERRA E EDILENE GASPARINI)
10	ARTIGO DE CAPA - RESENHA DE DRUCKER - SOCIEDADE PÓS-CAPITALISTA (LAÉRCIO GUERRA E EDILENE GASPARINI)
14	ÉTICA - PÚBLICO E PRIVADO NAS REDES SOCIAIS (RAPHAEL DOUGLAS)
18	ÉTICA - RESENHA CRÍTICA CYPHERPUNKS (RAPHAEL DOUGLAS)
20	ÉTICA - UTILIZAÇÃO ÉTICA DAS REDES SOCIAIS (ITHALA SUASSUNA)
24	ÉTICA - REDES SOCIAIS: COMO USAR PROFISSIONALMENTE (ANA NORIKO)
30	ÉTICA - O FUTURO DA ARTE CONTEMPORÂNEA (NYCOLAS ALBUQUERQUE)
36	ÉTICA - CIÊNCIA E ESPIRITUALIDADE (EDUARDO BARROS)
38	GERAÇÃO Y - POR QUE ESTUDAR A GERAÇÃO Y E SEU FUTURO PROFISSIONAL? (CARINA PESSOA)
44	GERAÇÃO Y - ASPECTOS NEGATIVOS DO USO DE JOGOS ELETRÔNICOS (IGOR LINS)
50	GERAÇÃO Y - GERAÇÃO Y E AS REDES SOCIAIS (EDUARDO JOSÉ GONÇALVES e IGOR LINS LEMOS)
56	GERAÇÃO Y - GERAÇÃO Y E ENTERTAINMENT (MARIANO HEBENBROCK)
62	GERAÇÃO Y - O PRINCÍPIO DE REALIDADE FREUDIANO E UMA PROPOSTA PRAGMÁTICA PARA O TRABALHADOR DO FUTURO (JORGE GOMES)
68	SAÚDE - O CAMPO DO CURRÍCULO NA EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR BRASILEIRA (KADJA TENORIO E LUCENILDA ALVES)
74	SAÚDE - VIBRAÇÃO DE CORPO INTEIRO (MÁIRA FLORENTINO E RAFAELA BARROS)
82	SAÚDE - PERSPECTIVA DO TREINAMENTO DE RESISTÊNCIA PROGRESSIVA NA COMPOSIÇÃO CORPORAL EM PESSOAS VIVENDO COM HIVAIDS E A SÍNDROME DA LIPODISTROFIA (WALDEHIR ROBERTO, WALHIR E KLAUDIA)
88	SAÚDE X NEGÓCIOS - FUTURO: ECONOMIA E PSICOLOGIA - DECIFRANDO CONEXÕES (DIEGO MACIEL)
92	SAÚDE X NEGÓCIOS - A AÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO NA PREPARAÇÃO DE UM FUTURO MAIS SAUDÁVEL, HUMANO E SUSTENTÁVEL (EDNALDO DE SANTANA E MARIA CRISTINA SOUZA)
98	NEGÓCIOS - ENDOMARKETING: TEORIA E PRÁTICA (BEATRIZ BRAGA, MARCELLA FAUSTINO E THALMA DRIELLE)
104	NEGÓCIOS - RESENHA DE COVALESKY (BEATRIZ BRAGA)
106	NEGÓCIOS - GESTÃO DO CONHECIMENTO E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA (VALTER RITO)
112	NEGÓCIOS - REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FERRAMENTA AUXILIAR NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES (IANA BEZERRA LIMA)
120	NEGÓCIOS - RESENHA DE FREE GRÁTIS: O FUTURO DOS PREÇOS (GILBERTO LAPA)
122	NEGÓCIOS - DIMITIDAS DO CARGO DE MÃE (PALOMA ALMEIDA E EDUARDO FONSECA)
128	NEGÓCIOS - ZONA DA MATA DE PERNAMBUCO (FABIANE VERAS, JOSÉ GERALDO E THIAGO WANDERLEY)
134	TEXTO DE SAÍDA - FUTURO: O SENTIDO DO SUJEITO DO CONHECIMENTO (KLEVER CAVALCANTI)



09

» RESENHA DE DRUCKER



13

» PÚBLICO E PRIVADO NAS REDES SOCIAIS: A ÉTICA NA ERA DO FACEBOOK



37

» POR QUE ESTUDAR A GERAÇÃO Y E SEU FUTURO PROFISSIONAL?



87

» FUTURO: ECONOMIA E PSICOLOGIA DECIFRANDO CONEXÕES

» EXPEDIENTE

Edição / Edition
Edilene Gasparini

Revisão Técnica / Technical Review
Edilene Gasparini
Raphael Douglas Tenorio

Tradutor / Translator:
Eslí Sampaio de Queiroz

Projeto Gráfico / Graphic Design
Jaime Carrapatoso
Thamerson Andrade

Colaboradores / Employees
Renata Maia
Uheiny Torres

Impressão / Print
#Nome da Gráfica

Tiragem / Drawing
x.xxx Exemplos

Faculdade IBGM
Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing
Rua Joaquim Felipe, 250 - Boa Vista, Recife-PE
CEP: 50050-430 | Fone: 813036.0001
E-mail: ric@ibgm.org / ouvidoria@ibgm.org
www.ibgm.org | facebook.com/faculdadeibgm



Cassio Ferreira,

aluno Egresso do Curso de Gestão em Recursos Humanos.
Student Progress of the Management Course in Human Resources.

O curso de Recursos Humanos da IBGM realmente fornece os elementos básicos à formação necessária para se trabalhar com pessoas. O Trabalho de Conclusão de Curso, muito bem conduzido por orientadores mestres e doutores, abriram minha mente para muitas outras possibilidades. Indico sempre a IBGM aos amigos e colegas de trabalho.

The IBGM Human Resources course really provides the basics with the training you need to work with people. The Course Completion Work, very well conducted by master mentors and doctors, opened my mind to many other possibilities. I always advise IBGM to friends and co-workers.

PALAVRA DO DIRETOR GERAL

A WORD FROM THE PRINCIPAL

Ao lançar a Quarta Edição da RIC, direcionando nossas reflexões para a temática do futuro, torna-se impossível não pensar sobre o futuro da nossa IES. O que nos reserva o amanhã da IBGM? O que terá continuidade e o que será preterido em nome da melhoria da qualidade do ensino? Que novos desafios enfrentaremos como organização educacional e, conseqüentemente, como agentes de mudanças sociais? Uma certeza nos vem à mente: se a nova sociedade que estamos vivenciando é a sociedade do conhecimento, é preciso naturalmente focalizar nossos esforços no ensino e no aprendizado, mas, no entanto, nunca perder de vista o resultado final, a tarefa, o trabalho. Fazer sempre associações do ensino e aprendizado com o resultado final que é sempre um trabalho ou tarefa a ser desempenhado e os nossos Interdisciplinares são a expressão exata dessa constatação. Sob essa ótica, já vivenciamos o futuro!

O futuro também nos reserva uma maior complexidade como organização, uma vez que almejamos lograr o nascimento de um centro universitário. Essa edição da nossa RIC consubstancia essa tendência natural ao abrir espaço para uma diversidade de produções acadêmicas de várias áreas do conhecimento como os Negócios, a Saúde e a Ética. Eis o resultado do trabalho do corpo docente da IBGM, já incorporado ao nosso esforço educacional, caracterizando um primeiro sentido de universidade: a unidade da diversidade.

Acolher e divulgar o pensamento e a reflexão dos nossos pares é extremamente gratificante, principalmente se isso reforça a continuidade na melhoria da qualidade do nosso ensino. Desejo a todos uma ótima leitura e que venha o futuro. Continuaremos sempre simples nos detalhes e complexos no fazer!

Laércio Guerra

Launching the Fourth Edition of the RIC and direct our thoughts to the topic of the future, impossible not to think about the future of our higher education institution. What's in store tomorrow IBGM? What will be continued and will be deprecated in the name of improving the quality of education? What new challenges we face as educational organization and therefore as an agent of change in society? One certainly comes to mind: if the new society we are experiencing is the knowledge society, but we must focus our efforts on teaching and learning, more, however, never lose sight of the end result, the task, the work. Always make associations of teaching and learning with the end result which is always a job or task to be performed, and our Interdisciplinary are the exact expression of this fact. Thus, and in this light, we already are experiencing the future!

In addition, the future also holds greater complexity and organization, towards the university. This edition of our RIC embodies this natural tendency, to make room for a diversity of academic knowledge in various areas, eg. Business, health and ethics, the result of the work of faculty and IBGM already incorporated into our educational effort, which features the first sense of the university - the unity of diversity.

To receive and disseminate thought and reflection of our peers is extremely gratifying, especially if it enhances the continuity in improving the quality of our teaching. I wish you all a great read and the coming of the future. We will continue always in the details simple and complex at the do!

Laércio Guerra

Caro leitor,

Pensar o futuro é o objetivo da 4ª edição da nossa RIC (Revista IBGM Científica) e, nessa perspectiva, a escolha do artigo de capa, fruto da resenha do livro “Sociedade Pós-capitalista” de Peter Drucker - por iniciativa do nosso Diretor Geral Laércio Guerra - é bastante oportuna! As ideias nele contidas remetem à compreensão do futuro através de abordagens da Ética, da Geração Y, dos Negócios e da Saúde. Justamente as temáticas nas quais garimpamos toda a produção ora disponibilizada aos senhores. Com o escrito supracitado, damos início a nossa leitura e veremos que a sociedade pós-capitalista de Drucker é a sociedade do conhecimento, sendo esta o principal fator de produção da economia. Uma sociedade onde a governabilidade é transnacional, sendo a ética o principal elemento de convivência entre as diferenças. É a sociedade dos negócios, e, portanto, do mercado - “capitalista” sim, só que agora dominado pelo “capitalismo da informação”. A sociedade da geração Y, que já nasceu integrada à sociedade da informação. E, sem dúvida, é a sociedade da Saúde, das necessárias e cada vez mais permanentes conexões entre o mundo psicológico e o mundo físico. Apresentamos em seguida os pesquisadores do campo da Ética, caso do professor Raphael Douglas Tenorio, que aborda o tema em um artigo de opinião cujo título é “O Público e o Privado nas Redes Sociais”. Nele, questiona se “é possível pensar uma ética, material ou formal, para a era das Redes Sociais” e, na sequência, nos presenteia com uma eletrizante resenha crítica do livro do ciberativista Julian Assange, “Cyberpunks: liberdade e o futuro da internet”, que entende ser “uma verdadeira atualização de um diálogo em estilo platônico, uma vez que os interlocutores mostram-se preocupados com o desvirtuamento de um ideal: a liberdade”. A professora Ithala Suassuna, por sua vez, opina sobre a “Utilização Ética das Redes Sociais” e observa a importância de como “usar o princípio da alteridade, ou seja, colocar-se no lugar do outro, bem como respeitar as diferenças é sempre salutar: será que eu gostaria que fizessem isso comigo?”. A professora Ana Noriko, em

artigo intitulado “Redes Sociais: Como usar profissionalmente”, fruto da experiência de alunos e orientadora no processo de trabalho de conclusão de curso da graduação tecnológica em Gestão de Recursos Humanos da IBGM, investe na preocupação com os erros cometidos pelos usuários das redes sociais, procurando capacitá-los para o uso dessas tecnologias no intuito de agregar valor à utilização profissional desse importante veículo de comunicação. O professor Nycolas Albuquerque, em seu artigo “O futuro da Arte Contemporânea está no Diálogo?”, constata que “nas últimas décadas vimos as expressões artísticas se aproximarem mais da experiência do que da forma” e se pergunta: será essa a direção das artes no futuro? E o futuro da ciência é abordado pelo professor Eduardo Barros, considerando a dimensão espiritual como uma instância que vai além da materialidade. Essas e outras discussões estão presentes no seu “Ciência e Espiritualidade: os caminhos para a ciência do futuro”. Sobre a Geração Y, oferecemos cinco bons artigos, iniciando pelo da professora Carina Pessoa que escreve “Por Que Estudar a Geração Y e seu Futuro Profissional?”, no qual “objetiva problematizar e justificar a proposta de pesquisa lançada pela autora no edital do laboratório do futuro da faculdade IBGM acerca dos sentidos compartilhados por jovens da geração Y no que diz respeito ao seu futuro profissional”. Já o professor Igor Lins, nos oferece dois artigos científicos, ambos em coautoria com alunos da Pós-graduação em Psicologia Organizacional da faculdade IBGM. O primeiro, intitulado “Aspectos Negativos do Uso de Jogos Eletrônicos, Internet e Celular na Geração Y”, com os alunos Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves, Alân Saymon Justo da Silva e Maria Clara Miguel Descendente de Melo Silva, objetiva realizar uma pesquisa bibliográfica sobre três elementos contemporâneos: jogos eletrônicos, Internet e celular, centrando-se na análise da possibilidade de adoecimento no uso destes recursos. Também argumenta que a busca de estratégias medicamentosas, psicoterapêuticas e preventivas para que a tecnologia seja utilizada a favor destes usuários é um dos principais elementos da pesquisa. O segundo

artigo, “Geração Y e as Redes Sociais: Uma Nova Ferramenta Organizacional”, em parceria com o aluno Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves, tem por objetivo “realizar uma pesquisa bibliográfica sobre as redes sociais, promovendo uma reflexão a respeito do seu uso no âmbito organizacional”. Na sequência, trazemos o professor Mariano Hebenbrock, em coautoria com Edgar Moura, graduado em Processos Gerenciais da faculdade IBGM, no artigo “Geração Y e Entertainment: o Futuro na Pós-Modernidade-Mundo”, em que aborda que alguns autores buscam mostrar, de maneira sutil, que o entretenimento associado às novas tecnologias na pós-modernidade-mundo pode ser um grande vilão contra a geração. Encerrando os argumentos dos autores que se dedicaram a temática da Geração Y, leremos nosso Diretor Acadêmico Jorge Gomes sustentando o artigo “O Princípio de Realidade Freudiano e uma Proposta Pragmática para o Trabalhador do Futuro”, que tem como objetivo “ressignificar o conceito freudiano de princípio de realidade num mundo em que o imaginário se posiciona como a principal máquina de produção de subjetividade”. O esforço parte de um conjunto de reflexões estimuladas no LABY (Laboratório da Geração Y no Trabalho). Então mergulhamos na leitura dos autores da Saúde, iniciando com o artigo “O Campo do Currículo na Educação Física Escolar Brasileira: páginas de um futuro bom”, da professora Kadja Tenório em coautoria com a professora Lucenilda Alves, cujo escopo é “identificar quais os focos de concentração das produções científicas acerca do currículo da educação física escolar no cenário brasileiro”. As professoras Máira Florentino Pessoa e Rafaela Barros de Sá, munidas do artigo “Vibração de Corpo Inteiro: o Treinamento do Futuro para Idosos”, se debruçam sobre um público distinto do da geração do futuro, mostrando a necessária preocupação com o bem estar da geração do passado - os chamados idosos -, demonstrando que “o treinamento em plataforma vibratória pode ser considerado um método de treinamento combinado para esta parcela da população, favorecendo o descondicionamento físico desse público”. O professor

Waldemir Roberto, no escrito “Perspectiva do treinamento de resistência progressiva na composição corporal em pessoas vivendo com HIV/AIDS e a síndrome da lipodistrofia: revisão sistemática”, procura demonstrar que “os resultados encontrados na literatura apontam que o TRP (Treinamento de Resistência Progressiva) tem impacto na composição corporal em pessoas vivendo com HIV/AIDS e síndrome da lipodistrofia, reduzindo o tecido gordo, aumentando a massa magra e melhorando a harmonia corporal desses indivíduos”. Os professores Diego Maciel e Ednaldo Santana, respectivamente, buscam conexões entre os temas da saúde e dos negócios nos artigos “Futuro, Economia e Psicologia: decifrando conexões” e “A Ação das Instituições de Ensino na Preparação de um Futuro mais Saudável, Humano e Sustentável”. O primeiro aborda questões de conexões entre a economia e a psicologia, fazendo crer que “a Psicologia Econômica é, então, uma ciência que, embora utilize conceitos e métodos específicos da Psicologia, da Psicologia Social e da Economia, possui a sua finalidade própria: tentar estudar o novo homo economicus, que já surge frente à perspectiva de um futuro tecnológico, no qual as relações serão ditadas por bytes, pixels e sinais digitais”. O segundo, em seu expediente, afirma que “temas como a Proteção ao Meio Ambiente, ações voltadas para melhoraria da nossa Qualidade de Vida e a forma com a qual as pessoas e as organizações se relacionam, nunca estiveram em tamanha evidência”. Concluindo que “este bombardeamento de informações também faz com que as Instituições de Ensino direcionem suas ações para formar pessoas preparadas para atender a esta nova demanda de mercado, assim como também formar pessoas que entendam o seu papel na construção de um futuro melhor para todos”. Finalizamos esta edição da RIC com os autores da área de Negócios, uma vez que a consideramos a realidade última de qualquer agrupamento social e, portanto, o elo fundamental entre o homem e a natureza. Neste grupo, iniciamos em dois momentos distintos com produções da professora Beatriz Braga. Inicialmente, através do artigo “Endomarketing: teoria e Prática na Gestão Empresarial”, oriundo de reflexões do Grupo de Pesquisa sobre Novas Estratégias de Publicidade na Gestão Empresarial da IBGM, em coautoria com as alunas do curso de Gestão em Marketing da instituição, Marcella Faustino Vasconcelos e Thalma Driel-

le Bezerra de Souza, aborda-se a ferramenta do endomarketing – instrumento de comunicação interna que visa transformar os funcionários em reais aliados da empresa – numa perspectiva de “ampliar a discussão sobre o tema e reunir material bibliográfico e investigativo, incitando novas pesquisas ou experimentos por teóricos e também praticantes”. Subsequentemente, observaremos a resenha do livro de Rogério Covaleski, “Publicidade Híbrida”, cujo empenho “trata da reconfiguração do discurso publicitário em função da evolução e transformação constante dos diversos segmentos do mercado, sobretudo no ambiente digital”. Sequenciamos a temática dos negócios com o artigo “Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva: metodologias como fonte agregadora de valor para o novo cenário da competitividade empresarial”, do professor Valter Rito. Nele, Valter afirma que a “gestão do conhecimento é um processo articulado para promover o sucesso empresarial através do seu próprio pessoal”, acrescentando que as ferramentas da Gestão do Conhecimento foram desenvolvidas justamente para facilitar a vida dos executivos na elaboração de estratégias e tomada de decisão que ditarão o futuro de suas ações. A professora Iana Bezerra Lima, com seu artigo “Redes Sociais Virtuais como ferramenta auxiliar no processo de recrutamento e seleção de pessoas nas organizações”, afirma que as redes surgem para “ajudar o profissional de recursos humanos com mais uma fonte de informação sobre o candidato, ajudando assim a compor seu perfil como ferramenta auxiliar no processo de recrutamento e seleção de pessoas nas organizações”. O artigo de opinião do professor Gilberto Lapa versa sobre livro “Free Grátis: o futuro dos preços” e nos expõe a ideia central defendida por Chris Anderson. A argumentação gira em torno das potencialidades desse fenômeno, “apontando tendências e caminhos para quem, de algum modo, compete (ou pretende vir a competir) através da internet. Ele discorre de forma convincente que, em muitas situações, as empresas podem lucrar mais oferecendo produtos gratuitamente do que cobrando. Muito mais que um truque promocional, o grátis é uma estratégia de negócios. A professora Paloma Almeida, em coautoria com o psicólogo Eduardo Fonseca, busca, no artigo “Demitidas do Cargo de Mãe: os impactos na vida profissional de mulheres diante do dilema da profissão e vida familiar”, ampliar nossos

horizontes sobre as conexões entre as temáticas de gênero e negócios, “apresentando os resultados de um estudo que investigou os impactos causados na vida profissional de mulheres nesse contexto, procurando abranger suas estratégias de conciliação com os mundos público e privado”. Na sequência trazemos o artigo “Zona da Mata Norte de Pernambuco: Futuro Polo Logístico do Estado”, trabalho dos alunos José Geraldo Wanderley Neto e Thiago Barrozo Leandro Wanderley, da Pós-graduação em Logística e Comércio Exterior da faculdade IBGM, sob a orientação da professora Fabiane Veras. Nesse pleito, o grupo destaca que “este estudo é uma visão sobre as estruturas de condomínios logísticos nesta nova região. Se levarmos em consideração o tempo que levou para a consolidação deste segmento na área de SUAPE e a velocidade com que vem sendo erguida naquela região, certamente os que buscam investir neste negócio, na região da Zona da Mata Norte, precisarão ser mais ágeis e empreendedores uma vez que a demanda é imensa”. Encerrando esta 4ª edição da RIC, o professor Klever Cavalcanti - em “Futuro: o sentido do sujeito do conhecimento”-, ensaia acerca da inovação como elemento crucial ao futuro das organizações, afirmando que “inovação é algo que traz resultados para a empresa, já que, se bem explorada através de uma nova ideia de sucesso, resulta em grande retorno à organização”. Eis o sobrevoou geral por sobre nosso esforço coletivo. Desejamos a todos uma excelente leitura, esperando que as reflexões aqui apresentadas ampliem os debates sobre os campos de pesquisas desta IES.

Dear reader,

Think the future is the goal of this fourth edition of our magazine IBGM Scientific - RIC, and, from this perspective, the choice of the cover story, the result of review of the book Post-Capitalist Society by Peter Drucker - the initiative of our General Principal Laércio Guerra - is very timely! The ideas contained herein refer to understanding the future through approaches of Ethics, Generation Y, the Business and, why not, Health - themes which we have searched the entire production now available to you. With it we begin our reading and we will see that the post-capitalist society of Drucker's knowledge society, this being the main factor of production in the economy, it is the society which is transnational governance, ethics and the main element of coexistence between the differences, it is the business of society, and therefore the market - "capitalist" yes, but now dominated by "information capitalism"; society is Generation Y, who was born the integrated information society, and is undoubtedly the company's Health, the necessary and increasingly permanent connections between the physical world and the psychological world. We then present researchers in the field of Ethics, the case of Professor Raphael Douglas, which addresses in an opinion article - The Public and Private in Social Networks. Asks him: "You can think of an ethical, substantive or procedural, to the era of Social Networking?" and as a result presents us with an electrifying critical review of the book of Julian Assange - Cypherpunks: freedom and the future of the Internet, that understands be "a real upgrade of a platonic dialogue style, since the speakers are concerned with the distortion of an ideal: freedom." The teacher Ithala Suassuna turn opines on The Ethical Use of Social Networks and observes: "Using the principle of otherness, ie put yourself in another's place and respecting differences is always healthy - I would be they did this to me? ". In turn, the teacher Ana Noriko, in an article titled Social Networking: How to use professionally, fruit of the experience of students and guiding the work

process of completion of undergraduate programs in Human Resource Management from IBGM invests in concern with mistakes made by users of social networking - an attempt to train them for the use of these networks - in order to add value to the professional use of this important communication vehicle. Professor Nycolas Albuquerque, in his article - The Future of Contemporary Art in Dialogue is? - Notes: "in the last decades have seen the artistic expressions move closer to the experience than the way", and ask yourself: is this the future direction of the arts? And the future of science is discussed by Professor Eduardo Barros as having to consider a dimension beyond the stuff - and this is the dimension of spirituality - in his article, Science and Spirituality: paths to the future science. About Generation Y offer five good articles, starting with the teacher writes Carina Person - Why Study the Generation Y and its Future Professional? - Which "aims to discuss and justify the research proposal released by the author in the announcement of the laboratory's future college IBGM, upon the meanings shared by young people of Generation Y with respect to his future career." But Professor Igor Lins offers us two papers, both co-authored with students of Postgraduate Organisational Psychology College IBGM. The first, entitled: Negative Aspects Of Using Electronic Games, Internet and Phone in Generation Y, with students Eduardo José Gonçalves Pereira da Silva, Alan Saymon Justo da Silva and Maria Clara Descending Miguel de Melo Silva, aims to conduct a literature search on contemporary three elements: video games, Internet and phone - focusing on the analysis of the possibility of illness in the use of these resources. Also argues that the search for drug strategies, psychotherapeutic and preventive technology to be used in favor of these users is a key element of search. The second article, entitled Generation Y and Social Networks: A New Organizational Tool with the student Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves, aims to "conduct a literature search on social networks, promoting reflection about their use within organization ". Following

Hebenbrock bring Professor Mariano, co-authored with a degree in Business Processes college IBGM Edgar Moura, in the article: Generation Y and Entertainment: The Future in Post-Modernity-World, where addresses some authors seek to show, in a subtle way, the entertainment associated with new technologies in postmodernity-world can be a great villain of this generation. Closing arguments of the authors who are dedicated to the theme of Generation Y, we read our Academic Director Jorge Gomes, Article: The Reality Principle Freudian and a Pragmatic Proposal for Worker of the Future, which aims to "reframe the Freudian concept of reality principle in a world where the imagination is positioned as the main production machine subjectivity ", part of a set of reflections stimulated Laboratory of Generation Y at Work - Laby. So dive in reading the authors of Health, starting with the article: The Field of Physical Education Curriculum in Brazilian - pages of a good future, the teacher Kadja Tenorio, co-authored with Professor Lucenilda Alves, whose goal is to "identify the foci of concentration of scientific production about school physical education curriculum in the Brazilian scenario." The teachers Maira Florentino Person and Rafaela Barros de Sá with the article: Whole-Body Vibration: The Future of Training for Elders huddled over an audience distinct from the generation of the future, showing the necessary concern for the wellbeing of the generation of the past - so called seniors - demonstrating that "training in vibration platform can be considered a method of combined training for this portion of the population, favoring the physical deconditioning that audience." Professor Roberto Waldemir, in the article - Perspective of progressive resistance training on body composition in people living with HIV / AIDS and the lipodystrophy syndrome: a systematic review - it seeks to demonstrate that "the results found in the literature, indicate that the TRP - Training Progressive Resistance - has an impact on body composition in people living with HIV / AIDS and lipodystrophy syndrome, reducing fat tissue, increasing lean body mass and improving body harmony of these

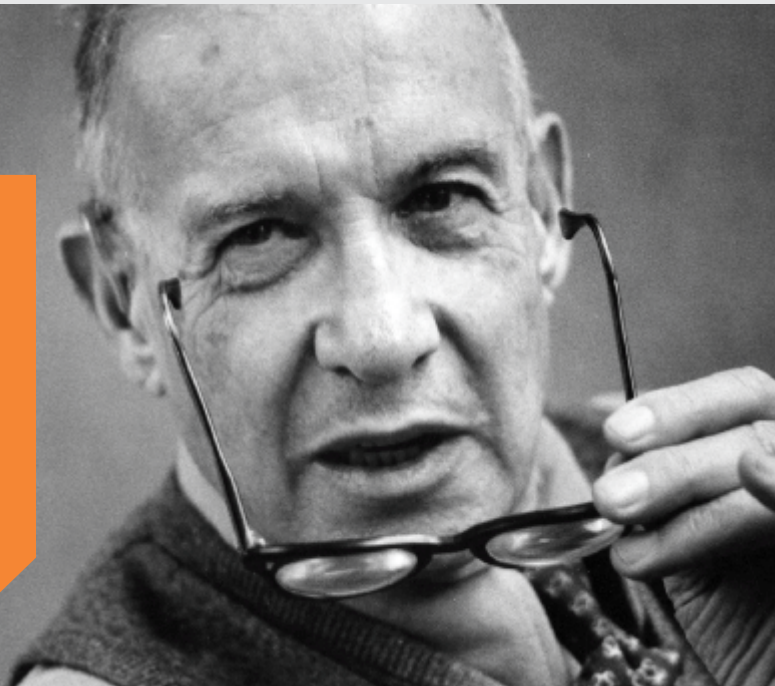
individuals. " Teachers Diego Maciel and Ednaldo Santana seek connections between health issues and business respectively in Articles: Future Economics and Psychology - deciphering connections, and The Action Education Institutions in Preparing a Healthier Future, Human and Sustainable. The first addresses issues of connections between economics and psychology, making us believe that "economic psychology, then, is a science, although it uses concepts and methods specific to Psychology, Social Psychology and Economics, has its own purpose: Try studying the new homo economicus, which already comes forward to the prospect of a technological future, in which the relations are dictated by bytes, pixels and digital signals "and the second says that" issues such as environment protection, actions to improve our quality of life and the way in which people and organizations are related, have never been on such evidence. " Concluding that "this bombardment of information also makes education institutions direct their actions to form people prepared to meet this new market demand, as well as train people who understand their role in building a better future for everyone". We end this edition of RIC with the authors in the area of business, because we believe that it is the ultimate reality of any social grouping, and therefore the key link between man and nature. This group began with productions of Professor Beatriz Braga at two different times: the article Internal Marketing: Theory and Practice in Business Management, come from reflections of the Research Group on New Advertising Strategies in Business Management IBGM - co-authored with the students of Marketing Management course at the institution, Marcella Faustino Vasconcelos and Thalma Drielle Bezerra de Souza - in which addresses the internal marketing tool - tool for internal communication which aims to transform the employees in the company's real allies - in a 'wider discussion about the topic and gather investigative and bibliographical material, prompting further research or experimentation by theoreticians and practitioners also "and the book review Rogério Covalleski - Advertising Hybrid, whose work" addresses the reconfiguration of advertising discourse due to the constant evolution and transformation of the various market segments, especially in the digital environment." Sequenced the theme of business with the article by

Professor Valter Rite called: Knowledge Management and Competitive Intelligence - methodologies source as value-adding to the new landscape of business competitiveness. In it the author states that "knowledge management is a process articulated to promote business success through your own personal" adding that "the tools of knowledge management have been developed precisely to make life easier for executives in strategizing and decision that will dictate the future of their actions. " Professor Klever Cavalcanti, in his article: Future - The sense of subject knowledge - addresses the issue of innovation as crucial to the future of organizations, stating that "innovation is something that brings results for the company, since, if well explored through a new idea of success, results in return for large companies. " Already teacher Iana Bezerra Lima with his article: Social Networks Virtual as an auxiliary tool in the process of recruitment and selection of people in organizations, aims to "help the human resources professional with over a source of information about the candidate, thus helping composing your profile as an auxiliary tool in the process of recruitment and selection of people in organizations. " The op-ed teacher Gilberto Lapa, Free (Free) - The future price covers the core idea advocated by Chris Anderson on the book: Free (Free): future prices, arguing in favor of the future possibility of this phenomenon and "pointing trends and paths for those who, somehow, it is (or intends to compete) over the internet. He argues convincingly that, in many situations, companies can profit more from giving things for free than charging for them. Much more than a promotional trick, the "Free" is a business strategy. " Professor Paloma Almeida, co-authored with psychologist Eduardo Fonseca, in the article "Role of Mother's fired": the impact on the professional life of women facing the dilemma of the profession and family life, seeks to broaden our horizons about the connections between the theme gender and business, "presenting the results of a study that investigated the impacts on the life of women in this context, seeking to understand their strategies for reconciling with the public and private worlds." Closing this 4th edition of RIC, bring the article: Zona da Mata Norte de Pernambuco: Future logistics complex state, students work José Geraldo Wanderley Neto and Thiago Barrozo

Leandro Wanderley - students of the Postgraduate Certificate in Logistics and Foreign Trade College IBGM - under the guidance of Professor Fabiane Veras. In it the group emphasizes that "this study is insight into the structures of logistics condominiums in this new region. If we take into account the time it took for the consolidation of this segment in the area SUAPE and speed that has been erected in the area, certainly those who seek to invest in this business in the Zona da Mata Norte need to be more nimble and entrepreneurial and since demand is huge. We wish you all an excellent reading, hoping that the ideas presented here extend discussions on the fields of research in this IES.

RESENHA DE DRUKER SOCIEDADE PÓS-CAPITALISTA

Laércio Guerra* e Edilene Gasparini**



Grupo EV&M¹: Edilene Gasparini, Juliane Marques, Flavia Estevão, Priscila Cardoso, Uheiny Torres e Wanessa Leite.

Coordenação: Laércio Guerra

Peter Ferdinand Drucker, escritor e professor austríaco, é considerado o pai da administração moderna. Escreveu numerosas obras com destaque para *Sociedade Pós-Capitalista*. Afirma que o livro não é uma previsão, é uma descrição. Não é futurista, é um apelo à ação aqui e agora e não é uma história do futuro, é um exame do presente. Focaliza os países desenvolvidos: Europa, Canadá, Estados Unidos e Japão e os países recém-desenvolvidos na Ásia Continental por entender que os desafios, as oportunidades e os problemas da sociedade e da forma de governo pós-capitalista somente podem ser tratados em sua origem.

Composto de três partes estruturais – Sociedade, Forma de Governo e Conhecimento – o livro descreve, na primeira parte, como as transformações do momento atual, que estabe-

“ Se o dinheiro não tem pátria, nem a informação; se o cuidado com o Meio Ambiente, com a aniquilação do terrorismo e com o controle de armas são necessidades transnacionais, uma nova realidade se impõe: o Regionalismo. ”

lecem a transição para a sociedade pós-capitalista, são alavancadas por mudanças na sociedade ocidental no que diz respeito à visão de mundo, aos valores, à estrutura social, às artes e às instituições. Na economia, o fazer e movimentar coisas do processo manufatureiro superou a sociedade do Capitalismo para se configurar na sociedade do Conhecimento, onde o que importa é a produtividade dos trabalhadores não-manuais. Sob essa perspectiva, o conhecimento está hoje sendo aplicado para definir que novo conhecimento é necessário, se ele é viável e o que precisa ser feito para torná-lo eficaz.

Na segunda parte, Drucker aborda as mudanças nas estruturas políticas e na forma de governo, afirmando que elas são tão grandes quanto às mudanças na sociedade e na estrutura social. Nesse aspecto, a era “pós” é a era do estado pós-soberano. A verdade estabelecida de que os últimos quatrocentos anos da história mundial foram os séculos da nação-estado ocidental é uma verdade paradoxal, já que durante esses quatro séculos os grandes movimentos políticos foram todos tentativas para transcender a nações-estado e substituí-la por um sistema político transnacional, seja um império colonial ou um superestado europeu (ou asiático). Entretanto, todas essas tentativas tropeçaram em uma incapacidade para converter os territórios conquistados em uma estrutura política, no fracasso na construção de instituições políticas, na criação de qualquer coisa mesmo remotamente comparável à afirma-

ção de São Paulo, “Civis romanus sum (Sou um cidadão romano)”.

Se o dinheiro não tem pátria, nem a informação; se o cuidado com o Meio Ambiente, com a aniquilação do terrorismo e com o controle de armas são necessidades transnacionais, uma nova realidade se impõe: o Regionalismo. E ele não é simplesmente “internacional”. Ele precisa estabelecer instituições transnacionais, ou melhor, supranacionais. Isso fortalece o retorno do tribalismo e põe em evidência a necessidade de que as pessoas precisam de raízes em um mundo transnacional; elas precisam de uma comunidade. E o governo precisa ser reformulado. Este é um termo dos negócios. Mas a reformulação de uma instituição – quer ela seja uma empresa, um sindicato, uma universidade, um hospital ou um governo – sempre requer os mesmos três passos:

1. Abandono das coisas que não funcionam, das coisas que nunca funcionaram; das coisas que sobreviveram à sua utilidade e à sua capacidade de contribuição;

2. Concentração nas coisas que funcionam, que produzem resultados, nas coisas que melhoram a capacidade de desempenho da organização; e

3. Análise dos meio-sucessos, dos meio-fracassos. Uma reformulação requer o abandono de tudo àquilo que não funciona e a ênfase naquilo que funciona.

¹Grupo de Estudos sobre Economia, Vendas e Marketing.

Na terceira e última parte do livro a abordagem é sobre o significado do Conhecimento na sociedade pós-capitalista, e três aspectos são destacados como fundamentais: o econômico, ou seja, de prosperidade; o da tradicional ferramenta social que tem por finalidade o “aprender e ensinar” – a escola, e o do sentido da expressão “pessoa instruída”. No primeiro aspecto, destaca-se que a economia mundial permanece e permanecerá uma economia de mercado e, portanto, manterá as instituições do mercado. No entanto, sua substância mudou e continuará mudando radicalmente. Ela ainda é “capitalista”, mas agora é dominada pelo “capitalismo da informação”. No segundo, o que diz respeito à escola, ela deverá essencialmente ser responsável pelo desempenho e pelos resultados, e isso leva a novas especificações para a velha ferramenta de ensino:

1. A escola de que necessitamos deve prover uma educação universal de ordem superior – muito além do que “educação” significa hoje;

2. Ela precisa imbuir os estudantes de todos os níveis e todas as idades de motivação para aprender e da disciplina do aprendizado permanente;

3. Ela tem que ser um sistema aberto, acessível tanto a pessoas altamente educadas como a pessoas que, por qualquer razão, não tiveram acesso a uma educação avançada anteriormente;

4. Ela precisa comunicar conhecimento como substância e também como processo – aquilo que os alemães chamam de Wissen e Können.

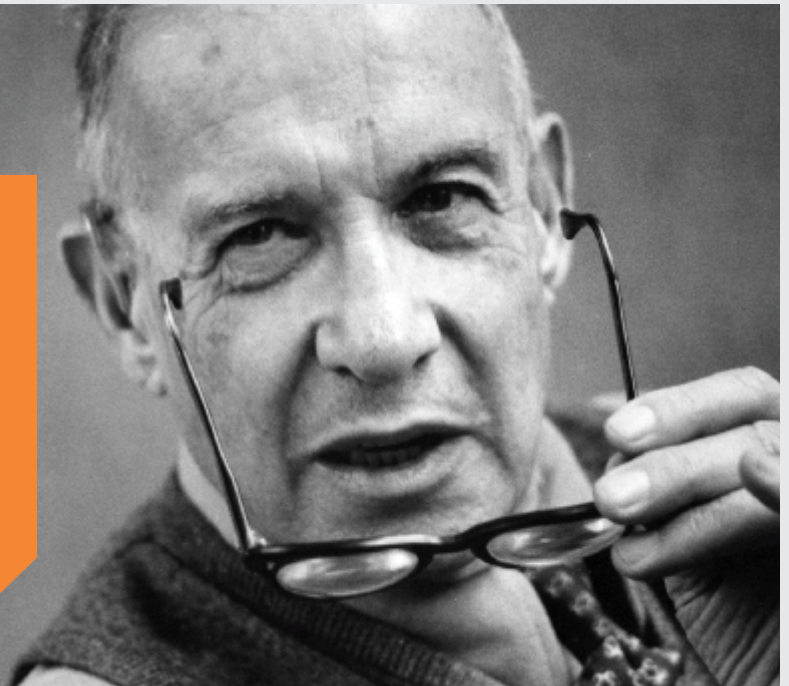
5. Finalmente, o ensino não pode ser mais um monopólio das escolas. Na sociedade pós-capitalista, a educação precisa permear toda a sociedade. As organizações empregadoras de todos os tipos – empresas, agências governamentais, instituições de aprendizado e ensino. As escolas devem, cada vez mais, trabalhar em parceria com os empregadores e suas organizações.

No terceiro aspecto, o do significado da expressão “pessoa instruída”, o autor destaca que, apesar do conhecimento não ser impessoal como o dinheiro – e isso determina que os indivíduos sejam fundamentais –, ele é um recurso chave e, portanto, a pessoa instruída enfrenta novas demandas, novos desafios e novas responsabilidades. A pessoa instruída agora é importante. No entanto, sua importância está atrelada às necessidades da sociedade do conhecimento. “Pessoa instruída” terá que ser um conceito universal, precisamente porque a sociedade de conhecimentos é global – em seu dinheiro, sua economia, suas carreiras, sua tecnologia, suas questões básicas e, acima de tudo, em suas informações. Ela requer um grupo de liderança, que possa focalizar tradições locais, particulares e separadas sobre um compromisso comum com valores, um conceito comum de excelência e sobre respeito mútuo. A “pessoa instruída” necessária à sociedade pós-capitalista é, na verdade, tanto um intelectual quanto um gerente.

* Diretor Geral. laercio@ibgm.org
** Economista e Professora.
edigasparini@gmail.com

REVIEW OF DRUKER SOCIEDADE PÓS-CAPITALISTA

Laércio Guerra* e Edilene Gasparini**



Grupo EV&M: Edilene Gasparini, Juliane Marques, Flavia Estevão, Priscila Cardoso, Uheiny Torres and Wanessa Leite

Coordination: Laércio Guerra

Peter Ferdinand Drucker, Austrian writer and teacher, is considered the father of modern management. He wrote numerous works especially Post-Capitalist Society. It states that the book is not a prediction, it's a description. It's not futuristic, it is a call to action here and now and not a history of the future, is an examination of this. Focuses developed countries: Europe, Canada, USA and Japan and the newly developed countries in Asia by Continental understand that the challenges, opportunities and problems of society and form of government post-capitalist can only be dealt with at its source.

Comprised of three structural parts - Society, Knowledge and Form of Government, the book describes, in the first part, as the transformations of the present moment, that establish the transition to post-capitalist society, are leveraged by changes in

“ If money has no country, no information if the care for the Environment, with the annihilation of terrorism and arms control needs are transnational, a new reality arises: the Regionalism.

*Economics, Sales and Marketing Study Group.

Western society in terms respect to the worldview, values, social structure, arts and institutions. In the economy - do things and move the manufacturing process overcame the society of Capitalism to configure the Knowledge Society, where what matters is the productivity of non-manual workers. From this perspective, knowledge is now being applied to define that new knowledge is needed, if it is feasible and what needs to be done to make it effective.

In the second part, Drucker identifies changes in political structures and form of government, saying they are as big as the changes in society and the social structure. In this respect the "post" is the era of post-sovereign state. The established truth that the last four hundred years of world history were the centuries of Western nation-state is a paradoxical truth, since during those four centuries the great political movements were all attempts to transcend the nation-state and replace it by a transnational political system, is a colonial empire or a European superstate (or Asian). However, all these attempts have stumbled on an inability to convert the conquered territories in a political structure, the failure in building political institutions, in creating anything even remotely comparable to the assertion of St. Paul, "Civil romanus sum (I am a Roman citizen)".

If money has no country, no information if the care for the Environment, with the annihilation of terrorism and arms control needs are transnational, a new reality arises: the Regionalism. And it is not simply "international". He needs to establish

transnational institutions, or rather supranational. This strengthens the return of tribalism and highlights the need that people need roots in a transnational world, they need a community. And the government needs to be reformed. This is a business term. But the reformulation of an institution - whether it be a company, a union, a university, a hospital or a government - always requires the same three steps:

- 1. One. Abandonment of things that do not work, things that never worked, things that have outlived their usefulness and their ability to contribute;**
- 2. Focusing on things that work, that produce results in things that improve the performance capacity of the organization and**
- 3. Analysis of half-successes, failures of noon. An overhaul requires the abandonment of all what does not work and focus on what works.**

The third and final part of the book's approach is about the meaning of knowledge in post-capitalist society, and three aspects are highlighted as key: the economic and hence prosperity, the traditional social tool that aims to "learn and teaching" - the school, and the meaning of "educated person". In the first aspect, it is emphasized that the global economy remained and remains a market

economy and therefore maintain market institutions, however its substance has changed and will continue changing radically. She is still "capitalist", but is now dominated by "information capitalism". In the second, with respect to school, she will essentially be responsible for the performance and results, and this leads to new specifications for the old teaching tool:

1. One. The school that we need to provide universal education higher order - far beyond what "education" means today;

2. She needs to imbue students of all levels and all ages of motivation to learn and the discipline of lifelong learning;

3. It has to be an open, accessible both highly educated people as people who, for whatever reason, did not have access to an advanced education above;

4. She needs to communicate knowledge as well as substance and process - what the Germans call Wissen and Können. (Umlaut on o)

5. Finally, education can not be a monopoly over schools. In the post-capitalist society, education must permeate the entire society. The employing organizations of all types - enterprises, government agencies, institutions of learning and teaching. Schools must increasingly work in partnership with employers and their organizations.

In the third aspect, the meaning of "educated person", the author points out that, despite the knowledge is not as impersonal as money - and that determines which individuals are fundamental - it is a key resource and therefore the person instructed faces new demands, new challenges and new responsibilities. The educated person is important now. However its importance is tied the needs of the knowledge society. "Educated person" must be a universal concept,

precisely because the global knowledge society is - in their money, their economy, their careers, their technology, their basic questions and, above all, for your information. It requires a leadership group that can focus on local traditions, private and separated on a shared commitment to values , a common concept about excellence and mutual respect. The "educated person" required for post-capitalist society is actually both an intellectual and a manager.

* director General. laercio@ibgm.org
**Economist and teacher.
edigasparini@gmail.com



PÚBLICO E PRIVADO NAS REDES SOCIAIS A ÉTICA NA ERA DO FACEBOOK¹

Raphael Douglas Tenório*

Não é novidade que vivenciamos uma era majoritariamente individualista. Vivemos uma situação histórica na qual o cuidado de si, o autocentrismo e a eguidade regem o comportamento dos sujeitos. Como afirma acertadamente Nelson Saldanha, deixamos de ser cidadãos da praça e nos transformamos em indivíduos do jardim². Ou seja, a esfera privada não só se projetou por sobre a esfera pública, como se (con)fundiu com esta última. Você é o que você compartilha, assegura Gil Giardelli³, especialista em sociedades em rede. Esse gigantesco afluxo de informações - tanto públicas quanto privadas - começa a demandar um novo modus operandi social. Isso se deve ao fato de que o que é de caráter privado se publiciza e o que deveria estar em domínio público se privatiza. Você que começa a ler esse ensaio tem uma grande chance de ser usuário de alguma rede social e sabe de antemão do que estamos falando. Quantas horas por dia você gasta nesse tipo de ambiente? Com quantas pessoas você se comunica exclusivamente pelas redes? Já conseguiu algum emprego através delas? Já foi desligado de algum trabalho por emitir opiniões inadequadas? Criou algum laço afetivo? Ou, ao contrário, teve um relacionamento destruído? Nos últimos anos, temos testemunhado um verdadeiro apogeu das redes sociais. Ainda muito recentemente, o

fenômeno tinha pouco alcance. Rede social, um conceito lá não muito novo, existe desde que o homem abandonou o estado de natureza e passou a habitar socialmente. Família, amigos, comunidade, escola, faculdade, trabalho, ou seja, todas as redes que são evidentes desde sempre - e que sempre tiveram clara a fronteira entre os costumes públicos e os privados - plasmaram-se em convívio virtual, provocando uma confusa e perigosa combinação. Como antecipou Eric Hobsbawm, historiador britânico, a internet transformou tudo e tem apenas 17 anos de existência. As redes sociais online se transformaram em um elemento relacional muito importante para algumas pessoas, o que as leva a ir muito além da escrita de mensagens ou a realizarem uploads de conteúdos simples. Doravante, se converteram em complexas organizações de comunicação, de movimentações coletivas, de publicidade e propaganda, de empregabilidade, de política, de educação, de gestão, de diversão e, não podemos esquecer, de intrigas éticas. Muitas empresas e centrais de informação passaram a depender destas ferramentas. A vida social de milhões de pessoas se faz pautar pelas tendências que se sucedem em meio às timelines. Crises éticas, escândalos morais, tensões relacionais, desocultação de segredos, conflitos trabalhistas e quiproquós em geral encontram terreno

fértil nas redes. Abalos conjugais aumentam devido às condutas pouco devotadas no Facebook e um número considerável de demissões tem origem nas animosidades criadas entre empregados e empregadores nos ambientes virtuais. Em suma, muitas das funcionalidades oferecidas por essas redes têm caráter útil e benéfico. Entretanto, onde há luz avizinha-se o obscuro. Não se trata mais de simples entretenimento. As redes fazem parte do ethos dos indivíduos, molda subjetividades e - mais uma vez - vêm causando confusão entre as esferas pública e privada. Divórcios expostos, costumes domésticos exibidos indiscriminadamente, a vida como vitrine. A rede social simboliza a apoteose da queda do homem público, ou seja, o cidadão ligado aos antigos costumes públicos. As redes tem a substância mesma da necessidade da intimização das relações. Esse claustro relacional é condição do aparecimento do espaço público vazio de sentido nos grandes centros urbanos. Os condomínios que se fecham à cidade são um bom exemplo. Não é o caso que elementos como o Facebook, Twitter, Youtube, entre outros, sejam a causa em si da decadência da esfera pública, da ascensão da esfera privada e da crise entre ambas. As redes sociais simplesmente se encaixam nessa nova lógica. Os lofts e flats são a imagem arquitetônica da progressiva necessi-

¹Resultado das discussões realizadas no grupo de estudos "Esfera pública e esfera privada: a ética na era das redes sociais", vinculado à Faculdade IBGM.

²SALDANHA, Nelson. O jardim e a praça: o público e o privado na vida social e histórica. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

³GIARDELLI, Gil. Você é o que você compartilha. E agora: como aproveitar as oportunidades de vida e trabalho na sociedade em rede. São Paulo: Editora Gente, 2012.

⁴SENNETT, Richard. O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. p. 318.

⁵DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: comentário sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

⁶DUNKER, Christian. Estrutura e constituição da clínica psicanalítica. Uma arqueologia das práticas de cura, psicoterapia e tratamento. São Paulo: Annablume, 2011. p. 198.

⁷BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2005.

*Cf <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/luizfelipeponde/1187356-guarani-kaiowa-de-boutique.shtml> acesso em 31/12/12 às 11:06.

dade isolacionista do homem contemporâneo. Carros Smart, fast-foods, shoppings, academias de ginástica, aniversários pré-prontos, cerimônias cada vez mais informais. A rede social é apenas mais uma das respostas ao processo de interiorização do Eu. Como alega Richard Sennet, sociólogo e historiador norte-americano, “o desenvolvimento da personalidade hoje em dia é o desenvolvimento da personalidade de um refugiado”⁴. Visto isso, podemos levar algumas questões. No que consiste a mudança estrutural da esfera pública? Por que a figura do “homem público” está em declínio? Como se dá a interpenetração progressiva da esfera pública como o setor privado? Como se deu a polarização da esfera social e da esfera íntima? Por que o público pensador de cultura passou a ser um público consumidor de cultura? Ademais, a necessidade de se expor parece uma exigência inevitável ao homem. Sendo assim, é possível concordar com Guy Debord, escritor francês, quando afirma que todos nós estamos imersos numa verdadeira sociedade do espetáculo⁵ em que tudo é passível de objetificação, onde tudo pode ser vendido: a vida e a morte. A exposição da intimidade, não seria diferente, faz nascerem fetiches de consumo. As Redes Sociais são fenômenos que se encaixam perfeitamente no espírito do tempo que, segundo o psicanalista Christian Dunker, é um tempo no qual “antes de conhecer-se, é preciso cuidar de si, ocupar-se consigo”⁶. O atual costume de “publicar” os fatos cotidianos começa a nos exigir antigas virtudes, entre elas a prudência. Toda ética é uma ótica, por isso pode tornar-se uma ciência: a da conduta. Dado que vivemos uma espécie de “ditadura das intimidades”, novas identidades vêm sendo fomentadas e “vivas” no mundo que não é mais tão virtual assim. Cabe discutir por que vivemos essa época sem precedentes na história e como normatizar comportamentos onde problemas de conduta num plano virtual (pessoais ou profissionais) interferem cotidianamente no desenvolvimento das relações ditas “reais”. É possível pensar uma ética, material ou formal, para a era

das Redes Sociais? É possível suscitar uma “netiqueta”? Como pensar uma deontologia para as relações em rede? Como vimos, torna-se difícil detectar quem não as utilize. Seja para fins profissionais, familiares, informativos, sociais, estéticos ou sentimentais. O impacto desse novo elemento estrutural de coexistência pede análise e direcionamento do “saber viver”. É preciso discutir, analisar e propor códigos de conduta condizentes com esse recente nicho comportamental. A sociedade burguesa, completamente marcada pela lógica do comércio e das facilidades do consumo, depauperou os costumes públicos e tradicionais, tornando os laços sociais frágeis, instantâneos e



sentido de testemunhas, ou seja, a força da opinião pública, para passarmos apenas ao status de espectadores. Mesmo com todos os riscos éticos, as redes nos trazem novas e positivas perspectivas de interação. Luiz Felipe Pondé, pensador conservador, afirma em tom irônico que “as redes sociais são a maior vitrine da humanidade, nelas vemos sua rara inteligência e sua quase hegemônica banalidade.”⁸ Segundo ele, as “revoluções” realizadas via redes são insurreições de boutique ou, como se veicula pela internet, protestos de gente sentada. Mesmo assim, é possível observar um funcionamento substancial de mobilizações coletivas, petições, protestos pacíficos, veiculação de críticas, aumento das vendas, sofisticação do marketing, valorização das marcas, entre outros inúmeros processos de otimização social. Todos

esses elementos foram facilitados pela fluidez da informação espalhada nas social networks. Esses fenômenos não podem ser simplesmente preteridos. Pelo certo ou pelo errado, pelo ser ou pelo dever-ser, as redes fazem parte da nossa realidade, no sentido mais amplo do termo. Logo, nos exigem um novo ethos, ou seja, novos procedimentos sociais. Como ajuizou o poeta alemão

Friedrich Hölderlin,

onde mora o perigo, é lá que também cresce o que salva. Curtiu? Então compartilhe!

“líquidos”, no sentido que dão o sociólogo polonês Zygmunt Bauman⁷.

Como o costume exige que a sociedade trabalhe em seu favor, as Redes Sociais acabaram por se tornar um receptáculo ideal dessa confusão entre o íntimo e o público, em que ambas se fundem inevitavelmente.

Se as redes interferem tão decisivamente em nossa subjetividade e intersubjetividade, nos cabe o aperfeiçoamento da conduta. Exercemos no mundo digital o que outrora exercitávamos no espaço público das grandes cidades. As redes mostram como deixamos de ser uma plateia, no

*Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco.
Especialista em Problemas Filosóficos da ética contemporânea.
Jornalista independente.
raphael.douglas@hotmail.com



PUBLIC AND PRIVATE IN THE SOCIAL NETWORKS THE ETHICS IN THE AGE OF FACEBOOK

Raphael Douglas Tenorio*

Unsurprisingly, human beings have experienced a largely individualistic era. The society lives in a historical situation in which the care of the self, the self-centeredness and selfhood govern the behavior of the subjects. As rightly said Nelson Saldanha, cease to be citizens of the square and we become subjects of the garden. That is, the private sphere is not only designed for about the public sphere, as if (con) fused with the latter. You are what you share, as Gil Giardelli, expert in network societies, states.

This huge influx of information - both public and private - begins to demand a new social *modus operandi*. This is due to the fact that what is private character is publicized and what should be in the public domain is privatized. You get to read that this text has a high chance of being a user of a social network and know beforehand what we are talking about. How many hours a day do you spend that kind of environment? How many people you communicate exclusively by the networks? Have you got a job through them? Already some work has been shut down by issuing opinions inappropriate? Created a bond of affection? Or, rather, had a broken relationship?

In recent years we have witnessed a true apogee of social networks. Even very recently, the phenomenon had little reach. Social

Networking, a concept not much new there, there since man left the state of nature and went to live socially. Family, friends, community, school, college, work, or all networks that are evident ever since - and have always had a clear boundary between public and private morals - molded into virtual socializing, causing a confused and dangerous combination. As anticipated Eric Hobsbawm, the British historian, the internet has changed everything and only 17 years of existence. Online social networks have become a very important relational element for some people, which leads them to go beyond the written messages or perform uploads simple content.

Henceforth, have become complex organizations communication, collective movements, advertising and propaganda, employability, politics, education, management, and enjoyment, we cannot forget, of intrigue ethical. Many companies and information centers have come to depend on these tools. The social life of millions of people is guided by trends that succeed amid timelines. Ethical crises, scandals, moral, relational tensions, unblinding of secrets, labor disputes and misunderstandings often find fertile ground in networks. Abalos increase due to marital behaviors on Facebook and some devoted a considerable number of layoffs has roots in animosities

created between employees and employers in virtual environments. In short, many of the features offered by these networks are useful and beneficial character. However, where there is light ahead to the obscure. It is not more than simple entertainment.

The social networks are part of the ethos of individuals, shape subjectivities and - once again - have caused confusion among the public and private spheres. Exposed divorces, domestic customs displayed indiscriminately, life as a showcase. The social network symbolizes the apotheosis of the fall of public man, ie the citizen linked to former public morals. The networks have the same substance of the necessity of intimização relations. This cloister relational condition is the appearance of public space empty of meaning in large urban centers. The condos that close to the city are a good example. It is not the case that elements like Facebook, Twitter, Youtube, among others, are themselves the cause of the decay of the public sphere, the rise of the private sphere and the crisis between the two. Social networks simply fit this new logic. The lofts and flats are the architectural image of the progressive isolationist necessity of modern man. Smart cars, fast food, shopping malls, gyms, pre-ready birthdays, ceremonies increasingly informal. The social network is just one of the responses to the internalization

*Result of study group's discussions "Public sphere and private sphere: ethics in the age of social networks", linked to IBGM.

²SALDANHA, Nelson. O jardim e a praça: o público e o privado na vida social e histórica. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

³GIARDELLI, Gil. Você é o que você compartilha. E-agora: como aproveitar as oportunidades de vida e trabalho na sociedade em rede. São Paulo: Editora Gente, 2012.

⁴SENNETT, Richard. O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. p. 318.

⁵DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: comentário sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

⁶DUNKER, Christian. Estrutura e constituição da clínica psicanalítica. Uma arqueologia das práticas de cura, psicoterapia e tratamento. São Paulo: Annablume, 2011. p. 198.

⁷BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2005.

⁸Cf <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/luizfelipeponde/1187356-guarani-kaiowa-de-boutique.shtml> acesso em 31/12/12 às 11:06.

of the self.

As Richard Sennett argues, sociologist and American historian, "personality development today is the development of the personality of a refugee". Based on this, we can take some questions. As is the structural change in the public sphere? Why the figure of "public man" is in decline? How does the progressive interpenetration of the public sphere and the private sector? How did the polarization of the social sphere and the intimate sphere? Why the public thinker culture became a public consumer culture? Moreover, the need to expose an inevitable requirement seems to man. Thus, it is possible to agree with Guy Debord, French writer when he says that we are all immersed in a real society of the spectacle where everything is open to objectification, where anything can be sold: life and death. The exposure of intimacy, would be no different, makes consumer fetishes born. Social Networks are phenomena that fit perfectly in the spirit of the time, according to the Christian Dunker psychoanalyst, is a time in which "before you know yourself, you need to take care of themselves, mind of yourself". The current custom of "publishing" the daily facts get in the ancient virtues require, among them prudence. All ethics is an optics, so it can become a science: a conduit. Since we live in a sort of "dictatorship of intimacy", new identities are being fostered and "lived" in the world that is not as virtual as well. It is worth discussing why we live this unprecedented time in history where and how behaviors normativizar conduct problems in a virtual plane (personal or professional) routinely interfere in the development of relations called "real." You can think of an ethical,

material or formal, to the era of Social Networking? You can raise a "netiquette"? How to think for a deontology network relations? As we have seen, it is difficult to detect who do not use them. Whether for business, family,



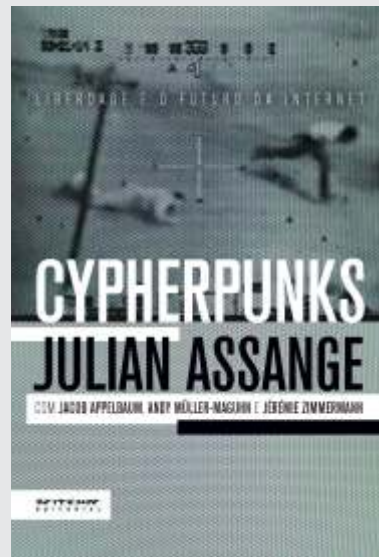
informational, social, aesthetic or sentimental. The impact of this new element structural analysis asks coexistence and direction of "savoir vivre". You need to discuss, analyze and propose codes of conduct consistent with this recent behavioral niche. Bourgeois society, completely characterized by a logic of trade and consumption facilities, has depleted public mores and traditional, making the fragile social ties, snapshots and "net" in the sense that gives the Polish sociologist Zygmunt Bauman. As custom demands that society works in your favor, Social Networks eventually become an ideal receptacle that confusion between the intimate and the public, both inevitably merge. If the networks so decisively interfere in our subjectivity and intersubjectivity, the improvement in fit of conduct. Exercise in the digital world that once

exercitávamos in public space in big cities. The networks show how we stop being an audience, to witnesses, ie, the force of public opinion, to only move to the status of spectators. Even with all the ethical risks, networks bring us new perspectives and positive interaction. Luiz Felipe Pondé, conservative thinker, said in an ironic tone that "social networks are the biggest showcase of humanity in them we

see his rare intelligence and his almost hegemonic banality." According to him, the "revolutions" are carried via networks of insurrections or boutique, as conveys the Internet, people sitting protests. Still, it is possible to observe a substantial operation of collective mobilizations, petitions,

peaceful protests, serving criticisms, increased sales, marketing sophistication, brand valuation, among many other social processes optimization. All these elements were facilitated by the flow of information in the sprawling social networks. These phenomena cannot simply be unsuccessful. For right or wrong, or be the must-be, the networks are part of our reality, in the broadest sense of the term. Therefore, we require a new ethos, ie new social procedures. Filed as the German poet Friedrich Hölderlin, but where the danger is, also grows the saving power. Did you like it? Then share it!

*Master in Philosophy at Universidade Federal de Pernambuco.
Specialist Philosophical Problems of contemporary ethics.
Independent journalist.
raphael.douglas@hotmail.com



RESENHA CRÍTICA CYPHERPUNKS

Raphael Douglas Tenorio*

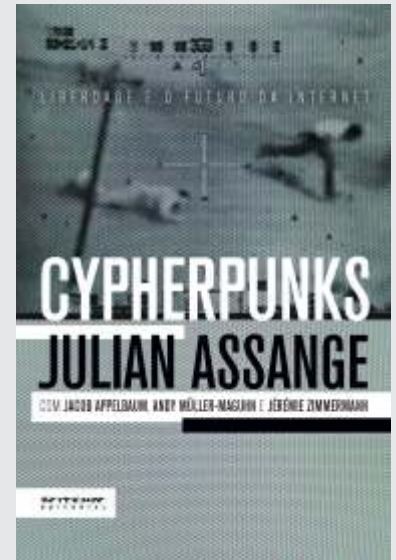
“Este livro é o grito de advertência de uma sentinela na calada da noite.”

De fato, não se trata de mais uma obra sobre o alcance e o poder do conhecimento desenvolvido no mundo da internet. Dessas possibilidades já se tem demasiada ciência e muito desse saber flui fortuito, lóbrego, debaixo de um véu de interesses de vigilância e controle. Uma guerra, ou melhor, uma ciber-guerra está em curso e movimentos como o Wikileaks e o Anonymous vêm tentando expor ao mundo um verdadeiro jogo sujo, oriundo da nociva militarização do ciberespaço. “Nenhuma descrição do mundo sobrevive ao primeiro contato com o inimigo”, afirma Julian Assange, o cérebro por trás do Wikileaks. Quem é o inimigo? Os Estados? As corporações? A Esquerda? A Direita? Para entender de onde parte o perigo é preciso se munir de certa dislexia política. Sabemos quem é o inimigo e ele está claramente oculto, sub-reptício, se move camuflado, um fenômeno ameaçador a ser combatido. O que é um fenômeno? Aquilo que se manifesta. O que tem se manifestado sub-repticiamente e que tanto preocupa os cypherpunks, entusiastas da criptografia como via de mudanças sociopolíticas? Uma distopia palpável: o crônico cerceamento da liberdade, o controle da vida íntima, a invasão do jardim moral e o abandono das praças éticas. Estamos falando de iminência de uma sociedade de vigilância totalitarista global. Não temos mais privacidade. Nossas comunicações podem ser interceptadas, armazenadas e, eventualmente, usadas contra nós. O inimigo da internet é a vigilância. A humanidade como um todo está sendo controlada. Cartões de crédito, smartphones, aviões não tripulados e redes sociais,

Todos a serviço de uma cultura da espionagem em massa. O Facebook, instrumento de comunicação aparentemente inofensivo, é um quintal onde se é convidado a tirar as roupas e isso é feito de modo voluntário em troca de uns créditos sociais. É o perfeito panoptismo! Eis a motivação primeira do esforço cypherpunk: privacidade aos fracos, transparência para os poderosos. Cypherpunks: liberdade e o futuro da internet, entregue ao público de língua portuguesa pela Boitempo Editorial, é uma verdadeira atualização de um diálogo em estilo platônico, uma vez que os interlocutores mostram-se preocupados com o desvirtuamento de um ideal: a liberdade. A internet, um espaço inicialmente livre, se vê agora sob o cerco dos tentáculos de interesses que são o produto de um ameaçador laço de amizade entre Estados (e suas facções) e megaempresas de vigilância em massa. A conversação entre Assange e os ciberativistas Jacob Appelbaum, Andy Müller-Maguhn e Jérémie Zimmermann é a indicação da saída de uma caverna em que sedutoras sombras com aparentes contornos de liberdade sustentam, na verdade, um conteúdo perigosamente escravizador. O que existe hoje fora do alcance dos braços do Estado ou das armadilhas das grandes corporações? Aos leigos, ou seja, a maior parte de nós, o livro é um convite, do ponto de vista de insiders, ao conhecimento de alguns desses tentáculos como o SOPA (Stop Online Piracy Act), o PIPA (Protect IP Act), o ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement), a NSA (Agência de Segurança Nacional dos EUA), O Patriot Act, o WTF (Wikileaks Task Force), o SCA (Stored Communications Act),

entre outras forças de caráter repressivo. A criptografia é a última tentativa não beligerante de ação contra a vigilância transnacional. A geografia das relações em rede e as facilidades de mapeamento e rastreamento de pessoas e grupos tornaram-se, doravante, uma perigosa máquina de guerra. Os cypherpunks são os espartanos e a criptografia suas Termópilas. O elemento criptográfico estará em tudo e pode-se dizer que será cada vez mais um dos elementos principais por trás das guerras físicas. “A criptografia pode resolver o problema da interceptação em massa que ameaça a civilização do mundo inteiro”. Cada página é um esforço de explicação de como criar ferramentas de uma nova democracia – como a popularização de softwares e hardwares livres – e estimular a desalienação do indivíduo para que tome as próprias medidas de segurança e anonimato enquanto as políticas de privacidade ainda estão insipientes ou obscuras. É impossível não se sentir paranoico ao final da leitura deste livro. Todavia, uma paranoia no sentido positivo dado que o objetivo da obra é nos instalar o medo, ministrar um curto-circuito em nossa letargia coletiva, ensinar através de uma pedagogia da antecipação aos riscos, acordar através de uma heurística do temor e educar na escola do domínio próprio.

*Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco. Especialista em Problemas Filosóficos da ética contemporânea. Jornalista independente. raphael.douglas@hotmail.com



RESENHA CRÍTICA CYPHERPUNKS

Raphael Douglas Tenorio*

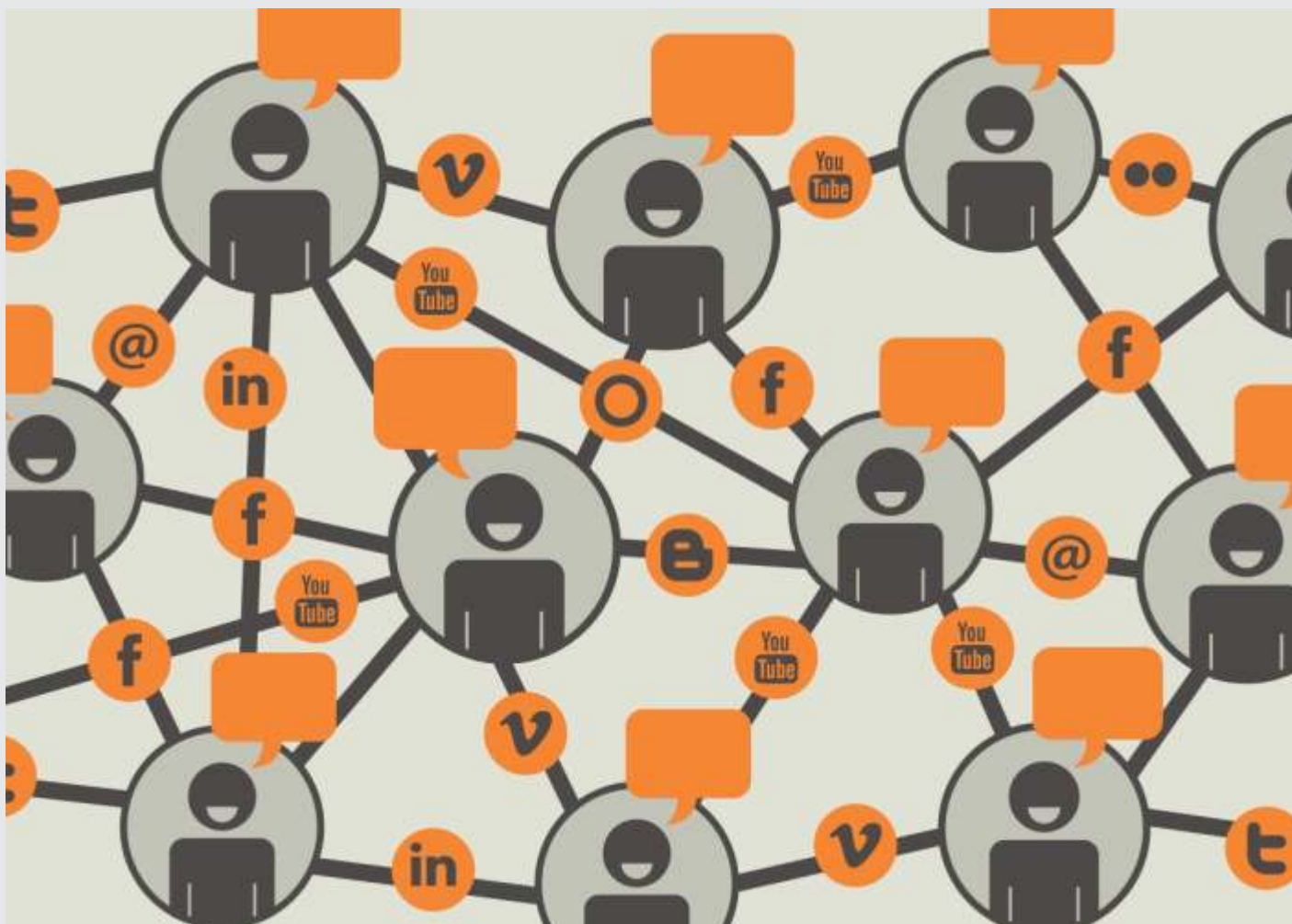
“This book is the warning shout of a sentry in the dead of night.”

In fact, this is not another work on the scope and power of knowledge developed in the Internet world. These possibilities already has too much of science and knowledge flows fortuitous, dreary, under a veil of interest for surveillance and control. A war, or rather a cyberwar is ongoing and movements like Anonymous and Wikileaks have been trying to explain to the world a true foul play, originally from harmful militarization of cyberspace. “No description of the world survives first contact with the enemy,” says Julian Assange, the mastermind behind WikiLeaks. Who is the enemy? The States? Corporations? The Left Wing? The Right Wing? To understand where the danger is part must be in possession of certain political dyslexia. We know who the enemy is and he is clearly hidden, surreptitious, stealthy moves, a phenomenon threatening to be fought. What is a phenomenon? What manifests. What has manifested itself surreptitiously and that so alarm cypherpunks, enthusiasts encryption as a way to sociopolitical changes? A dystopia palpable: the chronic restriction of freedom, control of private life, the invasion of garden squares abandonment of moral and ethical. We are talking about the imminence of a global totalitarian surveillance society. We have no more privacy. Our communications may be intercepted, stored and eventually used against us. The enemy is the Internet surveillance. Humanity as a whole is being controlled. Credit cards, smartphones, unmanned drones and social networks. Everything to serve the mass culture of spying. Facebook, seemingly harmless means of communication, is a backyard where he is

asked to undress and this is done voluntarily in exchange for some social credits. It's the perfect panopticism! This is the primary motivation of the effort cypherpunk: the weak privacy, transparency for the powerful. Cypherpunks: freedom and the future of the internet, delivered to the public by the Portuguese Boitempo Editorial is a real update of a Platonic dialogue style, since the interlocutors are concerned with the distortion of an ideal: freedom. The internet, a free space initially, now finds himself under siege from the tentacles of interests that are the product of a menacing bond of friendship between countries (and their factions) and megacompanies of mass surveillance. The conversation between Assange and cyberactivists Jacob Appelbaum, Andy Müller-Maguhn and Jérémie Zimmermann is an indication of the exit of a cave in which seductive shadows with apparent contours of freedom argue, in fact, a dangerously enslaving content. What exists today out of arms reach of the state or the pitfalls of large corporations? Laity, ie, most of us, the book is an invitation from the point of view of insiders, to the knowledge of some of these tentacles as SOPA (Stop Online Piracy Act), PIPA (Protect IP Act), the ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement), the NSA (National Security Agency of the USA), The Patriot Act, the WTF (WikiLeaks Task Force), SCA (Stored Communications Act), among other repressive forces. Encryption is not the last attempt belligerent action against transnational surveillance. The geography of networking and the ease of mapping and tracking of people and groups became hence-

forth a dangerous war machine. The cypherpunks are the Spartans and their encryption Thermopylae. The cryptographic element will be in everything and can say that it will be increasingly one of the key elements behind the physical wars. “Encryption can solve the problem of mass interception that threatens civilization worldwide.” Each page is an effort to explain how to create a new democracy tools - such as the popularization of software and hardware free - and stimulate the alienation of the individual to take their own security measures as anonymity and privacy policies are still ignorant or obscure. It is impossible not to feel paranoid at the end of reading this book. However, a paranoia towards positive given that the objective of the work is to instill fear, teach a short circuit in our collective lethargy, teaching pedagogy through an anticipation of risks, waking through a heuristic of fear and educate school of self.

*Master in Philosophy at Universidade Federal de Pernambuco.
Specialist Philosophical Problems of contemporary ethics.
Independent journalist.
raphael.douglas@hotmail.com



A UTILIZAÇÃO ÉTICA DAS REDES SOCIAIS

Ithala Suassuna*

Na sociedade do século XXI, as redes sociais (Twitter, Facebook, Orkut, MySpace, entre outras) fazem parte da cotidianidade. O mundo atual é, sem dúvidas, o mundo da tecnologia. Isto, porque elas, assim como outros meios de comunicação (a televisão, o rádio, o telefone) são mais um veículo de convívio e interação com o qual as pessoas podem contar. O fascínio dessas redes sociais é tão grande que apenas o Facebook - a rede social mais famosa do planeta - alcançou a marca de 1 bilhão de usuários ativos em 2012, segundo reportagem publi-

cada no site g1.globo.com, em 04.10.2012. A comunicabilidade faz parte da natureza humana - o homem é um ser que depende de socialização para viver. E as redes sociais oferecem essa possibilidade: promove, facilita, estimula e dinamiza o diálogo e a sociabilização.

Da mesma forma que a televisão pode exibir fatos falsos e caluniosos; o telefone com o trote causa prejuízos; o rádio quando utilizado para difundir notícias levianas e músicas obscenas; as redes sociais também podem se revelar perigosas nas mãos do homem. Daí a importância da ética em

sua utilização.

A palavra ética vem do grego *ethos* - que está ligada a ideia de caráter. Ética é arte de bem viver - é a busca do melhor comportamento para a convivência em sociedade. A ética se preocupa com as posturas que devem ser consideradas adequadas e que o indivíduo a cumpre por uma consciência pessoal. Adolfo Sánchez Vázquez conceitua ética como a "teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, é ciência de uma forma específica de comportamento humano" (Vázquez apud Andrade, 2005, p.

322). As redes sociais são ambientes de extensão do convívio social do mundo real para o mundo virtual, nelas você compartilha informações, conhecimentos e valores que são comuns ou não ao grupo de amigos ao qual você faz parte, desta forma elas devem ser usadas com cuidado. Pois o ambiente virtual – além de provocar problemas reais nas relações humanas – ele é todo desenvolvido com base na escrita e nos conecta ao mundo de forma instantânea e incon-

“o seu direito termina onde começa o direito do outro”

trolável o que favorece a propagação indistinta do pensamento.

Para entender a importância e a necessidade do seu uso ético, algumas empresas utilizam informações postadas nas redes sociais como etapa de seleção e contratação de pessoas, objetivando verificar o perfil e comportamento destes.

É certo que somos livres para expressar nossos pensamentos, ideias e opiniões, porém não temos o direito de denegrir ou ofender terceiros. A mesma tecnologia que democratizou a comunicação entre as pessoas não pode ser vista como algo que tolha a opinião pessoal. Lembre-se, “o seu direito termina onde começa o direito do outro”.

É neste momento que o comportamento ético deve prevalecer como forma de proteção dos danos que as redes sociais podem causar. A ética se tornou uma necessidade premente nesses ambientes. Assim, como podemos fazer uso dessa importante ferramenta tecnológica de forma ética? De que maneira podemos utilizar as redes sociais sem prejudicar aos outros e as nós mesmos?

Usar o princípio da alteridade, ou seja, colocar-se no lugar do outro, bem como respeitar as diferenças é sempre salutar – será que eu gostaria que fizessem isso comigo? Publicações impensadas ou enviadas de forma impulsiva podem gerar graves consequências como, por exemplo, a perda de emprego, problemas afetivos e até mesmo a prática de crimes.

As redes sociais não são divã de analista. Expor suas feridas interiores ou desabaços podem acarretar

problemas que poderiam ser evitados. Nas redes sociais qualquer pessoa pode ser receptora de suas mensagens e nem sempre você poderá ser bem interpretado. Lembre-se: suas mensagens podem ser usadas contra você.

Cuidado com erros gramaticais – as redes sociais podem prejudicar a sua carreira profissional – as mensagens são sempre escritas e uma vírgula colocada em lugar indevido pode gerar significados indesejados – fator de possível desavença.

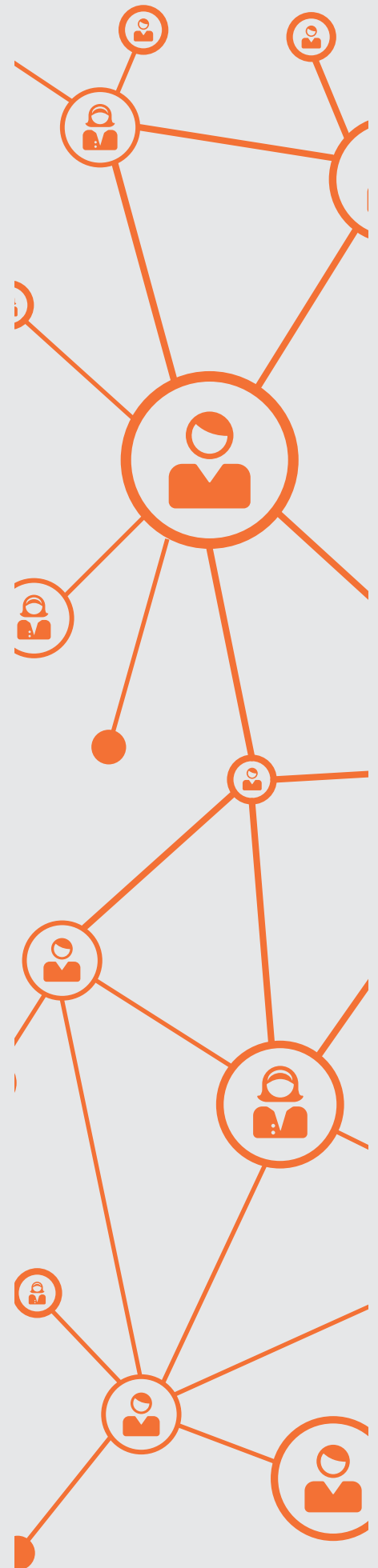
Use as redes sociais para manter relações interpessoais, mas nunca invadindo a vida alheia ou cuidando mais da vida do outro do que da sua própria. De 20 a 30 minutos diários ou semanais ou durante os finais de semana – como forma de estabelecer contatos com amigos, pode ser interessante. A frequência e o tempo vão depender do ritmo de vida e grau de comprometimento de cada pessoa com suas metas pessoais.

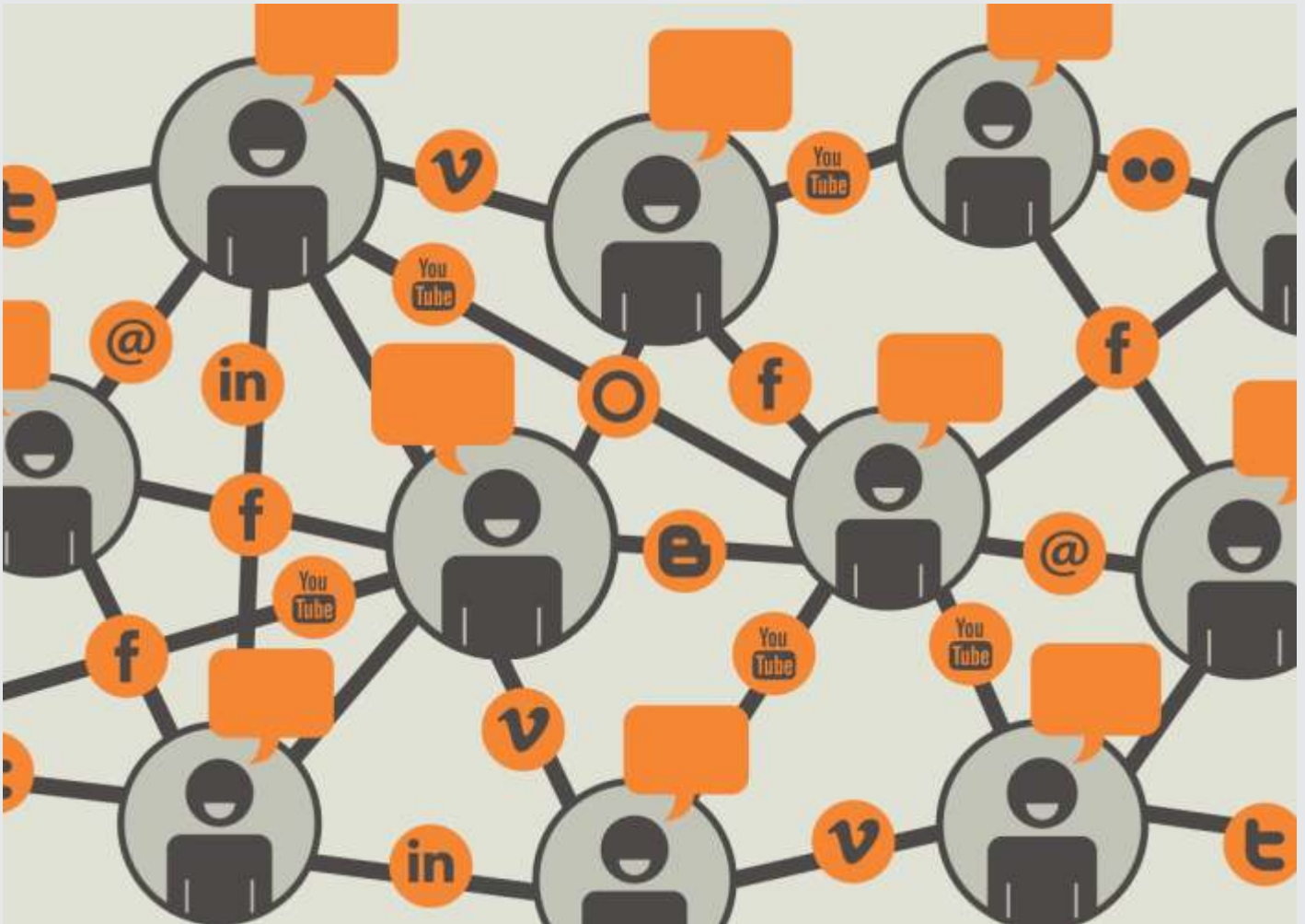
As redes sociais podem e devem ser usadas para a formação de um espaço de diálogo construtivo – mostre seu lado positivo. Dissemine ideias e pensamentos que contribuam para o crescimento da comunidade virtual de forma geral. Ter senso crítico não significa ofender o outro.

Crie comunidades de estudo, fomente bons hábitos no ambiente virtual. A rede social é uma excelente maneira de conhecer e tornar-se conhecido, tanto profissionalmente como pessoalmente. Deixe sempre uma boa impressão.

A ideia chave para descrever qual a melhor maneira de proceder nas redes sociais é equilíbrio no uso das palavras e frases. Lembrando sempre do ensinamento de Lia Luft sobre a força das palavras: “a palavra faz parte da nossa essência: com ela, nos acercamos do outro, nos entregamos ou nos negamos, apaziguamos, ferimos e matamos. Com a palavra, seduzimos num texto; com a palavra, liquidamos – negócios, amores.” Pensar nas consequências antes de agir de forma antiética é o segredo.

*Advogada e Especialista em Direito e Processo do Trabalho pela Universidade Anhanguera (UNIDERP), Mestre em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
ithalasuassuna@bol.com.br





THE USE OF SOCIAL ETHICS USE THEM TO YOUR ADVANTAGE.

Ithala Suassuna*

In 21st century society, social networks (twitter, facebook, Orkut, MySpace, etc.) are part of people's lives. The world today is, without doubt, the world of technology. This is because they, like other media (television, radio, telephone) are more a vehicle for socializing and interaction with which people can rely. The allure of these social networks is so great that only Facebook - the social network world's most famous - reached the milestone of 1 billion active users in 2012, according to a report published on the website g1.globo.com on 10/04/2012. The communicability is part of human nature - the man is a being who depends on socialization to live. And social networks offer this possibility:

promotes, facilitates, encourages and stimulates dialogue and socialization. Just as television can display false facts and libelous; your phone with prank causes damage; radio when the news used to spread obscene songs and frivolous; social networks can also prove dangerous in the hands of man. Hence the importance of ethics in their use.

The word ethics comes from the Greek "ethos" - that is on the idea of character. Ethics is the art of living well - is the search for the best behavior for living in society. Ethics is concerned with postures that should be considered and appropriate that the individual meets with a personal conscience. Adolfo Sánchez Vázquez defines ethics as "the science or theory of

moral behavior of men in society. I.e, science is a specific form of human behavior" (apud Vázquez Andrade, 2005, p. 322). Social networks are environments extent of social interaction in the real world to the virtual world, in them you share information, knowledge and values that are common or not the group of friends to which you belong, so they should be used with care. For the virtual environment - besides causing real problems in human relationships - it is all developed based on written and connects us to the world instantly and uncontrollably which favors the spread of fuzzy thinking.

To understand the importance and necessity of its ethical use, some companies use information posted on

social networks such as stage of selection and hiring people, to verify the profile and behavior of these. It is true that we are free to express our thoughts, ideas and opinions, but we have no right to denigrate or offend others. The same technology that democratized communication between people cannot be seen as something that towel the personal opinion of each. Remember, "your rights end where the rights of others begins."

“your rights end where the rights of others begins”

It is at this point that ethical behavior should prevail as a protection of the damage that social networking can cause. Ethics has become a pressing need in these environments. So how can we make use of this important technological tool in an ethical manner? How can we use social networks without harming others and ourselves?

Using the principle of otherness, ie putting oneself in another's place and respecting differences is always healthy - would I like them to do this to me? Publications thoughtless, or sent impulsively can lead to serious consequences such as the loss of employment, emotional problems, and even crimes.

Social networks are not the analyst's couch. Expose your inner wounds or outbursts can lead to problems that could be avoided. In social networks can be any person receiving your messages and you may not always be well interpreted. Remember, your messages can be used against you.

Watch out for grammatical errors - social networking can hurt your career - the messages are always written and put into place a comma error could generate unwanted meanings - factor possible fallout.

Use social networks to maintain relationships, but never invading the lives of others or taking care of other's life more than his own. 20 to 30 minutes daily or weekly or during the weekend - as a way to establish contacts with friends, can be interesting. The frequency and duration will depend on the pace of life and level of

commitment of each person with their personal goals.

Social networks can and should be used to form a space for constructive dialogue - show your positive side. Disseminate ideas and thoughts that contribute to the growth of the virtual community in general. Having critical sense does not mean to offend the other.

Create learning communities, foster good habits in the virtual environment. Social networking is an excellent way to meet and become known both professionally and personally. Always leave a good impression.

The key word to describe how best to proceed in social networks is to balance the use of words and phrases. Remembering the teaching of Lia Luft on the strength of the words "The word is part of our essence with her, we approach the other, we give ourselves or we refuse, apaziguamos, injure and kill. With the word seduce a text, with the word liquidated - business, love. "Think about the consequences before acting unethically is the secret.

Lawyer and Specialist in Labour Law Procedure at University Anhanguera (UNIDERP).
Master in Law at Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
ithalasuassuna@bol.com.br





REDES SOCIAIS COMO USAR PROFISSIONALMENTE?

Ana Noriko* Antônio Ayres Nascimento Bello, Clarice Cavalcanti da Silva,
Diogo Henrique Lins de Lima, Giselli Priscila da Silva e Rochelly Alves Gomes**

RESUMO: O presente trabalho relata a experiência de alunos e orientadora no processo de trabalho de conclusão de curso da graduação tecnológica em Gestão de Recursos Humanos. Com o uso cotidiano das redes sociais, cada vez torna-se mais crescente o número de erros cometidos pelos usuários. Diante desse contexto, foi realizada uma intervenção junto às pessoas inseridas ou não no mercado de trabalho, com o objetivo de capacitá-las para o uso profissional das redes sociais, agregando assim, valor profissional a esse importante veículo contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociais; uso profissional; gestão de recursos humanos.

As mudanças que ocorrem em nosso meio são dadas devido à globalização e à necessidade do homem estar inovando. Há uma “guerra” entre as grandes potências, no que se refere à tecnologia. Na verdade a batalha é por reconhecimento tecnológico e a importância de estar no destaque em se tratando desse assunto. As necessidades das pessoas mudaram bastante, se compararmos há dez anos, a praticidade, a comodidade e a agilidade que a tecnologia nos fornece, tanto em serviços como em informações, permite-nos fazer diversas coisas sem ao menos sair de casa.

Hoje, com a web 2.0¹, as redes sociais tomaram uma grande proporção, chegando a atingir e a permear o âmbito corporativo. Com base nessa nova realidade, atinamos para entender como as empresas utilizam as redes sociais para promover ações de marketing, recrutar e selecionar seu público interno, e ainda mantê-los em suas corporações. Muitas das grandes empresas já possuem seu próprio site, outras têm perfis nas mais famosas redes sociais, lançando seus produtos e promoções, utilizando suas conexões virtuais, fazendo assim seu marketing, procurando _dessa

forma_ divulgar e firmar sua marca, fidelizando seus clientes.

As redes sociais ainda permitem que as organizações recrutem e selecionem seus candidatos, pois facilita o processo, tornando-o mais rápido e chegando a alcançar um maior número de pessoas em um curto espaço de tempo. Possibilitam ainda visualizar o comportamento e o perfil destes, já que as redes sociais criam um ambiente propício a seus usuários se sentirem mais à vontade, expondo suas opiniões, seus comportamentos diários. Tal situação faz com que o candidato se mostre com verdadeiramente é, impedindo assim de maquiarem atitudes e informações que, possivelmente, poderiam ser ocultados em uma simples entrevista, trazendo para os recrutadores uma melhor qualidade e assertividade em suas contratações, reduzindo os erros pelo que observam nos perfis inadequados. Isso porque os profissionais de RH não estão mais se limitando à análise curricular ou a uma entrevista, estão recorrendo às redes sociais para atestar a veracidade dita pelo candidato que, por sua vez, queira passar uma imagem que não condiz com o seu comportamento nesses

canais virtuais.

Certamente uma das maiores dificuldades é das empresas estipularem o uso dentro de suas organizações, uma vez que existem diversos aparelhos portáteis que disponibilizam o acesso direto às redes sociais. Outro fator é a própria necessidade das empresas de se comunicarem com seus representantes, clientes, fornecedores por intermédio da rede.

O objetivo dessa intervenção foi mostrar para os usuários das redes sociais, sua amplitude de uso, apontando como estes podem se beneficiar profissionalmente, agregando ainda valor à sua imagem e alertar para corrigir possíveis erros de uso, que podem vir a comprometer a vida social e profissional. Além de conscientizá-los a respeitar a política de uso da organização em que estão ou pretendem estar inseridos, de modo a não comprometer a qualidade do serviço que é prestado, uma vez que, ao se candidatar em alguma organização, as atitudes tomadas fora ou dentro dela podem estar sendo diariamente analisadas através das redes sociais, e o mau uso destas pode acarretar em prejuízos para esse candidato, que poderá não ser inseri-

¹É utilizado para descrever a segunda geração da World Wide Web, tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaborações dos internautas com sites e serviços virtuais.

do e não participar de disputas para o crescimento profissional.

Portanto, estar atento às redes sociais é algo necessário, uma vez que estamos num *network* vivo, cada vez mais exigente e constantemente sendo observados, já que criamos uma imagem de que somos aquilo que postamos ou compartilhamos.

REDES SOCIAIS E A GERAÇÃO Y

De acordo com os estudos, notamos que a geração em que estamos inseridos é a Geração Y. Indivíduos que estão conectados a alguma das redes sociais que nos é disponível, e que possuem uma grande interação com essas. De acordo com os autores Tapscott e Williams

É a primeira geração a crescer na era digital, e isso a torna uma força para colaboração. Esses jovens estão crescendo banhados de bits [...]. Essa é a geração da colaboração devido a uma razão principal: [...] os jovens dessa geração crescem interagindo. Em vez de serem apenas recipientes passivos da cultura de consumo em massa, a Geração Net, passa o tempo pesquisando, lendo, inspecionando, autenticando, colaborando e organizando [...]. A internet torna a vida uma colaboração contínua e maciça, e essa geração adora isso. Eles não conseguem imaginar uma vida em que os cidadãos não tenham as ferramentas para pensar criticamente, trocar opiniões, desafiar, autenticar, verificar ou desmascarar o tempo todo (2010, p.63).

Mas todo esse envolvimento com as redes sociais pode vir a interferir, e a tomar proporção na vida e no cotidiano desses indivíduos, atingindo também o ambiente profissional positiva ou negativamente.

Uma pesquisa realizada pela Gents Panel (2011), entre outubro a dezembro, afirma que 47 das pessoas que trabalham em empresas que proibem o acesso às mídias sociais continuam usando-as, apesar do veto, e que os principais pontos negativos do uso no expediente são: perda de tempo com assuntos pessoais, informações desnecessárias e irrelevantes para o trabalho, exposição da empresa por meio de funcionários desautorizados a falar, e vazamento de informações confidenciais para pessoas indevidas. Os pontos positivos são: facilitação na comunicação e socialização entre funcionários, colaboração com o *networking* entre profissionais e com a geração de novos negócios, e evitar o estresse ao manter pessoas conec-

tadas com amigos e familiares. O uso das redes sociais nas empresas brasileiras, segundo Hutley relata que:

Na realidade, a proibição de redes sociais é inútil, funcionários vão usar essa ferramenta de qualquer maneira. As redes sociais oferecem benefícios significativos para as empresas se usadas corretamente. Elas podem enriquecer e aprimorar processos de negócios e aumentar significativamente a produtividade dos funcionários (2009, p.14).

O que identificamos é que tem que haver um bom senso das organizações e dos funcionários, quanto à utilização das redes sociais. As empresas necessitam criar uma política de uso, e seus funcionários devem ter a consciência de a cumprirem, a fim de não prejudicar o desempenho de ambos.

Há, também, a utilização das empresas, das redes sociais como mais uma ferramenta para recrutar e selecionar seus possíveis candidatos, já que esses meios de comunicação são usados pelas pessoas como um diário virtual, demonstrando seus comportamentos, suas opiniões, seus pensamentos, sua rede de contatos, grupos de amigos e assuntos compartilhados. Essa acessibilidade tende a facilitar aos empregadores melhor qualidade em suas contratações, reduzindo assim, erros de perfis inadequados. Isso porque os profissionais de RH não estão mais se limitando à análise curricular ou a uma entrevista, estão recorrendo às redes sociais para atestar a veracidade dita pelo candidato que, por sua vez, queira passar uma imagem não condizente com o seu comportamento diante desses canais virtuais. Kleindorfer descreve ainda que:

Essas redes on line abrem ainda as possibilidades de relações empregador emprego inicial e da verificação relativamente barata das alegações contidas nos currículos, mediante a exibição dos contatos na rede. Aproveitar a sinergia presente entre as redes sociais e internet, e ao mesmo tempo preservar a autenticidade e a confiança que caracterizam os laços sociais diretos e pessoais, continua a ser um importante desafio para as estratégias de recrutamento baseadas em rede (2012, p.315).

Portanto, os usuários devem sempre estar atentos, pois não bastam apenas possuir informações acadêmicas ou experiências profissionais, como também é necessário

manter um bom nível de relacionamento, valores pessoais e maturidade, informações estas que estão sendo observadas através dos perfis das redes sociais. Além do mais, a veracidade dos dados que foram disponíveis através do currículo, devem condizer com a vida pessoal de cada um, mostrando o caráter que possuem, e quem realmente os recrutadores irão selecionar para se integrar ao quadro da empresa que representam.

CARACTERIZAÇÃO DA INTERVENÇÃO

Os conhecimentos relacionados ao uso profissional das Redes Sociais e a Geração Y foi trabalhado no Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing - Faculdade IBGM, no ano de 2012, por alunos concluintes do curso de Gestão em Recursos Humanos. Foi realizada com usuários das redes sociais que estão inseridos ou não no mercado de trabalho, sendo esses, alunos da referida instituição.

· Relato de Experiência: Procedimentos da Intervenção

Para a realização da intervenção, os concluintes do curso de Gestão de RH realizaram as inscrições através de emails. Foi criada também uma página no facebook com o nome do tema da palestra, trazendo informações sobre o assunto e objetivando manter um contato mais frequente com o público envolvido. Ainda, os referidos concluintes divulgaram a intervenção por meio de cartazes que foram colocados nas salas de aula, e em lugares estratégicos da faculdade IBGM. Panfletos também foram confeccionados e distribuídos convidando os alunos a participarem da intervenção.

No dia da intervenção, os participantes previamente inscritos, após assinarem a ata de presença, onde já constavam seus dados, receberam o crachá, o bloco de anotações e caneta, sendo encaminhados à sala da palestra.

A apresentação iniciou com as boas vindas e um breve vídeo que continha o resumo de tudo que seria apresentado. Posteriormente, foi mostrada *_através de slides_* a evolução das redes sociais, desde sua origem até os dias de hoje, mostrando a importância de se ter o conhecimento dessas redes, pois estamos em constante mudança.

Em seguida, explanamos sobre como as empresas se utilizam das redes para fazer seu recrutamento e seleção e as formas dos usuários se

utilizarem dela profissionalmente, para atentarem aos conteúdos que postam, compartilham ou “curtem”, pois podem acarretar danos à imagem. Nessa etapa, também foi mostrado um vídeo ilustrativo divulgado na mídia com a reportagem de uma enfermeira que, por mau uso das redes sociais, foi demitida por justa causa.

Outrossim, foram dadas dicas aos participantes de como não agir, com demonstração de algumas atrocidades que os usuários postam e compartilham em seus perfis, que também podem causar demissões e ainda manchar a imagem desses e da empresa.

Além disso, como uma possibilidade de uso profissional das redes sociais mais direcionadas, foi apresentada a ferramenta LinkedIn. Essa é uma rede social profissional, onde foram mostradas as riquezas e os benefícios que podem ser agregados aos indivíduos que a possuem. E, finalizando, foram expostas páginas do facebook, onde os participantes poderiam ter acesso a informações de vagas estágio, vagas de emprego, consultorias e informativos sobre carreira. Ao finalizar a intervenção, os participantes preencheram uma ficha de avaliação de desempenho para colher os dados referentes à atuação dos palestrantes.

Avaliação da Intervenção

Através da ficha de avaliação de desempenho foram coletados dados significativos, em que foram apresentadas várias sugestões para a prática profissional dos alunos concluintes de RH. Todos os 44 participantes da intervenção preencheram e entregaram voluntariamente as fichas.

O público recebido foi composto por um maior número de participantes de estudantes do curso de Recursos Humanos, atingindo a média de 80, os demais foram alunos de Processos Gerenciais, Web Design e Logística. Dos participantes do curso de RH, o 2º período apresentou o maior índice, com 73 de participação, porém, vale salientar que alunos de todos os períodos participaram. Apesar da divulgação presencial ter sido predominantemente feita no turno da noite, tivemos a participação de 53 de participantes do turno da manhã e 7 do turno da tarde.

Começamos a avaliação de desempenho com os critérios de questões gerais, o primeiro requisito pontuado foi material de apoio, nesse, 74 dos participantes avaliaram a equipe como tendo um ótimo materi-

al. Já com relação ao conteúdo apresentado, 92 dos participantes avaliaram o desempenho como ótimo. Quanto ao critério de avaliação dos instrutores, pelo requisito em didática, 73 dos participantes avaliaram como ótimo. Já no quesito comunicação, a avaliação de maior índice foi ótimo, e nela o grupo atingiu 87. O desempenho dos concluintes de RH, no tocante ao relacionamento com o público foi essencial, enriquecendo a orientação das atividades e nesse tópico foram atingidos 92 de avaliações ótimo. O último requisito a ser avaliado foi sobre o conhecimento passado durante toda a intervenção, que conforme dados foram avaliados da seguinte forma: 3 em regular, 8 em bom e 89 em ótimo.

Diante dos resultados observados, percebe-se que a intervenção ocorreu dentro da proposta inicial do grupo, e que as informações adquiridas no processo de formação dos concluintes foram passadas com clareza, interação e conhecimento. Resultado este refletido a partir dos índices da avaliação de desempenho obtidos através do feedback dos participantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O assunto abordado é atual, relevante e, através do resultado da avaliação, foi trabalhado de forma clara e objetiva. Foram identificados pontos importantes e que são avaliados dentro das redes sociais, muitas vezes passados despercebidos pelos usuários, principalmente no que diz respeito ao recrutamento por uma organização ou consultorias.

Observando onde ocorrem os erros, foram dadas ferramentas para adequação dos perfis para que se tornem mais atraentes, incorporando mais valor à imagem, a ponto de se tornar possível a identificação positiva dos avaliadores. O grupo buscou abstrair das redes sociais conteúdos mais importantes, coerentes e acrescentando conhecimentos que viabilizem sair do uso habitual das redes sociais, atentando assim, para o lado profissional, buscando informações que contribuíssem para alcançar os sonhos e objetivos que todos traçam dentro de suas carreiras, ampliando, dessa forma, o entendimento no que se refere às redes sociais, e motivando a procura de novas oportunidades que ela pode oferecer.

Entendemos que todo o conteúdo foi de grande importância para os participantes, devido ao resultado da avaliação de desempenho, o qual no item conhecimento obteve uma maior

numeração com os resultados bom e ótimo e, principalmente, pelos relatos descritos nos comentários feitos pelos próprios participantes mostrando-se satisfeitos com as informações que lhes foram passadas. Além disso, é válido ressaltar a importância do trabalho de conclusão do curso de Gestão de Recursos Humanos ser realizado sob esse formato, uma vez que proporciona aos alunos em formação buscarem temáticas que exercitem as habilidades para sua atuação profissional.

REFERÊNCIAS

GENTIS PANEL. Uso de redes sociais em ambientes corporativos – realidade de Brasil. Disponível em <<http://www.gentispanel.com.br/pesquisas-de-mercado/abertas>>, 2011.

HUTLEY, RICK. Social Networking as a Business Tool. Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG), 2009, p.10-13.

KLEINDORFER, P.R; YORAM, J.W; ROBERT, EG. O desafio das Redes. Porto Alegre: Bookman, 2012.

TAPSCOTT, D; WILLIAMS. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Brasil: Agir, 2010.

*Psicóloga, Mestre em Psicologia Clínica pela Universidade Católica de Pernambuco.

Docente do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing – Faculdade IBGM, orientadora do projeto de intervenção. E-mail: ananoriko@hotmail.com

**Concluintes do Curso de Gestão em Recursos Humanos do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing – Faculdade IBGM – turma de 2012.2.



SOCIAL NETWORKS: HOW TO USE THEM PROFESSIONALLY?

Ana Noriko* Antônio Ayres Nascimento Bello, Clarice Cavalcanti da Silva,
Diogo Henrique Lins de Lima, Giselli Priscila da Silva e Rochelly Alves Gomes**

ABSTRACT: This paper reports the experience of students and guiding the work process of completion of undergraduate technological Human Resource Management. With daily use of social networking increasingly becomes more increasing the number of mistakes made by users. In this context, we conducted an intervention with people inserted or not in the labor market, in order to empower them for the professional use of social networks, thus adding, professional value to this important contemporary vehicle.

KEYWORDS: social networks; professional use; human resources.

The changes that occur in our environment are given due to globalization and the need for man to be innovating. There is a "war" between the great powers, with regard to technology. In fact the battle is by recognition technology and the importance of being featured in dealing with this matter. The needs of people have changed a lot, if we compare ten years ago, the practicality, convenience and speed that technology provides, both in services as information, allows us to do many things without even leaving home.

Today, with Web 2.0¹, social networks have taken a large proportion, reaching and permeate the corporate level. Based on this new reality, we were incited to understand how companies use social networks to promote marketing activities, recruit and select your internal audience, and still keep them in their corporations. Many large companies already have their own website, others have profiles on

the most famous social networking by launching their products and promotions, using their virtual connections, thus making your marketing, promotion and looking this way to establish your brand, ensuring loyalty customers.

Social networks also allow organizations to recruit and select their candidates, because it facilitates the process, making it faster and getting to reach a greater number of people in a short time. Enable further visualize the behavior and profile of these, since social networks create an environment for its users feel more comfortable giving their opinion, their daily behaviors. This situation makes the candidate proves how truly is, thus preventing to dissemble attitudes and information that possibly could be hidden in a simple interview for recruiters bringing better quality and assertiveness in their hiring, reducing errors so observing the profiles inadequate. That's because human

resources (HR) professionals are no longer limited to analyzing curriculum or an interview, are turning to social networks to attest the truth told by the candidate who, in turn, want to spend an image that does not match their behavior in these channels virtual.

Certainly one of the biggest difficulties is enterprises stipulate the use within their organizations, as there are many handsets that provide direct access to social networks. Another factor is the very need for companies to communicate with their representatives, customers, suppliers via the network.

The goal of this intervention was to show to the users of social networks, their range of use, pointing out how they can benefit professionally, adding further value to its image and alert to correct possible errors of usage that may impair social and professional. Besides educate them to respect the usage policy of the organization in which they are or are

¹É utilizado para descrever a segunda geração da World Wide Web, tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaborações dos internautas com sites e serviços virtuais.

intended to be inserted, so as not to compromise the quality of service that is provided, since, when applying for any organization, the attitudes taken out or inside can be being analyzed daily through social networks, and the misuse of these can result in losses for that candidate, that cannot be entered and will not participate in disputes for professional growth.

Then, be aware of the social networks is something necessary, since we live in a network, increasingly demanding and constantly being watched, as we create an image that we are what we post or share.

SOCIAL NETWORKS AND GENERATION Y

According to the studies, we noted that the generation in which we operate is Generation Y. Individuals who are connected to any of the social networks available to us, and have a great interaction with these. According to the authors Tapscott and Williams

This is the first generation to grow up in the digital age, and that makes it a force for collaboration. These young people are growing up bathed in bits [...]. This is the generation of collaboration because of one main reason: [...] the younger generation grows up interacting. Rather than being just passive recipients of mass consumer culture, the Net Generation, spends time researching, reading, inspecting, authenticating, collaborating and organizing [...]. The internet makes life continued collaboration and massive, and this generation loves it. They cannot imagine a life in which citizens do not have the tools to think critically, exchange views, challenge, authenticate, verify or debunk all the time (2010, p.63).

But all this involvement with social networks might interfere, and take share in the life and routine of these individuals, also reaching the professional environment positively or negatively.

A survey by Gentle Panel (2011), between October-December, says that 47% of people working in companies that prohibit access to social media continue to use them despite the veto, and that the main drawbacks of using the hours are wasting time on personal matters, and unnecessary information irrelevant to the job, the company's exposure by employees unauthorized to speak, and leaking confidential information to unauthorized persons. The strengths are:

facilitating communication and socialization among employees, with the collaboration and networking between professionals to generate new business, and avoid stress to keep people connected with friends and family. The use of social networks in Brazilian companies, according to Hutley reports that:

In fact, the ban social networking is useless, employees will use this tool anyway. Social networks offer significant benefits for businesses if used correctly. They can enrich and improve business processes and significantly increase employee productivity (2009, p.14).

What we have identified is that there has to be a sense of organizations and employees regarding the use of social networks. Companies need to create a usage policy, and employees should be aware of to fulfill in order to not degrade the performance of both.

There are also enterprises that use social networks as another tool to recruit and select their prospective candidates, since these media are used by people as a virtual diary, demonstrating their behaviors, their beliefs, their thoughts, their network of contacts, groups of friends and shared issues. This tends to facilitate accessibility to employers in their hiring better quality, reducing errors, inadequate profiles. That's because HR professionals are no longer limited to analyzing curriculum or an interview, are turning to social networks to attest the truth told by the candidate who, in turn, does not want to spend an image consistent with their behavior before these channels virtual. Kleindorfer further discloses that:

These online networks also open the possibilities of employer relations and initial employment of relatively inexpensive verification of the allegations contained in the curriculum, by showing the network of contacts. Harnessing the synergy present between social networks and the Internet, while preserving the authenticity and trust that characterize social ties direct and personal, remains a major challenge for the recruitment strategies based network (2012, p.315).

Therefore, users should always be aware because not enough information has only academic or professional experience, it is also necessary to maintain a good level of relationship, personal values and maturity,

information that is being observed through the profiles of social networks. Moreover, the accuracy of the data that were available through the curriculum, should match one's personal life, showing the character they have, and who really recruiters will select to integrate the framework of the company they represent.

CHARACTERIZATION OF INTERVENTION

Related knowledge to the business use of Social Networking and Generation Y has worked at the Brazilian Institute of Management & Marketing - Faculty IBGM, in 2012, for students graduating in Human Resources Management. It was conducted with users of social networks who are inserted in the labor market, and also with those who are not, and these students of that institution.

• Experience Report: Intervention Procedures

To perform the intervention, the students were graduating in HR Management held entries through emails. It has also created a page on facebook with the name of the theme of the lecture, providing information on the subject and aiming to maintain a more frequent contact with the public involved. Still, those graduates reported intervention by means of posters that have been placed in classrooms, and in strategic places IBGM college. Flyers were also prepared and distributed inviting students to participate in the intervention.

On the day of the intervention, participants previously enrolled after signing the minutes of presence, where already in their data, received the badge, notepad and pen, and were sent to the lecture room.

The presentation began with a welcome and a brief video that contained the summary of everything that would be presented. It was later shown through slides of the evolution of social networks, from its origins to the present day, showing the importance of having knowledge of these networks, because we are in constant change.

Then expounded on how companies use networks to make their recruitment and selection and the shapes of users to use it professionally, to pay attention to the content they post, share or "dig" as they may cause damage to the image. At this stage, it was also shown a video

illustrating reported in the media with the story of a nurse who, through misuse of social networks, was fired for cause.

Furthermore, the participants were given tips on how not to act, with demonstration of some atrocities that users post and share in their profiles, which can also cause layoffs and further tarnish the image of the company and such.

Furthermore, as a possibility to use professional social networks more directed, was presented the tool LinkedIn. This is a professional social network, where they were shown the riches and benefits that can be aggregated to the individuals who possess it.

Finally, exposition of facebook pages, where participants could have access to job training, job openings, career consulting and informative. At the end of the intervention, participants filled out an evaluation form to gather performance data about the performance of the speakers.

• Evaluation of Intervention

Through the performance evaluation form meaningful data were collected, they were presented several suggestions for the professional practice of students graduating in human resources. All 44 participants completed the intervention and voluntarily surrendered the chips.

The public received was composed of a greater number of participants from students of Human Resources, averaging 80, the rest were students Process Management, Web Design and Logistics. Of course members of HR, the 2nd period showed the highest rate, with 73 participation, however, it is worth to point out that it was involved students from all periods. Despite the presence disclosure was made predominantly on the night shift, we had the participation of 53 of participants in the morning and 7 in the afternoon.

We started with the performance evaluation criteria of general questions, the first requirement was punctuated material support, then, 74 of participants rated the team as having a great material. Now with regard to the content presented, 92 of participants rated the performance as excellent. The criterion for evaluating instructors, the requirement for teaching, 73 of participants rated as excellent. Already in the category communication, evaluation of higher index was great, and her group reached 87. The performance of

graduates HR, regarding the relationship with the public is essential, enriching activities and guidance on this topic were achieved 92 good reviews. The last requirement was to be evaluated on past knowledge throughout the intervention, according to data that have been evaluated as follows: 3 for regular, 8 good and 89 excellent.

Given the observed results, it is clear that the intervention occurred within the initial proposal of the group, and that the information obtained during the training of graduates were passed with clarity, knowledge and interaction. This result reflected the indexes of performance evaluation obtained through feedback from participants.

FINAL THOUGHTS

The subject addressed is current, relevant, and through the evaluation result was worked clearly and objectively. Important points have been identified and are assessed within social networks often passed unnoticed by users, especially when it comes to recruitment by about an organization or consultancies. Observing where errors occur, were given tools to fit the profiles to become more attractive, incorporating more value to the image, to the point of becoming possible positive identification of the evaluators. The group sought to disregard the social networks most important content, coherent and adding expertise that enable exit the habitual use of social networks, so paying attention to the professional seeking information that would contribute to achieving the goals and dreams we all draw in their careers, enlarging thus the understanding with regard to social networks, and motivating the search for new opportunities it can offer.

We understand that all content was of great importance to the participants, due to the result of performance evaluation, which obtained a knowledge item in greater numbers and with great good results and especially by reports described the comments made by the participants showing were satisfied with the information they were passed. Moreover, it is worth noting the importance of the work of completing the course in Human Resource Management to be performed under this format, since it provides students with training in subjects who seek to exercise those skills to their professional performance.

REFERENCES

GENTIS PANEL. Uso de redes sociais em ambientes corporativos - realidade Brasil. Disponível em <<http://www.gentispanel.com.br/pesquisas-de-mercado/abertas>>, 2011.

HUTLEY, RICK. Social Networking as a Business Tool. Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG), 2009, p.10-13.

KLEINDORFER, P.R; YORAM, J.W; ROBERT, EG. O desafio das Redes. Porto Alegre: Bookmam, 2012.

TAPSCOTT, D; WILLIAMS. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Brasil: Agir, 2010.

*Psychologist, Master in Clinical Psychology at Universidade Católica de Pernambuco. IBGM's Teacher and guiding the intervention project. E-mail: ananoriko@hotmail.com
**Concluintes do Curso de Gestão em Recursos Humanos do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing - Faculdade IBGM - turma de 2012.2.



O FUTURO DA ARTE CONTEMPORÂNEA ESTÁ NO DIÁLOGO?

Nicolas Albuquerque*

RESUMO: As artes sempre tiveram um papel importantíssimo na sociedade, sua relação com política e com o mercado sempre foi direta, nas últimas décadas vimos as expressões artísticas se aproximarem mais da experiência do que da forma, pra onde caminha a arte contemporânea, qual o futuro reservado a ela e de que forma a arte pode se experimentar, chegando ao ponto de não termos mais objetos artísticos e sim acontecimentos, esses são os pontos abordados nesse artigo, que investiga como se formula uma obra relacional.

PALAVRAS-CHAVE: Arte Contemporânea, Estética Relacional, Linguagem.

A obra Estética Relacional (BOURRIAUD, 2009a), nos apresenta a possibilidade de que a arte tome como horizonte teórico a esfera das interações humanas e sua relação social, mais do que seu espaço simbólico e sim uma modificação dos objetivos estéticos, culturais e políticos postulados pela arte moderna.

O que nos interessa neste trabalho é conhecer a arte e seus processos se desenrolarem no tempo do acontecimento, voltada para um público que é chamado pelo artista. A obra gera

sua própria temporalidade e provoca encontros casuais e fornece pontos de encontro “que constituem o campo artístico e fundam sua dimensão relacional” (BOURRIAUD, 2009a, p.42).

Para Bourriaud (2009a), artistas que se propõem a fazer uma obra relacional realizam momentos e produzem objetos de socialidade. É a arte que faz a arte, não os artistas. Os artistas seriam catalisadores a serviço de leis que ultrapassam seu domínio, pois o resultado nunca é presumi-

vel.

A obra de arte relacional pretende ser mais do que sua mera presença no espaço, ela solicita o diálogo, ela requer uma forma de negociação inter-humana, se realizando no aqui e agora. Ela não tenta mais idealizar utopias e sim construir espaços concretos e vivenciados. A arte relacional orienta-se em processos flexíveis que regem a vida comum.

Para Duchamp, “é o observador que faz o quadro” (CAUQUELIN, 2005, p.98). Ele pretendia subtrair a existên-

cia física do objeto em favor do ato de escolha, propondo que a obra fosse o gesto e não o objeto.

Para Cauquelin (2005), a arte é o local de reunião simbólica, unificador das diferenças, que deve exercer a função de ligação e servir de substituto do consenso político. Ela deve permitir que a sociedade possa se elaborar de outra forma, procurando possibilidades de diminuir e até mesmo aniquilar fronteiras.

Portanto, a arte para Duchamp não tinha mais conteúdo intencional (CAUQUELIN, 2005), ela só existia em relação ao local onde estava sendo exibida a obra. Obra que era um objeto banal já presente no mundo, já fabricado. A intenção do artista consiste em exibi-la, marcando muito bem seu deslocamento, deixando claro que aquele objeto artístico foi retirado de sua "normalidade" para habitar outro espaço, o da arte.

O sujeito comunicante desaparece em detrimento de uma produção global de comunicação (BOURRIAUD, 2009a), onde as relações são determinadas pelas estruturas dadas, por convenções sociais que marcam muito bem espaços e pertencimentos.

O que as obras relacionais propõem são uma modificação desse espaço museológico em detrimento a uma nova forma de se relacionar, não somente entre o os seres passantes, mas também em relação à própria obra que modifica o seu status, transfere a aura da obra para o público, usa o pronto e dado, como faz Duchamp.

Para Livia Flores (2007,p.31), "a própria galeria é um hiato no tecido urbano". Os museus e as galerias continuam sendo espaços mediados a uma certa relação, a uma forma de convívio pré-estabelecido, para um público específico.

Se as obras de arte continuam sendo mediadas por espaços institucionalizados, qual o futuro da arte contemporânea? Se a arte não responde mais aquelas indagações que a arte moderna postulou, qual o seu papel na sociedade de hoje?

Se a modernidade instaurou-se sobre a insígnia da emancipação da subjetividade; o desenvolvimento industrial e a aceleração tecnológica que redefinem (confusamente) a percepção sobre tempo e espaço. Portanto, uma obra relacional trata-se do movimento, especialmente o dinâmico o futuro presente.

Mas como politizar o debate da consciência artística na época da reprodutibilidade técnica. Acreditamos que para Benjamin (1975) o contexto não implica o fim da criação, mas a redefinição nos modos de

formar, de narrar e de experimentar. A narrativa não se esgota e o autor reflete sobre os modos e (re)modos de transmissão, ou seja, da comunicabilidade da experiência vivida, massificada, estética ou anestesiada. Olhar alguém, especialmente quando ele também está nos olhando, pode erguer barreiras, inclusive construídas pelos estereótipos.

Arte sai do regime mercantil que regeu os fundamentos da arte moderna para o regime da comunicação, que se pretende como fundamento teórico para uma arte contemporânea (CAUQUELIN, 2005). A arte, hoje, representaria uma atividade de troca que não poderia ser regulada por nenhuma moeda, ela deveria ser distribuição de sentido em estado selvagem. Isto quer dizer, uma troca determinada pela forma da própria obra.

É assim que se surge o interesse nos processos das obras relacionais, onde a interação humana produz a

**“A humanidade ainda está aprendendo a linguagem rica e colorida do gesto, do movimento e da expressão facial”
(XAVIER.2003.p.79).**

obra. Se cada vez mais as obras de arte se afastam do público e surgem novos museus e galerias, é porque elas não se comunicam diretamente com a sociedade (CAUQUELIN.2005).

“Passar a informação, em uma rede de comunicação é também fabricá-la” (CAUQUELIN, 2005, p.67) e fabricar novas sociabilidades é produzir novos sentidos de coletividade. O espaço urbano configura muito bem nesse papel de proporcionar proximidades.

Assim, o artista habita as circunstâncias dadas pelo presente para transformar o contexto de sua vida (sua relação com o mundo sensível ou conceitual) num universo duradouro. Ele toma o mundo em andamento: é um locatário da cultura. O espectador habita o espaço instalado e experimenta sensorialmente uma duração que não é necessariamente comparti-

lhada, e sim única e particular.

A entrada de uma pessoa modifica instantaneamente e inconscientemente aquela que estava só (BOURRIAUD.2009a) e modifica o espaço de consumo privado. a exposição é o local privilegiado onde surgem essas coletividades instantâneas.

Assim, a arte assume com frequência uma postura de reivindicação: o corpo na cidade contemporânea é negado, rejeitado, neutralizado, funcionalizado em exagero (CAUQUELIN.2005). Para Xavier “A humanidade ainda está aprendendo a linguagem rica e colorida do gesto, do movimento e da expressão facial”(XAVIER.2003.p.79).

É o ritmo das multidões que produz a linguagem secreta das coisas mudas, ou a linguagem secreta dos gestos. “O gesto não é só uma projeção exterior da emoção, é também o que a deflagra” (XAVIER.2003.p.82).

Segundo Bourriaud (2009a) os artistas relacionais apreendem seus trabalhos de um ponto de vista triplo, onde tentar aliar valor estético, histórico e social, levantando questões como: como “traduzi-los” materialmente?, como se inscrever num jogo de referências artísticas? e como encontrar uma posição coerente no estado atual da produção e das relações sociais?

Para Walter Benjamin (1975) existem, em todas as artes, uma parte física que não pode mais ser encarada e tratada como antes, que não pode mais ser omitida/eliminada dos processos artísticos, segundo ele é preciso estar ciente de que, se essas tão imensas inovações transformaram toda a técnica das artes e, nesse sentido, atuam sobre a sua própria invenção elas devem, possivelmente, ir até ao ponto de modificar a própria noção de arte.

A arte produzida hoje é feita com as ferramentas do nosso tempo, assim como bem coloca Arlindo Machado (2007), produzimos uma arte que se incorpora nas engrenagens sociais e reflete as suas demandas por expressão e comunicação.

Se para Benjamin (1975) devemos ver com muito cuidado a perda da aura artística, por não possuir vestígio algum de sua função ritualista, que é baseado na sua unicidade. O ser humano seria seu próprio read made, e em consonância com a articulação de Machado (2007), o surgimento de novas técnicas, indica um desejo coletivo de criar novos espaços de convívio e de inaugurar novos tipos de contato com o objeto cultural, neste



caso de uma formação de relações de convívio.

Pensar que as obras propõem enredos e que a arte é uma forma de uso do mundo, uma negociação infinita entre pontos de vista. De outro modo poderíamos dizer que o espaço visado tende a sugerir sua própria extensão para fora dos limites do quadro, ou também a apontar para um espaço não visível.

Estes trabalhos relacionais pretendem a construção de espaço-tempo próprios, onde o tempo é visto como resultado das relações humanas, de sua circulação e de seus afetos.

Para Cauquelin (2005.p.142), “o conteúdo real da obra é sua experiência temporal”, ela nos dá material abrangente para debatermos sobre o papel e interação social que a arte contemporânea tem para a sociedade de hoje, pois a tendência é de que o espectador não aceita uma obra cinematográfica que é dada apenas uma vez. A imagem para Benjamin (1975) associa de modo bem estreito as duas feições da obra de arte: a sua unidade e a sua duração.

Portanto a minha percepção não é uma soma de dados visuais, táteis ou auditivos, percebo com o meu ser total, capto uma estrutura única da coisa, uma maneira única de existir, que fala, simultaneamente, a todos os meus sentidos.

Portanto criam-se novas realidades e novas vidas, inserir um objeto num novo enredo, considerando-o como uma personagem numa narrativa. É a prática da deriva que nos interessa, o vagar, se perder e chegar (BENJAMIN.1985). Nada é duradouro, tudo é movimento, o trajeto entre dois pontos é mais importante que o próprio ponto, e “os encontros são mais privilegiados do que os indivíduos postos em contato” (BOURRIAUD.2009b.p.54).

A percepção muda nossa maneira de narrar, viver e morrer. O espaço em que se apresentam é o da interação, o da abertura que inaugura todo e qualquer diálogo. O que ela produz são espaços-tempos relacionais, experiências inter-humanas, são lugares onde se elaboram socialidades alternativas, modelos críticos, momentos de convívio construído.

O que se propõe aqui são estados de encontros fortuitos, onde podemos celebrar a imaterialidade, numa receptividade coletiva, produzindo significados e relações que perduram mais tempo e vão mais longe que o próprio espetáculo, provocando ecos que contaminam a vida.

O futuro das artes está possivelmente nessa percepção de que o

diálogo é a forma definitiva de qualquer obra de arte, qualquer obra se encerra no espectador, alimentar essa comunicação e extrair da obra aquilo que mais interessa, que é a experiência estética, pode nos dar ferramentas para mudar nosso conceito do que é arte, e possivelmente transformar o espectador em artista também.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. in: Textos Escolhidas. São Paulo, Ed. Abril, 1975.

_____. O Narrador. In: Obras Escolhidas 1. Magia e técnica, arte e política. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1985.

BOURRIAUD, Nicolas. Estética Relacional. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Martins Fontes 2009a.

_____. Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo. Trad. Denise Bottmann. São Paulo, Ed. Martins Fontes, 2009b.

CAUQUELIN, Anne. Arte Contemporânea: uma introdução. Trad. Rejane Janowitz. São Paulo: Martins Fontes 2005.

DELEUZE, Gilles. A Imagem - Tempo. Trad. Eloisa de Araujo Ribeiro. São Paulo, Ed. Brasiliense, 2005.

FLORES, Livia. Como fazer cinema sem filme. Revista Arte&Ensaios 15. Arte e Ensaio, v.15, p.26-33, 2007.

MACHADO, Arlindo. Arte e Mídia. Rio de Janeiro. 3ª Edição. Editora Jorge Zahar, 2010.

MACIEL, Kátia. O cinema “fora da moldura” in: FURTADO, Beatriz (Org.). Imagem Contemporânea: cinema, TV, documentário, fotografia, videoarte, games.... São Paulo, Ed. Hedra, 2009

MURCH, Walter. Num piscar de olhos: a edição de filmes sob a ótica de um mestre. Trad. Juliana Lins. Rio de Janeiro. Editora Jorge Zahar, 2004.

XAVIER, Ismail (Org.). A Experiência do cinema: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilmes; 3ª Edição, 2003.

_____. O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência. São Paulo, Paz e Terra; 4ª Edição, 2008.

*Mestre em Ciência da Arte pela Universidade Federal Fluminense, com trabalhos em cinema e em arte contemporânea.
nycolasalbuquerque@yahoo.com.br



THE FUTURE OF CONTEMPORARY ART IS IN DIALOGUE?

Nicolas Albuquerque*

ABSTRACT: The arts have always played an important role in society, its relationship with politics and the market has always been direct, in recent decades we have seen the artistic expressions move closer to the experience than the way, to where contemporary art walks, which booked the future her and how art can be experienced to the point of not having more artistic objects and events yes, these are the subjects covered in this article, which investigates how to formulate a relational work.

KEYWORDS: Contemporary art, Relational esthetic, Language.

In this book *Relational Aesthetics* (BOURRIAUD, 2009a) presents us with the possibility that art takes as its theoretical horizon the realm of human interactions and its social relations, rather than its symbolic space but a modification of aesthetic objectives, cultural and political postulates by modern art.

What interests us in this paper is to know the art and its processes unfold in time of the event, aimed at an audience that is called by the artist. The work generates its own temporal-

ity and causes casual encounters and provides meeting places "that constitutes the field of art and founded its relational dimension" (Bourriaud, 2009a, p.42).

For Bourriaud (2009a), artists who propose to make a work performing relational moments and produce objects of sociality. It is art that makes art, not artists. The artists were the catalysts service laws that exceed your domain, because the result is never presumed.

The artwork is intended to be

more relational than its mere presence in space, she calls the dialogue, it requires a form of negotiation between humans, taking place in the here and now. It no longer attempts to idealize and utopias rather build concrete spaces and experienced. The relational art is oriented in flexible processes that govern the common life.

For Duchamp, "is the observer who makes the picture" (Cauquelin, 2005, p.98). He intended to circumvent the physical existence of the

object in favor of the act of choice, suggesting that the work was the gesture and not the object. To Cauquelin (2005), art is the symbolic meeting place, unifying the differences, which should play the role of liaison and serve as a substitute for political consensus. It should allow the society can develop differently, looking for opportunities to reduce or even annihilate boundaries.

Therefore art to Duchamp had no intentional content (CAUQUELIN, 2005), it was only in relation to where the work was being displayed. Work that was a banal object already present in the world, ever manufactured. The artist's intention is to display it, marking their shift very well, making it clear that this artefact was removed from its "normal" to inhabit another space, the art.

The guy disappears communicating over a global communication production (Bourriaud, 2009a), where relations are determined by the structures given by social conventions that mark very well spaces and belongings.

What works are relational propose a modification of this museum space over to a new way of relating, not only among the bystanders beings, but also in relation to the work itself that changes their status, transfers the aura of the work for public uses and given the ready, as does Duchamp.

For Livia Flores (2007,p.31), "the gallery itself is a gap in the urban fabric." Museums and galleries are still mediated spaces at a certain relationship, a way of living preset for a specific audience.

If the artworks are still mediated by institutionalized spaces, which the future of contemporary art? If art does not answer those questions that most modern art postulated, what is their role in today's society?

If modernity brought up on the insignia of the emancipation of subjectivity; industrial development and technological acceleration that redefine (confusingly) the perception of time and space. Therefore, a work relational it is the movement, particularly the dynamic future present.

But as politicizing the debate of artistic consciousness in the era of mechanical reproduction. We believe that to Benjamin (1975) the context does not imply the end of creation, but redefining modes of forming, narrating and experiencing.

The narrative does not end and the author reflects on the ways and (re) transmission modes, ie, the comunicabililidade of experience,

mass, aesthetic or anesthetized. Looking someone, especially when he is watching us, can erect barriers, including built by stereotypes.

The art comes from the commercial regime that ruled the foundations of modern art for the communication scheme, which is intended as a theoretical foundation for contemporary art (Cauquelin, 2005). The art today represent an exchange activity that could not be adjusted for any currency, it should be distribution of sense in the wild. That is to say, an exchange determined by the shape of the work itself.

It thus appears that the interest in the works relational processes, where human interaction produces the work. If more and more works of art move away from the public and there are new museums and galleries, it's because they do not communicate directly with the company (CAUQUELIN.2005).

“Humanity is still learning the rich and colorful language of gesture, movement and facial expression” (XAVIER.2003.p.79)

“Spending the information in a communication network is also manufacturing it” (CAUQUELIN, 2005, p.67) and manufacture new sociability is to produce new meanings of collectivity. Urban space sets very well in that role of providing nearby.

Thus, the artist inhabits the given circumstances at present to change the context of his life (his relationship with the sensible world or conceptual) in a universe endures. He takes the world in progress: it is a tenant of culture. The viewer inhabits the space and installed a duration sensory experience that is not necessarily shared, but unique and particular.

The entry of a person modifies instantly and unconsciously that he was alone (BOURRIAUD.2009a) and modifies the space of private consumption. Exposure is the privileged place where these collectives arise instant.

Thus, art often assumes a posture of

claim: the body in the contemporary city is denied, rejected, neutralized, functionalized exaggeration (CAUQUELIN.2005).

For Xavier "Humanity is still learning the rich and colorful language of gesture, movement and facial expression" (XAVIER.2003.p.79).

It's the rhythm of the crowds that produces the secret language of dumb things, or the secret language of gestures. "The gesture is not just a projection outward emotion, is also what triggers" (XAVIER.2003.p.82).

According to Bourriaud (2009a) relational artists perceive their jobs a triple point of view, where you try to combine aesthetic, historic and social, raising questions as: how to "translate" them physically?, How to enroll in a game of artistic references? and how to find a coherent position on the current state of production and social relations?

For Walter Benjamin (1975) exist in all the arts, a physical part that can no longer be regarded and treated as before, that cannot be omitted / deleted the artistic processes, he must be aware that, if these so immense innovations transformed the whole technique of the arts and, accordingly, act on their own invention they should possibly go so far as to change the very notion of art.

The art produced today is made with the tools of our time, as well puts Arlindo Machado (2007), produced an art that incorporates the gears and reflect their social demands for expression and communication.

If for Benjamin (1975) we see very carefully the loss of artistic aura, has no trace of his ritualistic function, which is based on its uniqueness. The human would read their own made, and in line with the articulation of Machado (2007), the emergence of new techniques, indicates a collective desire to create new living spaces and open new kinds of cultural contact with the object, in this If a formation of coexistence relations.

Thinking that the works proposed plots and that art is a way to use the world, an endless negotiation between views. Otherwise we could say that the target space tends to suggest its own extension beyond the limits of the frame, or even to point to an area not visible.

These works relational intend to build its own space-time, where time is seen as a result of human relationships, their movement and their affects.

To Cauquelin (2005.p.142) "the actual content of their work is temporal experience," it gives us stuff com-



prehensive debate on the role and social interaction that contemporary art has on society today, because the trend is that the viewer does not accept a cinematographic work that is given only once. The image to Benjamin (1975) combines so well the two narrow features the work of art: its unity and its duration.

So my perception is not a sum of data visual, tactile or auditory, I realize with my whole being, I grasp a unique structure of the thing, there is a unique way that speaks simultaneously to all my senses.

So it creates new realities and new lives, insert an object into a new storyline, considering it as a character in a narrative. It derives from the practice that interests us, the wander, get lost and get (BENJAMIN, 1985). Nothing is permanent, everything is moving, the path between two points is more important than the point itself, and "encounters are more privileged than individuals placed in contact" (BOURRIAUD, 2009b, p.54).

The perception changes our way of narrating, live and die. The space in which the interaction is present, the opening that opens any dialogue. What it produces are spacetimes relational experiences interhuman are places where elaborate socialities alternative models critical moments of conviviality built.

What is proposed here are states of chance encounters, where we celebrate the immateriality, a collective receptivity, producing meanings and relationships that last longer and go further than the spectacle itself, causing echoes that contaminate their lives.

The future of the arts is perhaps this realization that dialogue is the final form of any work of art, any work ends in spectators, food and extract the communication of the work that matters most, which is the aesthetic experience, can give us tools to change our concept of what art is, and possibly transform the viewer into an artist too.

REFERENCES

- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. in: Textos Escolhidas. São Paulo, Ed. Abril, 1975.
- _____. O Narrador. In: Obras Escolhidas 1. Magia e técnica, arte e política. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1985.
- BOURRIAUD, Nicolas. Estética Relacional. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Martins Fontes 2009a.
- _____. Pós-produção: como a arte

reprograma o mundo contemporâneo. Trad. Denise Bottmann. São Paulo, Ed. Martins Fontes, 2009b.

CAUQUELIN, Anne. Arte Contemporânea: uma introdução. Trad. Rejane Janowitz. São Paulo: Martins Fontes 2005.

DELEUZE, Gilles. A Imagem - Tempo. Trad. Eloisa de Araujo Ribeiro. São Paulo, Ed. Brasiliense, 2005.

FLORES, Livia. Como fazer cinema sem filme. Revista Arte&Ensaio 15. Arte e Ensaio, v.15, p.26-33, 2007.

MACHADO, Arlindo. Arte e Mídia. Rio de Janeiro. 3ª Edição. Editora Jorge Zahar, 2010.

MACIEL, Kátia. O cinema "fora da moldura" in: FURTADO, Beatriz (Org.). Imagem Contemporânea: cinema, TV, documentário, fotografia, videoarte, games.... São Paulo, Ed. Hedra, 2009

MURCH, Walter. Num piscar de olhos: a edição de filmes sob a ótica de um mestre. Trad. Juliana Lins. Rio de Janeiro. Editora Jorge Zahar, 2004.

XAVIER, Ismail (Org.). A Experiência do cinema: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilmes; 3ª Edição, 2003.

_____. O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência. São Paulo, Paz e Terra; 4ª Edição, 2008.

*Master in Science of the Arts at Universidade Federal Fluminense. Working with films and contemporary art. nycolasalbuquerque@yahoo.com.br



CIÊNCIA E ESPIRITUALIDADE OS CAMINHOS PARA A CIÊNCIA DO FUTURO

Eduardo Barros*

Existem três perguntas que o ser humano ainda não conseguiu responder satisfatoriamente, mesmo com todos os avanços em todas as áreas do conhecimento humano. De onde vim? Para onde vou? O que representa esse estágio de vida, pisando no solo do planeta Terra? Perguntas não respondidas até os dias atuais! Conseguimos proezas até então inimagináveis, tais como pisar na Lua (nosso satélite natural), clonamos uma ovelha, mandamos tripulações robóticas para Marte, satélites artificiais rondam a Terra, assistimos verdadeiros “milagres” na área da engenharia genética, conseguimos com o trabalho de muitos pesquisadores da ciência médica erradicar muitas doenças, estamos buscando a cura da AIDS, doença que já dizimou muitas vidas, conseguimos confeccionar mísseis de longo alcance, fomos capazes de confeccionar armas nucleares capazes de destruir o planeta Terra várias vezes, e ainda tecnologia mais avançada para confecção de artefatos bélicos, com a finalidade de exterminar vidas humanas. Depois desse cenário de tantos avanços e descobertas, fica a pergunta: Para onde caminha a humanidade? Aonde chegaremos com nossa insana vontade de vencer o nosso semelhante? Vivemos num planeta em completa crise, um verdadeiro cenário de guerra, crise financeira, crise ambiental e nesse exato momento, caro leitor, vidas humanas estão sendo dizimadas em vários focos de guerra espalhados pelo planeta, vidas inocentes, pois não são apenas os militares que

padecem por esses confrontos. Crianças, mulheres e idosos, todos pagam com suas próprias vidas, pagamos um preço muito alto pela ausência de paz no planeta Terra. O que estamos fazendo para mudar esse cenário? Quais caminhos precisaremos trilhar para não mais seguir na crise? Estamos no fim? Ou no recomeço de uma nova era? Enquanto isso, os organismos internacionais já se posicionaram assegurando que se continuarmos

“ Não existe um caminho para a paz, a paz é o caminho.”
(Mahatma Gandhi)

consumindo do planeta da forma como operamos, acabaremos em meados do século XXI. O nível de consumo, do norte-americano, por exemplo, só comportaria no planeta Terra 1,5 bilhão de habitantes, já se conseguíssemos consumir como um indiano teríamos condições de abrigar 15 bilhões de pessoas. Nesse exato momento, estima-se que quase 1 bilhão de pessoas vivem abaixo da linha da pobreza. Possuímos mais perguntas do que respostas, são verdadeiros e grandes enigmas, aparentemente indecifráveis, e mais uma vez perguntamos: para onde caminha a humanidade? E de quem é a culpa para todos esses estragos? Da ciência? A ciência tem contribuído para o nosso crescimento, ao menos para uma parcela da população global. Só poderemos realmente

evoluir com segurança quando a ciência estiver aliada à espiritualidade. Espiritualidade aqui não deverá ser simplesmente confundida com religião, uma vez que transcende as religiões, pois esse último movimento é mais humano do que divino e ainda promove guerras e dissensões. Precisamos caminhar com mais tranquilidade e segurança, para uma transição saudável. Conseguiremos? Eu ainda acredito que sim! Como diz o trecho de Em Tudo Que é Belo do cantor e compositor Jorge Vercilo, “eu ainda acredito num futuro mais bonito, que o novo é bem vindo e o amor é infinito.” A esperança está na aliança dessas duas grandes áreas do conhecimento humano: ciência e espiritualidade. Sobretudo quando a ciência se humaniza e se mune de valores que evoquem a paz. Como dizia Mahatma Gandhi: “não existe um caminho para a paz, a paz é o caminho!” Será assim o caminho de uma ciência mais humanizada no futuro ou então padeceremos! A escolha está em nossas mãos!

*Mestrando em Psicologia Organizacional, professor universitário, professor da pós graduação da UFPE, palestrante empresarial, professor de Oratória, membro do grupo de estudos Ciência e Espiritualidade da Faculdade IBGM, palestrante na I Semana de Cultura de Paz da UFPE e Coordenador da mesa com o Lama Budista Padma Santem na II Semana de Cultura de Paz da UFPE.
oratoria_falesemmedo@yahoo.com.br



SCIENCE AND SPIRITUALITY THE PATHS TO THE SCIENCE OF THE FUTURE

Eduardo Barros*

There are three questions that man has yet to answer satisfactorily, even with all the advances in all areas of human knowledge, where did I come from? Where am I going to? What is this life stage, stepping on the soil of the planet Earth? Questions not answered until today! Managed prowess hitherto unimaginable feats as we step on the moon (our moon), we cloned a sheep, sent crews to Mars robotic, artificial satellites roam the Earth, watch true "miracles" in the area of genetic engineering, we work with many researchers in medical science eradicate many diseases, we are seeking a

“There is no way to peace, peace is the way.”
(Mahatma Gandhi)

cure for AIDS, a disease that has claimed many lives, we fabricate long-range missiles, nuclear weapons, we were able to fabricate nuclear weapons capable of destroying Planet Earth several times, and even more advanced technology for making war artifacts, in order to exterminate human life. After this scenario so many advances and discoveries, the question remains: To walk where humanity? Where will arrive with our insane desire to win our neighbor? We live on a planet in complete crisis, a real war scenario, financial crisis, environmental crisis, and right now you dear

reader reads this article, human lives are being decimated in various spots around the planet of war, innocent lives, not because only the military who suffer for these confrontations, children, women and elderly, all pay with their own lives, we pay a heavy price for the lack of peace on planet Earth. What are we doing to change that? What paths do not need to walk more to follow in crisis? We are at the end? Or the beginning of a new era? Meanwhile international agencies already positioned themselves, "if we continue consuming the planet the way we are doing, we will end by mid-century." The level of consumption, for example, North American, just behave on Earth 1.5 billion people, now if we could consume as an Indian conditions would house 15 billion people, stepping on the soil of the planet, and right now dear reader, it is estimated that nearly 1 billion people are living below the poverty line, a total of 7 billion. We have more questions than answers are true and great puzzles, seemingly indecipherable, and once again asked to walk where humanity? And who's to blame for all the damage? Science? Science has contributed to our growth, at least for a portion of the global population, we can only really safe when science is combined with spirituality, and spirituality here should not be mistaken as simply a religion, spirituality transcends religions, because this last movement is more human than divine that still promotes wars and dissensions. We need to walk with more ease and assurance for a healthy transition, will

succeed? I still think so! As the piece of music singer and songwriter Jorge Vercilo, in everything that is beautiful! "I still believe in the future more beautiful, that is the new welcome and love is infinite." Hope is the alliance of these two major areas of human knowledge, Science and Spirituality, when science more humane and full of human values and evoking peace. As Mahatma Gandhi said: "there is no way to peace, peace is the way!" It will thus be the path of a more humanized science in the future, or else we will suffer! The choice is in our hands!

*Master in Organizational Psychology, Professor of Oratory and member study group Science and Spirituality at IBGM.
oratoria_falesemmedo@yahoo.com.br



POR QUE ESTUDAR A GERAÇÃO Y E SEU FUTURO PROFISSIONAL?

Carina Pessoa Santos*

RESUMO: Este ensaio tem como objetivo problematizar e justificar a proposta de pesquisa lançada pela autora no edital do laboratório do futuro, acerca dos sentidos compartilhados por jovens da geração Y no que diz respeito a seu futuro profissional. Trata-se de pesquisa em andamento, que vem sendo desenvolvida com apoio da Faculdade IBGM.

PALAVRAS-CHAVE: Geração Y, futuro, empregabilidade.

Este breve ensaio tem como objetivo problematizar e justificar a proposta de pesquisa lançada pela autora no edital laboratório do futuro “A geração Y e seu futuro profissional: um estudo em representações sociais”, e que vem sendo desenvolvida com apoio da Faculdade IBGM². O estudo das gerações é tema caro à Psicologia, especialmente na atualidade, considerando-se a possibilidade de convivência de diferentes gerações no mesmo espaço, como tem se observado no ambiente de trabalho. Feixa e Leccardi (2010), com o intuito de repensar historicamente o conceito de geração, afirmam que esta noção foi desenvolvida em três momentos. Inicialmente, em meados de 1920, no período entre guerras, partia-se da noção de revezamento

geracional, considerando-se a sucessão e coexistência de gerações. Durante a década de 1960, assumiu-se a noção de problema geracional, destacando-se a existência de conflitos entre as gerações. E, a partir da década de 1990, com a emergência da sociedade em rede, tem-se a noção de sobreposição geracional, que corresponde à ideia de que os jovens são mais habilidosos do que as demais gerações no que diz respeito à tecnologia digital.

É interessante ressaltar que a delimitação das gerações não coincide unicamente com aspectos cronológicos. Não se trata de um tempo quantitativo, mas qualitativo, que é vivido e constitui cada indivíduo (BORGES; MAGALHÃES, 2011). Como destacam as autoras citadas, o conce-

ito de geração refere-se a pessoas que, nascidas em uma mesma época, vivem e partilham os mesmos acontecimentos e experiências históricas. Essa possibilidade de experiência comum dá origem a uma consciência, que permanece presente no curso de suas vidas, influenciando a maneira como percebem e experimentam novos acontecimentos. Assim, os membros de uma geração estão unidos em razão de um fenômeno social e o critério cronológico é tomado de maneira a situar os indivíduos em períodos históricos, mas não é suficiente para distinguir grupos de pessoas, no que diz respeito às suas experiências de vida, à construção de suas visões de mundo e diferentes modos de inserção no corpo social.

No que diz respeito à divisão entre

²O desenvolvimento da referida pesquisa conta com a participação dos alunos Marcos Antônio Cordeiro (2º período do curso de Gestão em Recursos Humanos); Desiree Bueno (2º período do curso de Gestão em Recursos Humanos) e Francisco Luft (Especialização em Gestão empresarial e comunicação), integrantes do grupo de estudo “A geração Y e seu futuro profissional”, coordenado pela autora.

as gerações, não são encontrados consensos, principalmente no que concerne aos aspectos cronológicos. De maneira geral, tais compreensões se fundamentam em eventos históricos que influenciaram profundamente os valores e a visão de sua época.

Chiuzi, Peixoto e Fusari (2011) apresentam, com base nas ideias de Washburn, cinco gerações, inspiradas em eventos que marcaram a cultura americana.

Segundo as autoras, a geração da infância (nascidos entre 1901 e 1925) sobreviveu à grande depressão e lutou na Segunda Guerra. É marcada por uma jornada heroica e acredita na virtude do cidadão e na mobilidade social, tendo como características a cidadania e o agrupamento fraternal/social. A geração silenciosa (nascidos entre 1926 e 1945) admirava a geração anterior, convivendo com o senso de patriotismo e sacrifício próprio

pelo bem comum; define-se pelos princípios de ordem, lei, fé e patriotismo. A geração baby boomer (nascidos entre 1945 e 1964), é marcada por um crescimento populacional e formou-se com base em princípios moralistas, mas não aceita facilmente o autoritarismo ou princípios institucionais sobre moral e ética. Marcados pelo individualismo, não costumam sacrificar prazeres pessoais em prol do grupo. A geração X (nascidos entre 1965 e 1981) é marcada pela insegurança de um mundo que muda rapidamente e de maneira contínua, valorizando a experiência e aproximando-se dos familiares e de fortes círculos de amizade. A geração Y (nascidos entre 1982 e 2003) cresceu em meio tecnológico e não possui memória de um tempo em que a tecnologia não existia massivamente.

No Brasil, Oliveira (2010) destaca a geração belle époque (nascidos entre 1920 e 1940), marcada pelas dificuldades econômicas e pelas Guerras, jovens com forte sentimento de que a sua missão era reconstruir a sociedade. No ambiente de trabalho, essa geração apresenta algumas características, como ser diligente e fiel ao emprego; respeitar as autoridades e as regras; colocar o dever antes do prazer, já que nada pode ser alcançado sem paciência e muito sacrifício. A geração baby boomer (nascidos entre 1945 e 1960), marcada pelo cenário do pós-guerra e nascida nos chamados Anos Dourados, cresceu em um ambiente social mais tranquilo do que a belle époque, em que a sociedade estava sendo reconstruída em alta velocidade. A educação desses jovens foi abalizada por um

conceito de disciplina rígida, sendo levados e respeitar os valores familiares e a disciplina nos estudos e trabalho. Devido à rigidez e disciplina impostas aos jovens, foi se desenvolvendo um sentimento de contestação e transgressão.

A geração X (nascidos entre 1960 e 1980) vivenciou um tempo de revoluções, patrocinado pela geração baby boomer. No Brasil, líderes políticos e religiosos, jornalistas, professores etc. foram perseguidos por criticar decisões impostas pelo governo da ditadura. A televisão foi um marco na educação das crianças da geração X, de maneira que assistir à TV tornou-se um evento familiar, moldando rotinas e comportamentos. O jovem da geração X desenvolveu uma atitude autossuficiente, cética e egocêntrica, priorizando o trabalho e a estabilidade financeira. A geração Y (nascidos entre 1980 e 1999) nasceu em organizações familiares mais flexíveis, com pais solteiros e/ou separados, ou mesmo vivendo com os dois pais, que passam longos períodos fora de casa. O videogame foi um marco na educação desta geração que, desde muito jovem, aprendeu a competir e a aceitar desafios de bater recordes nos jogos. Com a popularização da internet, essa geração passou a ser ainda mais estimulada por desafios e informações. Os pais da geração Y estimulam nos filhos a competitividade, buscando formá-los para um mercado de trabalho cada vez mais restritivo e exigente.

No âmbito empresarial, esses aspectos geracionais tem sido alvo de conflitos. Lancaster e Stillman (2011) destacam a presença de choques entre gerações, de maneira que algumas características que a geração Y tem levado ao ambiente de trabalho, tais como: dependência, dificuldade de aceitar seus erros e de assumi-los e necessidade de feedback constante; estão causando desconforto entre os colaboradores de gerações anteriores. Contudo, tais colaboradores parecem reconhecer a competência e criatividade dos jovens da geração Y, sentindo-se inclusive, em determinadas situações, talvez até intimidados diante da extensa formação profissional e da facilidade dos jovens com relação ao domínio de idiomas estrangeiros e das atuais tecnologias de comunicação. Logo, reconhecem a importância de agregar tais talentos às suas empresas, ao mesmo tempo em que consideram a necessidade de proporcionar treinamento e cuidado intenso aos jovens da geração Y.

Buscando subsídios para compre-

ender e facilitar a convivência entre gerações dentro das empresas, Lancaster e Stillman (2011) identificam o "Fator M", constituído por sete tendências que formaram a geração Y e a acompanham no contexto do trabalho. São elas: a educação no lar, já que essa geração é composta por filhos superprotegidos, criados para serem os melhores em tudo, de forma que a dependência dos pais é levada para o contexto de trabalho; garantia de direitos, posto que os membros da geração Y foram criados ouvindo muitos elogios, levando expectativas de tratamento especial para o mercado de trabalho; significado, já que buscam um emprego que tenha valor e contribua para a empresa, país e/ou comunidade; grandes expectativas, no que diz respeito à realização e sucesso pessoal e profissional; necessidade de dinamismo, devido ao rápido acesso a uma grande quantidade de informações; redes sociais, já que esses jovens, a partir desses recursos, estão redefinindo os parâmetros das relações pessoais e de consumo; e colaboração, posto que essa geração sempre foi ensinada a argumentar e negociar seus interesses.

Corroborando essas ideias, em pesquisa acerca da percepção dos jovens da geração Y em relação ao conceito de trabalho, Basso, Veriguine e Soares (2010) destacam que a maioria dos 95 participantes do estudo relacionou o trabalho a aspectos positivos, de maneira que esta geração parece resgatar as características prazerosas e humanas do trabalho, destacando a necessidade de se sentirem felizes e satisfeitos, atuando no que gostam, em detrimento das condições de alienação e fragmentação de tarefas. Dessa forma, os jovens buscam identificação com o trabalho, realização, satisfação, prazer, bem estar, reconhecimento e integração. Foja (2009) encontrou resultados semelhantes em jovens da geração Y que ocupam posições de liderança. Assim, a autora destaca que os participantes de sua pesquisa demonstram comprometimento com as organizações, na medida em que reconhecem nelas a presença de valores como justiça e lealdade. No entanto, demonstram pouca maturidade para atuar como líderes, o que exige treinamento e suporte constantes.

Dessa forma, destaca-se que a geração Y é parte do presente e constituirá o futuro das organizações, na medida em que terá cada vez mais participação no mercado de trabalho e participará da formação das gera-

ções subsequentes. Os jovens da geração Y, segundo Oliveira (2011, p. 11), “são os primeiros a se beneficiar do futuro, pois chegam à vida adulta contando com uma série de facilidades que não eram possíveis ou não estavam disponíveis no passado”.

Portanto, o estudo das concepções desta geração acerca de seu futuro profissional é fundamental para se compreender e se preparar para as mudanças que esses jovens começam a implantar no mercado de trabalho. Segundo Paredes e Pecora (2004, p. 49), “O futuro caracteriza-se por ser a instância das aspirações, desejos, medos, preocupações e esperanças”.

Na era da informação, o mercado de trabalho tem se tornado cada vez mais competitivo e o emprego vem se caracterizando como mais flexível, mutável, parcial e virtual. Esses aspectos exigem dos trabalhadores investimentos na empregabilidade, entendida como capacidade de conquistar e manter um emprego em uma organização (CHIAVENATO, 2004). Como afirma Oliveira (2011), a hipercompetitividade, instalada no mercado de trabalho a partir de 1990, promoveu rupturas unilaterais de contratos, na medida em que funcionários leais foram substituídos por profissionais mais qualificados. Esse aspecto instaurou a necessidade de cuidar do próprio desenvolvimento profissional para garantir a empregabilidade. Faz-se necessário, portanto, que o profissional esteja aberto a novas oportunidades.

Em pesquisa acerca dos sentidos compartilhados por estudantes adolescentes e pré-adolescentes acerca de seu futuro, Paredes e Pecora (2004) constataram elementos que parecem se configurar com base nas temáticas: estudo, felicidade, saúde, profissão e emprego. Os participantes destacam a necessidade de primeiramente estudar, sendo o “estudo” entendido como saída e possibilidade para alcançar um futuro melhor. O “estudo” serve também de ancoragem para a realização no trabalho, já que, sem ele, não haveria colocação no mercado e, sem trabalho, “você não é ninguém”.

Assim, considerando a importância atribuída ao trabalho, no que diz respeito ao sentimento de realização pessoal, como também a mudança no perfil do emprego, o futuro profissional parece um aspecto polêmico para os jovens da geração Y, que estão ingressando no mercado de trabalho, com muitas expectativas, principalmente no que diz respeito ao sentido de sua profissão. Portanto, foi propos-

to um estudo acerca dos sentidos compartilhados por jovens da geração Y acerca de seu futuro profissional. Defende-se que pesquisas como a proposta permitem conhecer melhor o perfil deste profissional e suas crenças com relação à profissão. Oferece também aos gestores e possíveis empregadores da geração Y informações acerca do que os jovens esperam encontrar e alcançar em sua vida profissional.

O interesse pelo tema advém do fato de a própria pesquisadora fazer parte da geração Y e trabalhar com jovens de tal geração. Esse aspecto apontou a necessidade de contextualizar as características de tal grupo, na medida em que se reconhecem seus talentos e potencialidades, mas também suas limitações, no sentido de aprimorá-los profissionalmente.

Assim, fundamenta-se o seguinte questionamento de pesquisa: “quais os sentidos construídos e compartilhados por jovens da geração Y em relação ao seu futuro profissional?”.

REFERÊNCIAS

BASSO, C.; VEREQUINE, N. R.; SOARES, D. M. P. A percepção dos jovens da geração Y sobre o conceito de trabalho. In: Anais da I Jornada Internacional de Práticas Clínicas no Campo Social. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 03 a 05 de novembro, 2010, s/p.

BORGES, C. de C. Laços intergeracionais no contexto contemporâneo. Estudos de Psicologia, v. 16, n. 02. Natal, Maio/Ago, 2011.

CHIAVENATO, I. Recursos Humanos: o capital humano das organizações. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIUZI, R. M.; PEIXOTO, B. R. G.; FURASI, G. L. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. Temas em Psicologia, v. 19, n. 02. Ribeirão Preto, dez 2011.

FEIXA, C.; LECCARDI, C. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. Sociedade & Estado, v. 25, n. 02. Brasília, maio/ago, 2010.

FOJA, C. R. O sentido do trabalho para a geração Y: um estudo a partir do jovem executivo. São Bernardo do Campo: Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Metodista de São Paulo, 2009 [Dissertação].

LANCASTER, L. C.; STILLMAN, D. O Y da questão: como a geração Y está

transformando o mercado de trabalho. São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, S. Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes. 5 ed. São Paulo: Integrare Editora, 2010.

_____. Geração Y: ser potencial ou ser talento? Faça por merecer. São Paulo: Integrare Editora, 2011.

PAREDES, E. C.; PECORA, A. R. Questionando o futuro: as representações sociais de jovens estudantes. Psicologia: Teoria e Prática. Edição Especial, 2004, p. 49-65.

*Psicóloga, doutoranda em Psicologia pela UFPE, bolsista CAPES, pesquisadora do Laboratório de Interação Social Humana/Labint - UFPE. cari_psi@hotmail.com



THE REASON TO STUDY THE GENERATION Y AND ITS PROFESSIONAL FUTURE

Carina Pessoa Santos*

ABSTRACT: This essay aims to discuss and justify the research proposal released by the author in the announcement of the laboratory of the future, upon the meanings shared by young people of Generation Y with respect to their professional future. This is ongoing research, which is being developed with support from the IBGM College.

KEYWORDS: Generation Y, Millennial Generation, Future, Employability.

This brief essay aims to discuss and justify the research proposal released by the author in the announcement of the future lab "Generation Y and its professional future: a study on social representations", which has been developed with the support of the Faculty IBGM². The study of generations is a theme dear to psychology, especially nowadays, considering the possibility of coexistence of different generations in the same space, as has been observed in the workplace. Feixa and Leccardi (2010), in order to rethink the concept of historically generation, say that this concept was developed in three stages. Initially, in mid-1920, in the interwar period, broke up the notion of generational relay, considering the coexistence and

succession of generations. During the 1960s, took up the notion of generational problem, highlighting the existence of conflicts between generations. And, from the 1990s, with the emergence of the network society, we have the notion of generational overlap, which corresponds to the idea that young people are more skilled than other generations with regard to digital technology.

Interestingly, the delimitation of generations not only coincides with the chronological aspects. This is not a time quantitative but qualitative, that is lived and constitutes each individual (BORGES; MAGALHÃES, 2011). As pointed out by the authors mentioned, the concept of generation refers to people born in the same time, live and share the same experiences and

historical events. This possibility of shared experience gives rise to consciousness, which remains present in the course of their lives, influencing the way they perceive and experience new events. Thus, members of a generation are united because of a social phenomenon and the chronology is taken in order to situate individuals in historical periods, but it is not sufficient to distinguish groups of people with respect to their life experiences, the construction of their world views and different ways of entering the social body.

With regard to the division between the generations, are not found consensus, especially with regard to the chronological. In general, such understandings are based on historical events that

² The development of this research with the participation of students Mark Anthony Lamb (2nd period Course Management in Human Resources); Desiree Bueno (2nd period Course Management in Human Resources) and Francisco Luft (Specialization in Business Management and Communication), members of the study group "Generation Y and their professional future," coordinated by the author.

profoundly influenced the values and vision of its time. Chiuzi, Peixoto and Fusari (2011) show, based on the ideas of Washburn, five generations, inspired by events that marked American culture.

According to the authors, the infantry generation (born between 1901 and 1925) survived the Great Depression and fought in World War II.

It is marked by a heroic journey and believes in the power of citizen and social mobility, and features like grouping citizenship and fraternal / social. The Silent Generation (born between 1926 and 1945) admired previous generation, living with a sense of patriotism and self-sacrifice for the common good is defined by the principles of order, law, faith and patriotism. The baby boomer generation (born between 1945 and 1964) is marked by a growing population and formed the basis of moral principles, but not easily accept authoritarianism or institutional principles of morality and ethics. Marked by individualism, not often sacrificing personal pleasures for the group. Generation X (born between 1965 and 1981) is marked by insecurity of a world that changes rapidly and continuously, valuing experience and approaching the strong family and friendship circles. Generation Y (born between 1982 and 2003) grew up in technology and has no memory of a time when technology did not exist massively.

In Brazil, Oliveira (2010) highlights the belle époque generation (born between 1920 and 1940), marked by economic hardship and wars, young people with a strong feeling that his mission was to rebuild society. On the desktop, this generation has some characteristics, such as being diligent and faithful employment, respect authority and rules; put duty before pleasure, since nothing can be achieved without much sacrifice and patience. The baby boomer generation (born between 1945 and 1960), marked by the post-war scenario and born in so-called Golden Years, grew up in a social environment more peaceful than the belle époque, in which society was being rebuilt at high speed. The education of these young people was authoritative for a concept of strict discipline, being led and respect family values and discipline in studies and work. Due to the rigidity and discipline imposed on young people, was developing a sense of challenge and transgression.

Generation X (born between 1960 and 1980) experienced a time of revolutions, sponsored by the baby boomer generation. In Brazil, political

and religious leaders, journalists, teachers etc.. were persecuted for criticizing government decisions imposed by the dictatorship. Television was a milestone in the education of children of Generation X, so that watching TV has become a family event, shaping routines and behaviors. The Young Generation X developed a self-sufficient attitude, cynical and egocentric, prioritizing work and financial stability. Generation Y (born between 1980 and 1999) was born in family organizations more flexible, with single parents and / or separated, or living with both parents, who spend long periods away from home. The game was a milestone in the education of this generation who, from a young age, he learned to compete and accept challenges of hit records in games. With the popularization of the Internet, this generation has become even more stimulated by challenges and information. Parents of Generation Y children in foster competitiveness, seeking to train them for a job market increasingly restrictive and demanding.

Within business, these aspects has been the subject of generational conflict. Lancaster and Stillman (2011) highlight the presence of shocks between generations, so that some features that Generation Y has led to the work environment, such as dependency, difficulty accepting their mistakes and take them and need constant feedback ; are causing discomfort among employees of previous generations. However, such employees seem to recognize the skill and creativity of young Gen Y, feeling even, in certain situations, perhaps intimidated by the extensive training and the ease of young people in relation to the field of foreign languages and technologies today communication. Soon, recognize the importance of adding such talent to their companies, while considering the need to provide training and intensive care of the young generation Y.

Seeking grants to understand and facilitate understanding between generations within companies, Lancaster and Stillman (2011) identify the "M Factor", consisting of seven trends that shaped Generation Y and follow in the workplace context. They are: home education and upbringing, as this generation is composed of overprotected children, designed to be the best in everything, so that the dependence of parents is taken to the work context; guarantee of rights, since generation Y members were raised on many accolades, taking

expectations of special treatment for the labor market, meaning, now seeking a job that has value and contributes to the company, country and/or community; great expectations regarding the completion and personal and professional success; need for dynamism, due to rapid access to a large amount of information, social networks, as these young people from these resources, are redefining the parameters of personal relationships and consumption, and collaboration, since this generation was always taught to reason and negotiate their interests.

Corroborating these ideas in research on the perception of young people of Generation Y in relation to the concept of work, Basso, Veriguine and Soares (2010) point out that most of the 95 study participants related to positive aspects of the work, so that this generation seems to redeem the human characteristics and pleasurable work, highlighting the need to feel happy and satisfied, acting in what they like, rather than the conditions of alienation and fragmentation of tasks. Thus, young people seek identification with the work, achievement, satisfaction, pleasure, well-being, recognition and integration.

Foja (2009) found similar results in young people of Generation Y in positions of leadership. Thus, the author highlights that participants demonstrate their commitment to research organizations, as they recognize the presence in them values such as justice and fairness. However, show little maturity to act as leaders, which requires constant training and support.

Thus, there is that generation Y is part of this and be the future of organizations, in that it will increasingly participates in the labor market and participates in the formation of subsequent generations. The youth of Generation Y, according to Oliveira (2011, p. 11), "are the first to benefit from the future, because arrive at adulthood relying on a series of facilities that were not possible or were not available in the past." Therefore, the study of this generation conceptions about his professional future is essential to understand and prepare for the changes that these young people begin to deploy in the labor market. According Walls and Pecora (2004, p. 49), "The future is characterized by being the instance of the aspirations, desires, fears, concerns and hopes."

In the information age, the labor market has become increasingly competitive and employment has

been characterized as more flexible, changeable, partial and virtual. These aspects require investments in employability of workers, understood as the ability to obtain and keep a job in an organization (CHIAVENATO, 2004). As stated by Oliveira (2011), the hyper competitiveness, installed in the labor market since 1990, promoted ruptures unilateral contracts, in that loyal employees were replaced by more qualified professionals. This aspect introduces the need to take care of their own professional development to ensure employability. It is necessary, therefore, that is open to new professional opportunities.

In research on the senses shared by students teens and pre-teens about their future, Walls and Pecora (2004) found elements that seem to be set based on the themes: study, happiness, health, profession and employment. Participants highlighted the need to study first, and the "study" understood as outgoing and able to achieve a better future. The "study" also serves to anchor the performance at work, since without it, there would be no marketing and no job, "you're nobody."

Thus, considering the importance attached to the work, with regard to the sense of personal achievement, but also a change in the profile of employment, professional future seems a controversial aspect to the youth of Generation Y, who are entering the labor market, with many expectations, particularly with regard to the direction of their profession.

Therefore, we propose a study on the meanings shared by the young generation Y about his professional future. It is argued that the proposal to allow research to better understand the profile of this person and their beliefs regarding the profession. It also provides managers and prospective employers of generation Y information about what young people expect and achieve in your professional life.

Interest in the subject stems from the fact that the researcher being part of Generation Y and work with such young generation. This aspect points out the need to contextualize the characteristics of that group, in that they recognize their talents and potential, but also its limitations, in order to improve them professionally.

So, is based on the following research question: "what are the meanings constructed and shared by young people of Generation Y in relation to their professional future?".

REFERENCES

BASSO, C.; VEREQUINE, N. R.; SOARES, D. M. P. A percepção dos jovens da geração Y sobre o conceito de trabalho. In: Anais da I Jornada Internacional de Práticas Clínicas no Campo Social. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 03 a 05 de novembro, 2010, s/p.

BORGES, C. de C. Laços intergeracionais no contexto contemporâneo. Estudos de Psicologia, v. 16, n. 02. Natal, Maio/Ago, 2011.

CHIAVENATO, I. Recursos Humanos: o capital humano das organizações. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIUZI, R. M.; PEIXOTO, B. R. G.; FURASI, G. L. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. Temas em Psicologia, v. 19, n. 02. Ribeirão Preto, dez 2011.

FEIXA, C.; LECCARDI, C. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. Sociedade & Estado, v. 25, n. 02. Brasília, maio/ago, 2010.

FOJA, C. R. O sentido do trabalho para a geração Y: um estudo a partir do jovem executivo. São Bernardo do Campo: Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Metodista de São Paulo, 2009 [Dissertação].

LANCASTER, L. C.; STILLMAN, D. O Y da questão: como a geração Y está transformando o mercado de trabalho. São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, S. Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes. 5 ed. São Paulo: Integrare Editora, 2010.

_____. Geração Y: ser potencial ou ser talento? Faça por merecer. São Paulo: Integrare Editora, 2011.

PAREDES, E. C.; PECORA, A. R. Questionando o futuro: as representações sociais de jovens estudantes. Psicologia: Teoria e Prática. Edição Especial, 2004, p. 49-65.

*Having a Doctorate in Psychology at Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). CAPES' scholarship researcher at Laboratory of Human Social Interaction / LABINT - UFPE. cari_psi@hotmail.com



ASPECTOS NEGATIVOS DO USO DE JOGOS ELETRÔNICOS, INTERNET E CELULAR NA GERAÇÃO Y

Igor Lins Lemos*, Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves**,
Alân Saymon Justo da Silva Maria**, Clara Miguel Descendente de Melo Silva***

RESUMO: O uso de recursos eletrônicos vem se expandindo mundialmente há décadas. A praticidade por eles proporcionada posiciona os jogos eletrônicos, a Internet e o celular em um espaço abrangente no cotidiano das novas gerações. Entretanto, tal revolução cibernética resultou em aspectos negativos aos seus usuários, considerado pelo uso desadaptativo, acarretando em prejuízos cognitivos e comportamentais. O objetivo do presente artigo foi realizar uma pesquisa bibliográfica sobre três elementos contemporâneos: jogos eletrônicos, Internet e celular, enfocando na análise da possibilidade de adoecimento no uso destes recursos. Para tanto, se utilizou como princípio metodológico, uma busca bibliográfica em livros e artigos científicos publicados sobre estes assuntos. Os resultados apontam que este novo cenário, apesar de pouco explorado no Brasil, está em debate e suscita diversas possibilidades de pesquisa. A Geração Y é a maior consumidora desses artefatos e, concomitantemente, é a população que apresenta maior incidência de uso problemático, ainda que sejam necessários resultados mais robustos no campo etiológico, epidemiológico e sintomatológico na compreensão deste fenômeno. Por fim, buscam-se estratégias medicamentosas, psicoterapêuticas e preventivas para que a tecnologia seja utilizada a favor destes usuários.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos eletrônicos, Internet, celular, Geração Y, psicopatologia.

INTRODUÇÃO

A expansão tecnológica vem ocorrendo há décadas, desde os modelos primitivos de inteligência artificial (a partir de 1950, com Alan Turing) até os recentes programas computacionais. Vivemos em uma era de transformações significativas nas formas de interação, formais ou informais, no campo societal. Antes, a comunicação por cartas ou telegramas era preponderante, as notícias eram disseminadas em uma velocidade significativamente inferior a do século XXI. Atualmente, entre-

tanto, qualquer evento que ocorra no Oriente pode ser visto em tempo real no Ocidente. E-mails, mensagens por celular, programas de bate-papo, redes sociais, apenas para citar alguns, são os meios dominantes de troca de informações. Huesmann (2007) aponta que, esse novo ambiente tecnológico acabou por assumir um papel central no cotidiano da população. Segundo o pesquisador, independentemente de essas mudanças serem positivas ou não para a sociedade, é fato que elas causam um impacto direto na construção de valores, crenças e compor-

tamentos dos indivíduos.

Indubitavelmente os periféricos eletrônicos provocaram uma revolução significativa aos seus usuários: a) o celular possibilitou a facilidade da portabilidade e comunicação instantânea de baixo custo, com aparelhos cada vez mais sofisticados em suas diversas funções; b) os jogos eletrônicos modificaram o conceito de diversão e sua interface aprimora-se ano após ano, com um número de adeptos em ascensão intermitente e, por fim, a c) Internet, considerada a tecnologia de maior impacto no século XXI (compras on-line, chats, notícias,

música, informações científicas etc).

Neste cenário cibernético, uma parcela da população acabou por absorver de forma maciça todos os elementos mencionados anteriormente: a Geração Y (nascidos entre 1982 e 2003). De acordo com Chiuzi, Peixoto e Fusari (2011), os sujeitos desta recente geração não possuem memória de um tempo em que a tecnologia não exista massivamente e, atualmente, estão vivenciando um novo fenômeno: o tecnostresse, que, de acordo com Carlotto (2011), é um estado psicológico negativo relacionado com o uso de Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC).

Esse fenômeno psicossocial é constituído por quatro dimensões: descrença, ansiedade, fadiga e ineficácia.

Justificamos, então, a confecção deste manuscrito como possibilidade de informar, de forma sucinta, outro aspecto do uso da tecnologia, o seu viés negativo. Proporciona-se, desta forma, o propósito de inquietar o leitor a trilhar pesquisas sobre os três assuntos que serão mostrados adiante.

OBJETIVO

O objetivo do presente artigo foi realizar uma pesquisa bibliográfica sobre assuntos contemporâneos: jogos eletrônicos, Internet e celular, enfocando na análise da possibilidade de adoecimento no uso destes recursos.

METODOLOGIA

O trabalho em questão pode ser considerado uma breve pesquisa bibliográfica sobre um amplo campo de estudo. Lakatos e Marconi (1999) postulam que a pesquisa bibliográfica abrange uma bibliografia já tornada pública em relação ao tema em estudo, como livros e artigos. Desta forma, o pesquisador entra em contato íntimo com o assunto estudado, podendo levar a novas questões, sugerindo estudos futuros ou perfazendo uma passagem para uma pesquisa de campo. Ainda de acordo com Lakatos e Marconi (1992), esta etapa pode ser considerada passo inicial de qualquer pesquisa científica, revelando ser este um dos anseios que este trabalho pode reverberar.

DISCUSSÃO

• Jogos eletrônicos e Internet

Os jogos eletrônicos, amplamente utilizados contemporaneamente, apresentam diversos pontos positivos

em sua prática: capacidade de interação em rede com outros jogadores (conversas e debates), desenvolvimento de habilidades motoras e intelectuais, recurso de aprendizagem, experiência de catarse e trabalho em equipe. Entretanto, há pouco mais de uma década, um aspecto negativo vem sendo pesquisado, com possibilidade de que a dependência de jogos eletrônicos e Internet tornem-se diagnósticos, retratados no novo Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM), que será lançado na sua quinta edição em 2013. Outro ponto negativo que a prática de jogos eletrônicos pode corroborar (especialmente os de conteúdo violento), de acordo com alguns autores, é a interferência na cognição (dessensibilização, medo) e comportamento (agressividade) dos seus usuários, porém, este não é o foco do artigo (LEMOS & GOUVEIA, 2012).

De acordo com Lemos e Santana (2012) estudos voltados para o campo dos jogos eletrônicos e Internet, atrelados ao aspecto da psicopatologia, ainda são raros. Ainda segundo os autores, o usufruto de jogos eletrônicos e Internet, vinculado à psicopatologia, pode ser considerado um comportamento desadaptativo quando são apresentados sinais de excesso na utilização de tais tecnologias, apesar de este não ser o único critério.

Segundo Lemmens, Valkenburg e Peter (2009), os sintomas atualmente considerados para uma provável dependência de jogos eletrônicos são: saliência (usufruto como atividade mais importante na vida do usuário, dominando seus pensamentos, sentimentos e comportamentos); tolerância (tendência a aumentar o tempo de uso para obter satisfação); modificação do humor (ex: irritabilidade, tristeza); retrocesso (emoções negativas ou efeitos físicos que ocorrem quando o jogador reduz ou descontinua o uso); recaída (tendência a tentar repetidamente reverter o padrão de tempo de uso, rapidamente restaurado após período de abstinência ou controle); conflito (problemas interpessoais, que podem envolver mentiras ou decepções) e problemas na área social (piora do rendimento no trabalho, ambiente de estudo e socialização). Sintomas semelhantes podem ser considerados para a dependência de Internet (seja em redes sociais, cibersexo, apostas online etc) e celular.

De acordo com Abreu, Karam, Góes, et al. (2010, p.165):

Em relação à dependência de jogos eletrônicos, os achados dos

estudos de neuroimagem e eletrofisiologia, embora bastante preliminares, sugerem uma possível base neurobiológica comum relacionada ao sistema mesolímbico, reforçando a hipótese de que o uso excessivo de jogos eletrônicos pode ser um transtorno psiquiátrico da linha das dependências.

Estudos epidemiológicos, segundo Lemos e Santana (2012) apontam uma média de 3 da população como dependente de jogos eletrônicos e Internet, e outros 9 com uso problemático (uma forma mais branda de adoecimento). Ainda se desconhece a etiologia dos transtornos, apesar de existirem propostas de estudá-los através de uma perspectiva multifatorial, analisando o fator genético e a vulnerabilidade mental. Em relação à genética, recentemente foi publicado o primeiro estudo que aponta relacionar um gene específico (CHRNA4) com a dependência de Internet, revelando um importante avanço no estudo molecular (MONTAG, KIRSCH, SAUER, et al., 2012). As comorbidades (patologias que ocorrem de forma concomitante) mais comuns são a depressão e os transtornos de ansiedade (transtorno obsessivo-compulsivo, transtorno de ansiedade generalizada e o transtorno de ansiedade social, por exemplo).

Apesar de ser um assunto pouco discutido no ambiente organizacional, pesquisadores revelam uma parcela significativa de trabalhadores que utilizam jogos eletrônicos e Internet (especificamente e-mail pessoal, redes sociais e cibersexo) durante seu horário de expediente, mas não no momento de descanso. Este comportamento, que vem causando um prejuízo significativo no rendimento financeiro das empresas, é chamado de cyberslacking (GREENFIELD & DAVIS, 2002). Apesar de sabermos da utilidade da Internet no ambiente de trabalho, ainda são realizadas poucas ações de conscientização aos trabalhadores, que perdem sua produtividade devido ao mau uso da tecnologia, sem mencionar quais empregados podem ser dependentes de recursos eletrônicos. Importante salientar que os estudos atuais apontam os sujeitos da Geração Y como os que mais apresentam uso problemático da Internet no ambiente de trabalho (MASTRANGELO, EVERTON & JOLTON, 2006). Esta é uma temática que vem sendo estudada com uma ênfase absolutamente maior nos Estados Unidos e países da Europa, perfazendo uma lacuna destes estudos epistemológicos no Brasil.

• Celular

Halayem, Nouira, Bourgou et al. (2010), apontam que o uso do celular inicialmente era reservado ao meio profissional, porém, com os anos seguintes, surgiram novos recursos, como o Short Message Service (SMS), escutar música, disponibilizar fotos e assistir televisão neste aparelho, que tem o seu layout alterado a cada ano.

Os autores concordam que esta nova tecnologia é fundamental e não deve ser descartada, entretanto, ela também pode proporcionar uma ruptura com o mundo real, privilegiando relações à distância. Além disso, apesar de aparentar ser um recurso totalmente benigno, ele também pode causar um resultado oposto, como pagamentos mensais elevados, conflitos familiares, dificuldades no ambiente de trabalho e de aulas, além de sofrimento psicológico.

O uso inadequado de celular, recentemente considerado uma problemática no campo psiquiátrico, é outro ponto que vem denotando uma atenção especializada da comunidade científica. Apesar de existir uma pluralidade de instrumentos diagnósticos para o transtorno, por vezes dificultando a sistematização dos critérios, é fato que pesquisadores vêm denotando um notável esforço no estudo da temática.

De acordo com Pérez, Monje e León (2012) e López-Fernández, Honrubia-Serrano e Freixa-Blanxart (2012), apesar de o celular ser bastante atrativo, principalmente para a população mais jovem (Geração Y, com maior ênfase), é necessário verificar quando seu usufruto começa a se tornar abusivo. Os autores apontam que este é um transtorno que varia de 0 a 38 de prevalência ao redor do mundo, dependendo da escala e da população estudada. Além disso, mencionam que este uso nocivo está associado com baixa autoestima e a depressão. Ainda se desconhecem as melhores estratégias terapêuticas para lidar com este possível transtorno contemporâneo. Entretanto, não é possível negar que, assim como os jogos eletrônicos e a Internet, o celular também pode estar circunscrito em um âmbito de adoecimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da brevidade do presente estudo, acreditamos que o seu maior propósito foi provocar indagações sobre o uso de artefatos eletrônicos, especificamente diante de um olhar que aos poucos vem se destacando: o viés psicopatológico. Consideramos

que este é um campo de pesquisa de vasta dimensão e possibilidades, ainda que poucos trabalhos tenham sido realizados no Brasil.

A Geração Y, também chamada de screenagers, é a maior consumidora de produtos tecnológicos. Pensamos que este é um ponto positivo, tendo em vista a sua facilidade na compreensão dos recursos que estes instrumentos eletrônicos possuem, gerando excelentes resultados no ambiente de trabalho. Entretanto, esta mesma população vem ganhando destaque na alta incidência de uso problemático e, no seu caráter mais grave, na dependência destes recursos contemporâneos.

Infelizmente, a comunidade científica compartilha da visão de que o prognóstico é negativo para esta população. É afirmado constantemente que o futuro (tema da edição atual da RIC) para estes usuários é negativo. Haverá uma incidência cada vez maior de adoecimento, ao mesmo tempo em que são buscadas estratégias medicamentosas e psicoterapêuticas (terapia cognitivo-comportamental, por exemplo) para os dependentes, e estratégias de prevenção para que a tecnologia seja utilizada a favor do seu usuário, não como favorecimento de adoecimento psíquico.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao financiamento do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing (IBGM) na confecção do artigo. Este trabalho é fruto do grupo de estudos "Uso nocivo de tecnologia na Geração Y", que possui Igor Lins Lemos como coordenador.

REFERÊNCIAS

ABREU, C.N.; KARAM, R.G.; GOES, D.S.; SPRITZER, D.T. Dependência de Internet e de jogos eletrônicos: uma revisão. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, v.30, n.2, 2008.

CARLOTTO, M.S. Tecnoestresse: diferenças entre homens e mulheres. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, v.11, n.2, 2011.

CHIUZI, R.M.; PEIXOTO, B.R.G.; FUSARI, G.L. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. *Temas em Psicologia*, v.19, n.2, 2011.

GREENFIELD, D.N.; DAVIS, R.A. Lost in Cyberspace: The Web @ Work. *Cyberpsychology & Behavior*, v.5, n.4, 2002.

HALAYEM, S.; NOUIRA, O.; BOURGOU, S.; BOUDEN, A.; OTHMAN, S.; HALAYEM, M. The mobile: a new addiction upon adolescents. *La Tunisie Medicale*, v.88, n.8, 2010.

HUESMANN, L.R. The impact of electronic media violence: scientific theory and research. *Journal of Adolescent Health*, v.6, 2007.

LAKATOS, M.E.; MARCONI, M.A. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 1992.

_____. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.

LEMMENS, J.S.; VALKENBURG, P.M.; PETER, J. Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, v.12, 2009.

LEMOS, I.L.; SANTANA, S.M. Dependência de jogos eletrônicos: a possibilidade de um novo diagnóstico psiquiátrico. *Revista de Psiquiatria Clínica*, v.39, n.1, 2012.

LEMOS, I.L.; GOUVEIA, R.C. As representações sociais de violência nas sinopses de jogos eletrônicos. *Comunicação & Inovação*, v.13, n.25, 2012.

LÓPEZ-FERNÁNDEZ, O.; HONRUBIA-SERRANO, M.L.; FREIXA-BLANXART, M. Spanish adaptation of the "Mobile Phone Problem Use Scale" for adolescent population. *Adicciones*, v.24, n.2, 2012.

MASTRANGELO, P.M.; EVERTON, W.; JOLTON, J.A. Personal Use of Work Computers: Distraction versus Destruction. *Cyberpsychology & Behavior*, v.9, n.6, 2006.

MONTAG, C.; KIRSCH, P.; SAUER, C.; MARKETT, S.; REUTER, M. The role of the CHRNA4 gene in Internet addiction: a case-control study. *Journal of Addiction Medicine*, v.6, n.3, 2012.

PÉREZ, E.J.P.; MONJE, M.T.R.; LEÓN, J.M.R.S. Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Adicciones*, v.24, n.2, 2012.

*Doutorando em Neuropsiquiatria e Ciências do Comportamento (UFPE), psicoterapeuta cognitivo-comportamental, docente da graduação em Processos Gerenciais e Pós-graduação do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing (IBGM).
igorlemos87@hotmail.com
**Aluno da Pós-graduação de Psicologia Organizacional do IBGM.
***Aluna da graduação em Psicologia da UNICAP.



NEGATIVE ASPECTS OF THE USE OF ELECTRONIC GAMES, INTERNET AND MOBILE BY GENERATION Y

Igor Lins Lemos*, Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves**,
Alân Saymon Justo da SilvaMaria**, Clara Miguel Descendente de Melo Silva***

ABSTRACT: The use of electronic resources has been expanding globally for decades. The convenience provided by them positioned electronic games, the Internet and cell phone in an area encompassing the daily lives of new generations. However, this cybernetic revolution resulted in negative aspects to its users, considered by use maladaptive, resulting in cognitive impairments and behavioral. The purpose of this article was to conduct a literature search on three contemporary elements: video games, Internet and mobile, focusing on the analysis of the possibility of illness in the use of these resources. Therefore, if used as a methodological principle, a search on books and scientific articles on these subjects. The results show that this new scenario, though little explored in Brazil, is under debate and raises several research possibilities. Generation Y is the largest consumer of these artifacts and, concomitantly, is the population that has the highest incidence of problematic use, yet they are needed more robust results in the field etiology, epidemiology and symptomatology in understanding this phenomenon. Finally, look up drug strategies, psychotherapeutic and preventive for the technology to be used for these users.

KEYWORDS: Electronic Games, Internet, mobile, cellphone, Generation Y, psychopathology.

INTRODUCTION

The technological expansion has been occurring for decades, from the early models of artificial intelligence (from 1950 with Alan Turing) to the latest computer programs. We live in an era of significant changes in the forms of interaction, formal or informal, societal field. Before, communication by letters or telegrams was prevalent, the news was disseminated at a rate significantly less than the twenty-first century. Currently, however, any event occurring in the East can be seen in

real time in the West. E-mail, mobile phone text messages, chat programs, social networking, just to name a few, are the dominant means of information exchange.

Huesmann (2007) points out that this new technological environment eventually assume a central role in the daily life of the population. According to the researcher, whether these changes are positive or not society, is the fact that they cause a direct impact on building values, beliefs and behaviors of individuals.

Undoubtedly the peripheral electronics caused a significant revo-

lution to its users: a) the cell allowed the ease of portability and low cost instant communication with devices increasingly sophisticated in their various functions, b) electronic games changed the concept of fun and its interface improves itself year after year, with a number of supporters rising intermittently and finally, c) Internet, considered the greatest impact on technology XXI century (online shopping, chats, news, music, scientific information etc.).

In this scenario cybernetic, a portion of the population turned out to be massively absorbing all the

elements mentioned above: Generation Y (born between 1982 and 2003). According Chiuzi, Peixoto and Fusari (2011), the subject of this recent generation have no memory of a time when the technology does not exist massively and currently are experiencing a new phenomenon: the technostress, which, according Carlotto (2011), is a negative psychological state associated with the use of Information and Communication Technologies (ICT). This psychosocial phenomenon consists of four dimensions: disbelief, anxiety, fatigue and ineffectiveness.

Justify, then the writing of this manuscript as possible inform, succinctly, another aspect of technology use, its negative bias. There is provided, therefore, intended to disturb the reader tread research on the three subjects are shown below.

PURPOSE

The purpose of this article was to conduct a literature search on contemporary issues: video games, Internet and mobile, focusing on the analysis of the possibility of illness in the use of these resources.

METHODOLOGY

The work in question can be considered a brief literature review on a broad field of study. Lakatos and Marconi (1999) posit that the literature includes a bibliography ever published on the topic under study, such as books and articles. Thus, the researcher comes into intimate contact with the subject studied and may lead to new questions, future studies suggesting or making a move to field research. Also according to Lakatos and Marconi (1992), this step can be considered an initial step in any scientific research, revealing that this is one of the desires that this work can reverberate.

ARGUMENT

• Electronic games and Internet

Electronic games, widely used nowadays, have different strengths in their practice: the ability to interact with other players in the network (conversations and debates), development of motor skills and intellectual learning resource, experience catharsis and teamwork. However, just over a decade, a negative aspect has been researched with the possibility that the dependence of electronic games and Internet become diagnoses, portrayed the new Diagnostic and

Statistical Manual of Mental Disorders (DSM), which will be released in its fifth edition in 2013. Another downside to the practice of electronic games can corroborate (especially the violent content), according to some authors, is interference in cognition (desensitization, fear) and behavior (aggressiveness) of its users, but this is not the focus of the article (Lemos & Gouveia, 2012).

According to Lemos and Santana (2012) studies focused on the field of electronic games and internet-linked aspect of psychopathology, are still rare. Yet according to the authors, the enjoyment of video games and the Internet, linked to psychopathology, can be considered a maladaptive behavior when presented signs of excess in the use of such technology, although this is not the only criterion.

According to Lemmens, Valkenburg and Peter (2009), symptoms currently considered a probable addiction to electronic games are: projection (usufruct as most important activity in the life of the user, dominating their thoughts, feelings and behaviors); tolerance (tendency to increase use time to gain satisfaction); modification of mood (eg irritability, sadness); setback (negative emotions or physical effects that occur when the player reduces or discontinues the use); relapse (tendency to repeatedly try to reverse the pattern of time use, quickly restored after a period of abstinence or control), conflict (interpersonal problems, which may involve lies or deceptions) and social problems in the area (worsening of performance at work, study environment and socialization). Similar symptoms may be considered for Internet addiction (whether in social networks, cybersex, online gambling etc.) and mobile.

According to Abreu, Karam, Góes, et al. (2010, p.165):

Regarding the dependence of electronic games, findings from neuroimaging and electrophysiology studies, although quite preliminary, suggest a possible common neurobiological basis related to the mesolimbic system, reinforcing the hypothesis that the excessive use of video games can be a psychiatric disorder line dependencies.

Epidemiological studies, according to Lemos and Santana (2012) suggest an average of 3 of the population as dependent on electronic games and Internet, and another 9 with problematic use (a milder form of illness). Is still unknown etiology of the

disorders, although there are proposals to study them through a multifactorial perspective, analyzing the genetic factor and mental vulnerability. In relation to genetics, recently published the first study that points relate a specific gene (Chrna4) with Internet addiction, revealing an important advance in molecular study (MONTAG, KIRSCH, SAUER, et al., 2012). Comorbidities (conditions that occur concomitantly) most common are depression and anxiety disorders (obsessive-compulsive disorder, generalized anxiety disorder and social anxiety disorder, for example).

Despite being a subject little discussed in the organizational environment, researchers reveal a significant number of workers using electronic games and Internet (specifically personal email, social networks and cybersex) during his office hours, but not at rest. This behavior, which has caused significant damage in the financial performance of companies, is called cyber slacking (GREENFIELD & DAVIS, 2002).

While we know the usefulness of the Internet in the workplace, few shares are still held awareness to workers who lose their productivity due to misuse of the technology, not to mention employees who may be dependent on electronic resources. Important to note that current studies indicate the subject of Generation Y as those who have more problematic Internet use in the workplace (Mastrangelo, EVERTON & JOLTON, 2006). This is a topic that has been studied more thoroughly with an emphasis in the United States and European countries, making a gap of epistemological studies in Brazil.

• Cellphone

Halayem, Nouira, Bourgou et al. (2010) shows that cellphone use was initially reserved for the professional environment, however, with the following years, new features such as Short Message Service (SMS), listen to music, watch TV and photos available in this handset, which has the its layout changed every year. The authors agree that this new technology is critical and should not be discarded; however, it can also provide a break from the real world, focusing distance relationships. Moreover, despite appearing to be a feature totally benign, it can also cause an opposite result, as high monthly payments, family conflicts, difficulties at work and school, and psychological distress.

The inappropriate use of cell

recently considered a problem in the psychiatric field, is another point that comes denoting specialized attention from the scientific community. Despite a variety of diagnostic instruments for the disorder, sometimes making it difficult to systematize the criteria, is the fact that researchers have been showing a remarkable effort in studying the subject.

According to Pérez, Monje and León (2012) and López-Fernández-Serrano and Honrubia Blanxart-Freixa (2012), although the phone is quite attractive, especially for the younger population (Generation Y, with greater emphasis) when you need to check your enjoyment starts to become abusive. The authors note that this is a disorder that ranges from 0 to 38 prevalence around the world, depending on the scale and the population studied. Also, mention that this harmful use is associated with low self-esteem and depression. Still unaware of better therapeutic strategies to deal with this disorder can be contemporary. However, you cannot deny that as video games and the Internet, the phone can also be confined in a context of illness.

FINAL THOUGHTS

Despite the brevity of this study, we believe that its main purpose was to provoke questions about the use of electronic devices, specifically on a look that gradually has been increasing: the bias of psychopathology. We believe that this is a field of research possibilities and vast size, yet little work has been carried out in Brazil. Generation Y, also called screenagers, is the largest consumer of technological products.

We think this is a good point, in order to ease the understanding of the resources that have these electronic instruments, generating excellent results in the workplace. However, this same population is gaining prominence in the high incidence of problematic use and, in its most severe character, depending on these resources contemporaries.

Unfortunately, the scientific community shares the view that the prognosis is negative for this population. It is constantly asserted that the future (theme of the current issue of BER) for these users is negative. There will be an increasing incidence of illness, while they are sought strategic drug and psychotherapy (cognitive-behavioral therapy, for example) for dependents, and prevention strategies for the technology to be used in favor of the user, not as favoring

mental illness.

GRATITUDE

Thanks to funding from the Brazilian Institute of Management & Marketing (IBGM) in preparing the article. This work is the result of the study group "Harmful use of technology in Generation Y," which has Lins Igor Lemos as coordinator.

REFERENCES

ABREU, C.N.; KARAM, R.G.; GOES, D.S.; SPRITZER, D.T. Dependência de Internet e de jogos eletrônicos: uma revisão. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, v.30, n.2, 2008.

CARLOTTO, M.S. Tecnoestresse: diferenças entre homens e mulheres. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, v.11, n.2, 2011.

CHIUZI, R.M.; PEIXOTO, B.R.G.; FUSARI, G.L. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. *Temas em Psicologia*, v.19, n.2, 2011.

GREENFIELD, D.N.; DAVIS, R.A. Lost in Cyberspace: The Web @ Work. *Cyberpsychology & Behavior*, v.5, n.4, 2002.

HALAYEM, S.; NOUIRA, O.; BOURGOU, S.; BOUDEN, A.; OTHMAN, S.; HALAYEM, M. The mobile: a new addiction upon adolescents. *La Tunisie Medicale*, v.88, n.8, 2010.

HUESMANN, L.R. The impact of electronic media violence: scientific theory and research. *Journal of Adolescent Health*, v.6, 2007.

LAKATOS, M.E.; MARCONI, M.A. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 1992.

_____. *Técnicas de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1999.

LEMMENS, J.S.; VALKENBURG, P.M.; PETER, J. Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, v.12, 2009.

LEMOS, I.L.; SANTANA, S.M. Dependência de jogos eletrônicos: a possibilidade de um novo diagnóstico psiquiátrico. *Revista de Psiquiatria Clínica*, v.39, n.1, 2012.

LEMOS, I.L.; GOUVEIA, R.C. As representações sociais de violência nas sinopses de jogos eletrônicos. *Comunicação & Inovação*, v.13, n.25, 2012.

LÓPEZ-FERNÁNDEZ, O.; HONRUBIA-

SERRANO, M.L.; FREIXA-BLANXART, M. Spanish adaptation of the "Mobile Phone Problem Use Scale" for adolescent population. *Adicciones*, v.24, n.2, 2012.

MASTRANGELO, P.M.; EVERTON, W.; JOLTON, J.A. Personal Use of Work Computers: Distraction versus Destruction. *Cyberpsychology & Behavior*, v.9, n.6, 2006.

MONTAG, C.; KIRSCH, P.; SAUER, C.; MARKETT, S.; REUTER, M. The role of the CHRNA4 gene in Internet addiction: a case-control study. *Journal of Addiction Medicine*, v.6, n.3, 2012.

PÉREZ, E.J.P.; MONJE, M.T.R.; LEÓN, J.M.R.S. Adicción o abuso del teléfono móvil. *Revisión de la literatura*. *Adicciones*, v.24, n.2, 2012.

*Having a Doctorate in Neuropsychiatry and Behavioral Sciences at Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) and Cognitive-behavioral psychotherapist. E-mail: igorlemos87@hotmail.com igorlemos87@hotmail.com
**Graduate Student Organizational Psychology at IBGM.
***Student graduation in Psychology at UNICAP (Universidade Católica de Pernambuco).



GERAÇÃO Y E AS REDES SOCIAIS

UMA NOVA FERRAMENTA ORGANIZACIONAL

Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves* E Igor Lins Lemos**

RESUMO: O uso das redes sociais nas organizações é cada vez mais frequente, acompanhando os atuais processos de mudanças da era digital. Paralelamente a este cenário de revolução tecnológica, houve o surgimento de uma nova geração, já inseridos, desde o nascimento, no mundo tecnológico: a Geração Y. O objetivo do artigo foi realizar uma pesquisa bibliográfica sobre as redes sociais, promovendo uma reflexão a respeito do seu uso no âmbito organizacional. Os resultados apontaram para uma notável aplicabilidade deste recurso, assim como o processo que as empresas vivenciam na adaptação destes novos meios de comunicações na sua cultura. É mostrado que é possível, em sujeitos da Geração Y, o uso coerente de tais mídias no meio organizacional, sem prejuízo no seu rendimento. Verificou-se que os novos perfis de colaboradores utilizam estas mídias sociais não apenas de forma lúdica, mas também na tentativa de viabilizar uma cultura aberta entre as pessoas de seus grupos. Pontua-se, por fim, a necessidade de novas pesquisas, que podem potencializar os resultados das organizações, criando um clima harmônico entre líderes e liderados, especialmente em empresas que possuam na maior parte do seu quadro de funcionários indivíduos da Geração Y.

PALAVRAS-CHAVE: Geração Y, redes sociais, Internet, organizações, comunicação.

INTRODUÇÃO

No momento da inserção da Internet no Brasil, em meados da década de 80, pouco se discutia sobre a comunicação em massa pela rede, ainda menos a possibilidade de utilizá-la internamente nas organizações. Contemporaneamente, devido à constante utilização deste recurso midiático de informação, ocorreu o aprimoramento de grandes empresas do ramo de Comunicação e Tecnologia, mercado tecnológico este em expansão, trazendo à tona uma realidade antes inimaginável, de várias pessoas se conectarem simultaneamente, através de redes sociais, de forma rápida, independentemente da distância física entre os usuários.

As redes sociais, também chamadas de “sites de relacionamentos”, tiveram o seu início na década de 90, com o objetivo de promover um novo modelo de comunicação entre os indivíduos, em escala mundial. Concomitantemente à facilidade de uma rápida comunicação e diminuição do fluxo de cartas postais, houve também uma significativa redução de relacionamentos interpessoais. Nos anos seguintes a este prelúdio, as organizações vislumbraram uma possibilidade do uso deste recurso ao seu favor, manuseando-as para fins como a substituição da intranet, marketing, relações públicas, além da análise comportamental de seus colaboradores (POWELL, 2009).

Nas organizações, o uso das redes sociais por seus colaboradores vem se tornando cada vez mais frequente, a fim de acompanhar os atuais processos de mudanças. Paralelamente a este cenário de revolução tecnológica, houve o surgimento de uma nova geração de indivíduos, já inseridos, desde o nascimento, no mundo tecnológico: a Geração Y. Esta geração, segundo Oliveira (2011), é formada por indivíduos ainda considerados jovens, nascidos por volta da década de 80 até meados de 90. São considerados, ainda segundo o autor, indivíduos de constante trânsito de ideias e ideais, preocupando-se em longo prazo com sua carreira profissional, além da forte ligação com o que há de novo em relação à tecnologia, possuindo notável habilidade de lidar com dispositivos eletrônicos e a maciça comunicação por intermédio tecnológico.

Apesar deste considerável avanço no processo de comunicação, algumas organizações não possuem a necessária habilidade de controle com estes colaboradores. Considera-se, em alguns momentos, como um

recurso que poderá tirar o foco dos empregados, promovendo resultados de baixa qualidade, assim como possíveis choques de interesses em relação à cultura e gestão.

De acordo com Jue, Marr e Kassotakis (2011), as redes sociais podem favorecer as atividades internas se a própria organização visualizá-la como uma grande ferramenta de auxílio interno, e não apenas com fins de diversão. Apesar da possibilidade de trabalhadores utilizarem a Internet no ambiente de trabalho de forma negativa à sua produção, pesquisadores revelam uma correlação entre o uso de redes sociais no trabalho e o alto rendimento (GARRET & DANZIGER, 2008). Desta forma, justifica-se o desenvolvimento do presente artigo como forma de estudar este novo cenário, tendo como objetivo realizar uma pesquisa bibliográfica sobre as redes sociais, promovendo uma reflexão a respeito do seu uso no âmbito organizacional.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica que, como pontuado por Lakatos e Marconi (1999), abrange uma bibliografia já tornada pública em relação ao tema em estudo, como livros e artigos.

DISCUSSÃO

Segundo Oliveira (2011) o mercado de trabalho está em um cenário de constantes mudanças, especialmente devido aos novos perfis de profissionais que nele vêm sendo inseridos. Além disso, outros pontos críticos são as distintas atividades, que deixaram de ser mecanizadas, e passaram a exigir um nível de qualificação superior ao de antes, assim como a adoção de novas ferramentas para o aprimoramento e facilitação das atividades internas, em especial a comunicação.

Jue, Marr e Kassotakis (2011) revelam que a comunicação nas organizações era restrita e, frequentemente, prejudicava os resultados, possivelmente devido à ruptura do real sentido e poluição por fatores externos do que era realmente emitido. Porém, devido ao processo de inserção da tecnologia no meio social, os indivíduos passaram a interagir na mesma proporção, simultaneamente, através do e-mail.

Posteriormente, este modelo de comunicação expandiu, com diversas pessoas comunicando-se, divulgando informações e dados pessoais, o que, em breve, acabaria por ser o protótipo ideal das redes sociais.

- Como as redes sociais podem auxiliar as atividades internas organizacionais

A Geração Y, segundo Goossen (2009), nasceu historicamente na viabilização da tecnologia para a sociedade, havendo uma expressiva facilidade na forma de lidar com as redes sociais, por exemplo. Ainda segundo o pesquisador, esta geração também possui um espírito inovador, e busca em tais mídias a capacidade de adquirir diversificação de conteúdo sobre vários temas e assuntos, acompanhando nelas fatores que possam promover mudanças, e auxiliar suas vidas profissionais e pessoais.

Segundo Powell (2009) as redes sociais invadiram todo o mercado, a fim de expandir seus negócios, desta forma as empresas devem inserir, em seu cotidiano, o uso correto destas ferramentas. Ainda segundo a autora, as organizações devem adotar todas as ferramentas que o mercado propõe como ajuda de negócio, dentre elas as mídias sociais. Inserir em um âmbito interno ferramentas de melhorias de gestão de serviço, complementa a pesquisadora, é possibilitar um novo contexto de diferencial competitivo. É através do manuseio do que se destaca como sendo algo proveitoso aos negócios, e que todos acessam, que se pressupõe haver um alinhamento entre uma boa divulgação de serviços e, em contrapartida, um ótimo retorno de serviços e/ou clientes interessados naquilo que se tem divulgado através da rede.

A valorização da mídia, assim como os resultados, segundo Cross e Thomas (2008), é decorrente de como a empresa está utilizando-a. Não adianta haver a implantação na cultura de tais ferramentas, sem o manuseio ou manutenção constante das informações que nelas irão ser alimentadas e que delas irão partir para outras redes. Os pesquisadores mencionam também que o auxílio de tais redes, internamente, aumenta o nível de comunicação entre os envolvidos da organização, além de técnicas eficazes de marketing e endomarketing. Por fim, também são comentados os métodos de negócios diferenciados e que estejam de acordo com os novos modelos de interface para agregação de valores sociais e de prestígio público.

Hunt (2008) afirma que a inserção de técnicas de seleção também é viável, para auxílio dos setores contratantes, a fim de viabilizar o processo de seleção e facilitar uma boa aproximação com a diminuição de fatores



problemáticos variáveis, como a locomoção entre o entrevistador e candidato. Meira (2006) comenta, paralelamente, que a utilização constante para atualizações de informações, tanto pessoais como profissionais, recorrem a um comportamento de sondagem, sendo outro ponto benéfico para as organizações.

Segundo Oliveira (2011), os jovens consideram as redes sociais como ponto principal de divulgação, postando on-line os fatos que mais lhe chamaram a atenção durante o dia.

Porém, o autor também descreve riscos de utilização para tais meios, como a possibilidade de um gestor poder estar acompanhando o que seus funcionários comentam, nestas redes, inclusive sobre a empresa em que ele trabalha. Ainda há um grupo de pesquisadores que sugerem outro risco no uso das redes sociais, que é o seu potencial aditivo, sendo necessários mais estudos sobre este campo de estudos (KUSS & GRIFFITHS, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo pretendeu debater a respeito das mídias sociais, que começaram a fazer parte da realidade do cenário organizacional, influenciando nas atividades internas de uma organização, assim como os limites que as empresas podem aplicar no uso deste recurso. Foi pontuada, de forma sucinta, a possibilidade de elas serem incorporadas na cultura organizacional, fazendo parte das regras e meios para um uso controlado e, principalmente, com fins profissionais.

Verificou-se também que os novos perfis de colaboradores, em específico a Geração Y, utilizam estas mídias sociais não apenas de forma lúdica, mas também na tentativa de viabilizar uma cultura aberta entre as pessoas de seus grupos. Consideramos que a utilização das redes sociais, de forma coerente no âmbito organizacional, apresenta uma possibilidade de melhoria no desempenho dos trabalhadores, instalando as empresas em um cenário contemporâneo circunscrito na era da cibernética.

Pontuamos, por fim, a necessidade de mais estudos sobre as redes sociais, não apenas no campo da Informática ou como uso patológico (dependência de Internet específica, por exemplo). Vislumbramos que novas pesquisas podem potencializar os resultados das organizações, criando um clima harmônico entre líderes e liderados, especialmente em empresas que possuam na maior parte do seu quadro de funcionários

indivíduos da Geração Y.

REFERÊNCIAS

CROSS, R.; THOMAS, R.J. Redes sociais: como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para obtenção de resultados. São Paulo: Gente, 2009.

GARRET, R.K.; DANZIGER, J.N. On Cyberslacking: Workplace Status and Personal Internet Use at Work. *Cyberpsychology & Behavior*, v.11, n.3, 2008.

GOOSSEN, R.J. E-Entreendedor: A força das redes sociais para alcançar seus negócios e identificar oportunidades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

HUNT, T. O Poder das Redes Sociais. São Paulo: Gente, 2009.

JUE, A.; MARR, J.A.; KASSOTAKIS, M.E. Mídias sociais nas organizações: colaboração, inovação, competitividade e resultado. São Paulo: Évora, 2011.

KUSS, D.J.; GRIFFITHS, M.D. Online social networking and addiction - a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v.8, n.9, 2011.

LAKATOS, M.E.; MARCONI. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, S. Geração Y: Ser Potencial ou Ser Talento? Faça por Merecer. São Paulo: Integrare, 2011.

POWELL, J. 33 milhões de pessoas na sua rede de contatos: como criar, influenciar e administrar um negócio por meio das redes sociais. São Paulo: Gente, 2010.

*Aluno da Pós-graduação de Psicologia Organizacional do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing (IBGM).

**Doutorando em Neuropsiquiatria e Ciências do Comportamento (UFPE), psicoterapeuta cognitivo-comportamental, docente da graduação em Processos Gerenciais e Pós-graduação do Instituto Brasileiro de Gestão & Marketing (IBGM).
igorlemos87@hotmail.com



GENERATION Y AND SOCIAL NETWORKS A NEW ORGANIZATIONAL TOOL

Eduardo José Pereira da Silva Gonçalves* e Igor Lins Lemos**

ABSTRACT: The use of social networks in organizations is becoming more frequent, following the current processes of change in the digital age. Alongside this scenario technological revolution, there was the emergence of a new generation, already entered, from birth, in the technological world: Generation Y. The objective was to perform a literature search on social networks, promoting reflection about their use within the organization. The results showed a remarkable applicability of this resource, as well as the process that companies experience in adapting these new means of communication in their culture. It is shown that it is possible, in subjects of Generation Y, the consistent use of such media in organizational environment, subject to your income. It was found that the new profiles of people use these social media not just in a playful manner, but also in an attempt to facilitate an open culture among people in their groups. Scores up, finally, the need for further research that can enhance the results of organizations, creating a harmonious atmosphere between leaders and led, especially in companies that have the majority of their staff individuals of Generation Y.

KEYWORDS: Generation Y, Millennium, social networks, Internet, organizations, communication.

INTRODUCTION

Upon insertion of the Internet in Brazil in the mid-80s, little is discussed about the mass media over the network, even less able to use it internally in organizations. Contemporaneously, due to constant use of water media information, occurred enhancement of large companies in the field of communication and technology, this growing technology market, bringing forth a reality previously unimaginable in many people connect simultaneously via social networking, quickly, regardless of the physical distance between users.

Social networks, also called "social networking sites", had its inception in the 90s, with the goal of promoting a new model of communication between individuals on a global scale. Concurrently with the ease of communication and rapid flow decrease postal letters, there was also a significant reduction of interpersonal relationships. In the years following this prelude, organizations envisioned a possibility of using this resource to your advantage, handling them as a replacement for the intranet, marketing, public relations, and behavioral analysis of its employees (Powell, 2009).

In organizations, the use of social networks by employees is becoming increasingly common in order to track the current change processes. Alongside this scenario technological revolution, there was the emergence of a new generation of individuals, already entered, from birth, in the technological world: Generation Y. This generation, according to Oliveira (2011), is comprised of individuals still considered young, born around the 80's to mid 90's. Are considered, according to the author, individuals from constant traffic of ideas and ideals, concerned with their long-term career, besides the strong connection with what's new about technology, possessing remarkable ability to deal with devices electronic and mass communication through technology.

Despite considerable advances in the communication process, some organizations do not possess the necessary ability to control with these employees. It is, at times, as a resource that can take the focus off of employees, promoting low quality results, as well as possible conflicts of interests in relation to culture and management.

According to Jue, and Kassotakis Marr (2011), social networks can facilitate internal activities if the organization itself view it as a great tool to aid internal purposes only and

not for fun. Despite the possibility of workers use the Internet in the workplace negatively to its production, researchers reveal a correlation between the use of social networks at work and high performance (GARRET & Danziger, 2008). Thus, justify the development of this article as a way to study this new scenario, aiming to perform a literature search on social networks, promoting reflection about their use within the organization.

METHODOLOGY

It is a literature that, as punctuated by Lakatos and Marconi (1999), includes a bibliography ever published on the topic under study, such as books and articles.

ARGUMENT

According to Oliveira (2011) the labor market is in a constant change of scenery, especially due to new professional profiles that have been inserted therein. In addition, other critical points are distinct activities, which ceased to be mechanized, and now require a skill level higher than before, as well as the adoption of new tools for the enhancement and facilitation of internal activities, particularly communication.

Jue, Kassotakis and Marr (2011) show that communication in organizations was limited and often undermined the results, possibly due to rupture of the real meaning and pollution by external factors than was actually delivered. However, due to the insertion process technology in the social environment, individuals began to interact in the same proportion simultaneously via e-mail. Later, this model of communication expanded, with several people communicating, disseminating information and personal data, which will soon end up being the ideal prototype of social networks.

- How social networking can help the internal organizational activities

Generation Y, according to Goossen (2009), was born historically in enabling technology to society, with a significant ease in dealing with social networks, for example. Also according to the researcher, this generation also features an innovative spirit, and search in such media the ability to acquire diversification of content on various topics and subjects, watching them factors that might promote change, and assist their professional and personal lives.

According to Powell (2009) social

networks invaded the entire market in order to expand their business, so companies must enter in their daily lives, the proper use of these tools.

Also according to the author, organizations must adopt all the tools that the market offers such help business, among them social media. Place in a domestically tools service management improvements, the researcher adds, is to enable a new context of competitive advantage. It is through the handling that stands out as being something beneficial to the business, and that all access, which is assumed to be an alignment between a good spread of services and, in return, a great return for services and / or clients interested in what is has disseminated through networks.

The appreciation of the media as well as the results, according to Cross and Thomas (2008), is due to how the company is using it. No use having a deployment in the culture of such tools, without handling or maintenance of the information contained in them will be fed and which of them will leave for other networks. The researchers also mention that the aid of such networks internally, increases the level of communication between those involved in the organization, and effective techniques of marketing and internal marketing. Finally, comments are methods and differentiated businesses that comply with the new interface models for aggregation of social values and public prestige.

Hunt (2008) states that the inclusion of selection techniques is also feasible to aid the contracting sectors in order to facilitate the selection process and facilitate a good approximation with decreasing problematic factors variables such as locomotion between the interviewer and candidate. Meira (2006) comments, in parallel, which use constant updates of information, both personal and professional use to conduct polling, and other beneficial point for organizations.

According to Oliveira (2011), young people find social networks as main point of disclosure, posting online the facts that most caught his attention during the day. However, the author also describes the risks to use such means, as the possibility of a manager may be watching what their employees commenting in these networks, including about the company where he works. There is still a group of researchers suggest that another risk in the use of social networks, which is its addictive potential, more research is needed on this field of study (KUSS & Griffiths, 2011).

FINAL THOUGHTS

The article aims to discuss about social media, which became part of the reality of organizational setting, influencing the internal activities of an organization, as well as the limits that companies can apply to use this feature. Briefly, was scored the possibility of them being embedded in organizational culture as part of the rules and means for controlled use and mainly for business purposes.

It was also found that the new profiles of employees, in particular Generation Y, those using social media not just in a playful manner, but also in an attempt to facilitate an open culture among people in their groups. We believe that the use of social networks, consistently within organizational presents a possibility of improving the performance of employees, companies installing in a contemporary setting circumscribed in the age of cybernetics.

Finally, this article points out the need for more studies of social networks, not only in the field of Computing or as pathological use (Internet addiction specific, for example). We envision that further research can enhance the results of organizations, creating a harmonious atmosphere between leaders and led, especially in companies that have the majority of their staff individuals of Generation Y.

REFERENCES

CROSS, R.; THOMAS, R.J. Redes sociais: como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para obtenção de resultados. São Paulo: Gente, 2009.

GARRET, R.K.; DANZIGER, J.N. On Cyberslacking: Workplace Status and Personal Internet Use at Work. *Cyberpsychology & Behavior*, v.11, n.3, 2008.

GOOSSEN, R.J. E-Entreendedor: A força das redes sociais para alcançar seus negócios e identificar oportunidades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

HUNT, T. O Poder das Redes Sociais. São Paulo: Gente, 2009.

JUE, A.; MARR, J.A.; KASSOTAKIS, M.E. Mídias sociais nas organizações: colaboração, inovação, competitividade e resultado. São Paulo: Évora, 2011.

KUSS, D.J.; GRIFFITHS, M.D. Online social networking and addiction - a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v.8, n.9,

2011.

LAKATOS, M.E.; MARCONI. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, S. Geração Y: Ser Potencial ou Ser Talento? Faça por Merecer. São Paulo: Integrare, 2011.

POWELL, J. 33 milhões de pessoas na sua rede de contatos: como criar, influenciar e administrar um negócio por meio das redes sociais. São Paulo: Gente, 2010.

*Having a Postgraduate in Organizational Psychology at IBGM.
**Having a Doctorate in Neuropsychiatry and Behavioral Sciences at Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) and Cognitive-behavioral psychotherapist. E-mail: igorlemos87@hotmail.com





GERAÇÃO Y E ENTERTAINMENT O FUTURO NA PÓS-MODERNIDADE-MUNDO

Mariano Hebenbrock* e Edgar Moura**

RESUMO: O aquecimento e a competitividade do mercado fazem com que integrantes da Geração Y não percebam que, se não mudarem alguns aspectos, podem colocar a carreira em risco. O trabalho ora exposto, na visão de vários autores busca mostrar de maneira sutil que o entretenimento associado às novas tecnologias na pós-modernidade-mundo pode ser um grande vilão dessa geração.

PALAVRAS CHAVE: Geração Y, Futuro, Pós-modernidade mundo, Entretenimento.

INTRODUÇÃO

“As mudanças que precisamos para o futuro que queremos.”¹

Pensar a Geração Y como uma das características indissociáveis do futuro na pós-modernidade é o que nos leva ao desafio de escrever esse paper. Para tanto, se faz antes necessário esclarecer alguns conceitos que permearão todo esse artigo, como pós-modernidade, futuro e entretenimento. Em algum momento de nosso trabalho, essas três palavras chaves se diluirão para dar sentido ao corpo teórico-prático de nosso texto. A palavra “Futuro”, advinda do latim, Futuru, que de acordo com o dicionário Aurélio (2003) significa “tempo que há de vir”. Essa palavra nunca foi tão escrita, pronunciada, endeusada, pesquisada e estudada, seja por profissionais, da economia, das artes, das letras, da medicina, da religião, da comunicação/tecnologia, etc, como

também, por profissionais da política, da diplomacia.

Como afirma o professor e cientista social, Renato Ortiz (Unicamp/ São Paulo) e o sociólogo polonês, Zygmunt Bauman (Leeds/ Reino Unido), a pós-modernidade-mundo é líquida. Segundo Bauman, em uma entrevista a revista Isto É Oline: “vivemos tempos líquidos, nada é para durar” (24.09.2010). Já Ortiz, uma vez questionado em uma entrevista de uma doutoranda da UNISINOS² sobre o motivo do abandono do termo modernidade em seus livros e textos, ele foi enfático em responder que:

[...]a questão não é tanto pensar se a modernidade se esgotou, mas como ela se redefine como modernidade-mundo. Ou seja, suas fronteiras extrapolaram os limites nacionais. A pós-modernidade-mundo valoriza as diferenças e sua perspectiva tende a contrapor o particular [as identidades] ao todo. (ORTIZ in MARZOCHI,

UNISINOS, 2007:103).

Nesta mesma entrevista o autor consegue desvincular dois termos que para muitos estudiosos são sinônimos, ou seja, Modernidade-mundo e Globalização. Para Ortiz (2007), esses dois conceitos não se cruzam, embora compartilhem o mesmo ambiente intelectual. Para ele, ambos tematizam a mudança, embora de forma distintas. O debate levantado por Ortiz sobre a modernidade-mundo encerra uma questão mais filosófica, ou seja, o fim da razão. Já a problemática da Globalização econômica e tecnológica esta ligada a uma perspectiva mais sociológica, que por sua vez tem sua base histórica cravada no capitalismo.

A globalização também foi apoiada pelo crescimento da mídia, pela escolarização e pelo progresso industrial tornando o mundo cada vez mais conhecido e sem fronteiras, surgindo assim a tão conhecida sociedade da

¹ Recomendações da Cidse para a conferência da ONU sobre desenvolvimento sustentável (Rio+20.)

² Samira Feldmar Marzochi. Mundialização, modernidade, pós-modernidade, entrevista com Renato Ortiz. 2007.

informação, a qual vem reestruturando nossas amizades, nossa forma de trabalhar, nossos laços familiares, nossos códigos morais. Para Dejavite (2006) apoiada em Dertouzou (2000):

O entretenimento será o primeiro aspecto de nossas vidas a sofrer um impacto dramático, pois as pessoas o buscam sofregamente. Há mais televisores que computadores no mundo; as empresas percebem lucros enormes em oferecer acesso imediato a todos os filmes já feitos e a todos espetáculos e músicas já gravados. Este será o principal uso comercial do Mercado da Informação. (DEJAVITE, 2006:28).

Para essa autora, o Entretenimento é um valor emergente da sociedade da informação, principalmente, quando relacionado com a questão tempo, o qual a cada momento passa a ser mais fracionado.

Um objeto que passou a fazer parte do dia-a-dia da sociedade da informação foi o computador, tornando a internet o mais novo meio de comunicação da pós-modernidade-mundo. Para os mais otimistas dos estudiosos (MASUDA: 1982; WILLMONTT: 1999; DIZARD:2000) a sociedade da informação traz consigo um desenvolvimento progressista levando o mundo a um futuro de maior prosperidade, lazer e satisfação para todos.

O artigo ora aqui apresentado é composto por uma introdução – primeiro ponto -, onde são colocados para discussões por diversos autores os conceitos propostos no título do texto, como também por mais dois capítulos permeando o ponto central do trabalho. O segundo capítulo trata sobre a geração Y e a construção do futuro na pós-modernidade-mundo, onde também serão mostrados alguns exemplos de experiências profissionais concretas. Já o terceiro e último tópico, levanta questões sobre a ética-moral nas novas profissões desenhadas no futuro e por fim a conclusão. Apesar da divisão, o texto não é tratado de forma isolada, há um sincronismo entre as partes pesquisadas, onde a teoria e a pesquisa empírica são trabalhadas ao longo deste texto, sem a necessidade de se ter um capítulo apenas para o corpus teórico.

A GERAÇÃO Y E A CONSTRUÇÃO DO FUTURO NA PÓS-MODERNIDADE MUNDO

O mercado aceita [alguns comportamentos do jovem] porque não há mão

de obra qualificada”, afirma o ‘coach’ Alexandre Prates. (MENDONÇA, empregos e carreiras, 31.08.2011).

Vejamos algumas características das gerações até chegarmos a Y. Temos a Boomers (1922 a 1960), algumas das suas características muito conhecida era lutar pela liberdade de expressão e iniciativa. Depois se deu início a geração X (1960 à 1980), onde as pessoas buscavam por ideias diferentes de viver, exemplo foi a liderança feminina e também sensibilidade as primeiras tecnologias. Vindo após esses dois momentos a geração Y (1980 a 2005), seres humanos voltados à aceitação da diversidade, práticos, objetivo e direto. No momento atual estamos vivendo a época da geração Z (2005 até atual).

Se falarmos de geração Y, entendemos que se fala de um futuro que este mesmo futuro nos remeterá a diante, porém fazendo uma análise nos comportamentos profissionais dessas pessoas se pode entender, que apesar de muita energia e disposição em certos momentos essa força tende-se a ser utilizada de forma inadequada e imatura. Se olharmos para o lado pessoal, em sua grande maioria, há a falta de ética e corporativismo, sentimento humano, ou seja, onde cada um faz o seu.

Há uma teoria que define bem esse padrão. A teoria dos jogos, onde o matemático, Jonh Naj (2010) fala que há dois tipos de jogos. O jogo simples e o jogo recorrente. Definindo cada um dos Jogos, ele afirma que o simples, é aquilo que o ser humano não faz no dia a dia com recorrência, gerando assim um individualismo e certa competitividade. Já o jogo recorrente, são aquelas ações onde se repete ou se vive constantemente realizando. Nesse segundo conceito, se o indivíduo tem tendência ao companheirismo, acarretará no trabalho em grupo ou espírito de equipe, onde segundo Naj (2010: 35): “Se eu fizer o melhor para mim pensando no melhor para grupo, todos ganham”.

Diante do comportamento da Geração Y, pode-se imaginar: Como será a construção desse “Futuro”? Será que estamos caminhando bem para um destino profissional e humanista correto? Como será essa pós-modernidade? Qual a preocupação e compromisso desta geração com a sustentabilidade e até que ponto eles utilizarão a tecnologia a favor desse crescimento? Ou ela busca Entretenimento em lugar de profissionalismo?

Atualmente se vive em um mundo,

denominado ‘o futuro de passado tão perto’, assim, pode-se definir, que já se fala num passado bem próximo sobre tudo isso o que se vivencia, a pós-modernidade mundo. E como será essa pós-modernidade mundo, quando se trata de uma geração que se diz super ‘antennada’ a tecnologia, mas que eticamente, na grande maioria das vezes pecam em não valorizar a parte humanista, o valor de cuidar e dividir relacionamento com as pessoas seja ela pessoal ou profissional? Acredita-se que este futuro do hoje, pode gerar até um amanhã de incertezas devido ao reflexo dessa geração de hoje que tem se perdido em decisões impensadas ou atitudes mal ou não planejadas, Ortiz (2007).

A Revista Veja de 19 de dezembro de 2012, fala de uma das consequências dessa geração Y. O texto relata, que nem sempre a conexão à modernidade e a tecnologia, se agrega o atual profissional. Na matéria de capa traz estampado o seguinte tema: “Ler e escrever na era digital – A evolução da internet e dos tablets mudou a maneira como usamos a linguagem e está afetando nosso modo de pensar”. (VEJA, 19.12.2012).

De acordo com o professor da UFPE, Alfredo Rodrigues Leite da Silva, o qual ministra a disciplina de comportamento humano revela que atualmente a grande preocupação dos mestres é que os alunos, na grande maioria da geração Y, estão chegando a sala de aula e não sabem explorar um texto ou contextualizar uma ideia ou uma resposta no papel. Para ele os alunos apresentam nitidamente a deficiência em contextualizar um tema ou um assunto. Observa-se com essa colocação que essas pessoas estão perdendo o hábito de ler e principalmente o de escrever, ou seja, tudo saiu do papel e se transferiu para a forma eletrônica, perdendo assim a essência da reflexão contextualizada.

Concordando com alguns autores (COIMBRA; SCHIKMANN, 2001) pode-se concluir que os componentes da geração Y são pessoas energizadas, inquietas, buscam mudanças constantes, crescimentos rápidos, um processo constantes de evolução. Alguns sabem planejar, e tem sucesso, mas outros apenas por descontrolado, imaturidade ou ansiedade, querem chegar ao alvo, mas não sabem estruturar algo sólido para aproveitar cada etapa de sua vida para alcançar o resultado final.

EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS

Como instrutor em uma empresa multinacional, onde trabalho com

desenvolvimento e formação de jovem, percebe-se pessoas mais mecanizadas e menos humanizadas, as quais trazem consigo a desvalorização das pessoas. Quando nos deparamos como gestores e educadores desses profissionais, necessitamos aprender e fazer um exercício constante no que se diz respeito a desenvolver neles uma redescritção representacional, aquelas que pegamos uma imagem ou um aprendizado, consciente ou inconsciente e redescrivê-lo, ou melhor, fazer com que ele transforme os seus conhecimentos em benefícios para o seu próprio crescimento no dia-a-dia pessoal e profissional. Exemplos Concretos:

No Rio de Janeiro, recebemos certa quantidade de alunos, toda a geração Y, com muita velocidade e até qualificação profissional, graduados, pós-graduados, bilíngues e residentes em outros países, ou seja, um destaque no mercado de hoje. Eles tinham outra visão, totalmente receptivos, abertos a novos conhecimentos, mas muitos ansiosos. E nesse cenário, como gestor, precisamos dar um feedback pontual e os nortear e canalizar essa energia para o bem, para o resultado do grupo e o crescimento deles.

Em São Paulo, ministrando treinamento para supervisores e instrutores, apesar de estarem em uma cidade totalmente eletrizada e aquecida ao mundo corporativo, os alunos não tinham a visão do que a empresa precisava para que os mesmos pudessem evoluir no mundo business. O crescimento estava bem a frente dos seus olhos, mas não tinham a visão do que precisavam para evoluir. Isso em 60 da sala, os demais já alcançavam essa necessidade de adequação.

O FUTURO DE NOVAS PROFISSÕES E A CRISE DA ÉTICA-MORAL

Em estudos com alguns gestores de RH realizado pelo Educador e Palestrante Aldo Junior (Empresa Tim, 2012), o mesmo pôde observar e descrever uma série de fatores que hoje o mercado procura. Essa tendência se estender para o futuro, mas que atualmente está em deficiência. O mesmo definiu como o profissional do século XXI. Nesse estudo foi encontrada a necessidade do mercado, onde os RH procuram pessoas que tenham objetivos, ou seja, façam algo planejado e tenham focos direcionados. Para Junior (2012) o profissional do futuro deve ter flexibilidade em aprender, planejar e executar atividades. O profissional deve ter raciocínio lógico,

atitude pessoal e profissional conectado ao mundo, goste e tenha o hábito da leitura, comprometimento e dedicação naquilo que faz. O profissional do futuro deve valorizar a sua imagem e seu trabalho, estejam em constante crescimento profissional, valorizando assim o relacionamento (network). Seja ético, proativo e não pare de estudar buscando sempre a inovação e a criatividade valorizando o relacionamento interpessoal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na visão dos autores desse texto, se falamos que alguns participante da geração Y tem essa dificuldade de relacionar e somar todos esses valores como profissionais, a tendência de profissão e do profissional do futuro é de que sempre o mercado estará aberto a receber aquelas pessoas que se adéquam as novas tendências e profissões. E tudo isso, quando não alcançado pelos atuais profissionais, gera na maioria das vezes a crise na ética moral. As pessoas já não valorizam o crescimento em conjunto, como abordado no primeiro tópico. Eles tendem a crescer por caminhos tangentes e não pelo fluxo normal, as pessoas sempre lutam por oportunismos e não por meta e evolução por conseqüências de ações. Daí a crise nos relacionamentos pessoais e profissionais. Um mercado doente, com sede da valorização pessoal. Com isso podemos refletir que já vivemos a era das indústrias, das máquinas e agora as empresas e gestores lutam e buscam profissionais voltados a valorização pessoal, justamente para resgatar e alavancar a ética moral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DEJAVITE, Fabia Angelica. Infoteniamento: informação mais entretenimento no jornalismo. São Paulo, Paulinas, 2006.
- MARZOCHI, Samira Feldmar. Mundialização, modernidade, pós-modernidade, entrevista com Renado Ortiz. Ciências Sociais Unisinos, Janeiro - Abril ano/vol. 43, número 001, São Leopoldo, PP.103-105, 2007.
- PRADO, Adriana, Vivemos temos líquidos, nada é para durar. Entrevista, Isto É Online, 24. Setembro 2010.
- NAJ, John, Teoria dos Jogos: conceitos, exemplos e limitações. Trad. Fernando Barrichelo. São Paulo. 2010.
- COIMBRA, R.G.C.; SCHIKMANN, R. A Geração Net; XXV . In: Encontro da

Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, 15, 2001; Campinas. Anais Campinas: ANPAD, 2001. CDROM.

MENDONÇA, Camila. Comportamentos da geração Y impedem crescimento profissional, Folha de São Paulo. 31.12.2012.

http://classificados.folha.uol.com.br/empregos/967737-comportamentos-da-geracao-y-impedem-crescimento-profissional.shtml?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter. Acesso em: 22.12.2012.

*Doutorando em Comunicação Política pela Universitat Pompeu Fabra/ Barcelona - Espanha e Professor da disciplina, Seminários da Comunicação do curso de Processo Gerencial, IBGM. mmariano.hebenbrock@gmail.com
**Graduando em Processo Gerencial, IBGM e Profissional de RH, Desenvolvimento e Formação da TIM. edgardemoura@yahoo.com.br



GENERATION Y AND ENTERTAINMENT THE FUTURE IN POSTMODERNITY WORLD

Mariano Hebenbrock* e Edgar Moura**

ABSTRACT: Heating and competitive market mean that members of Generation Y do not realize that if we do not change some things, can put his career at risk. The work now exposed, in the view of several authors subtly tries to show that the entertainment associated with new technologies in postmodernity-world can be a great villain of this generation.

KEYWORD: Generation Y, Future, Postmodernity world, Entertainment.

INTRODUCTION

"The changes that we need to the future that we want."¹

Think Generation Y, as an inseparable characteristics of the future in postmodernity, is what brings us to the challenge of writing this paper. Thus, it is necessary first to clarify some concepts that permeate throughout this article, as postmodernity, and future entertainment. At some point in our work, these three keywords will dilute up to make sense of the practical-theoretical body of our text. The word "Future" that comes from Latin, *Futuru*, which according to the Brazilian dictionary Aurélio (2003) means "time to come." That word has never been written, spoken, lionized, researched and studied, either by professionals, economics, arts, literature, medicine, religion, communications / technology, etc., but also by professional

politicians, diplomacy. It is thought that *Futuru* that new generations are formed, new concepts are elaborated and reworked, international conferences and global crises are announced or are interrupted or prefabricated.

As stated by the professor and social scientist, Renato Ortiz (Unicamp / São Paulo) and the Polish sociologist, Zygmunt Bauman (Leeds / UK), post-modernity is world-liquid. According to Bauman, a news magazine *Isto Oline*: "we live in times net, nothing is to last" (09/24/2010). Already Ortiz once asked in an interview a doctoral student of UNISINOS² about why the abandonment of the term modernity in his books and texts, he was emphatic in answering that:

The point is not only think if modernity is over, but how it redefines as world modernity. That is, if its borders extrapolated national boundaries. Postmodernity-world values diff-

erences and their perspective tends to counteract the particular [identities] in all. (ORTIZ in MARZOCHI, UNISINOS, 2007:103).

In this same interview the author managed to unlink two terms are synonymous for many scholars, ie world-Modernity and Globalization. For Ortiz (2007), these two concepts do not cross, although they share the same intellectual environment. For him, both thematize change, albeit distinct. The debate raised by Ortiz on modernity-world contains a more philosophical question, ie the order of reason. Already the problem of economic and technological globalization is linked to a more sociological perspective, which in turn has its historical basis in capitalism spiked. Globalization was also supported by the growth of the media, the education and industrial progress by making the world increasingly known and without boundaries, thus resulting in the well known information society,

³ Recomendações da Cidse para a conferência da ONU sobre desenvolvimento sustentável (Rio+20.)

⁴ Samira Feldmar Marzochi. Mundialização, modernidade, pós-modernidade, entrevista com Renato Ortiz. 2007.

which has been restructuring our friendships, our way of working, our ties family, our moral codes. To Dejavite (2006) supported by Dertouzoz(2000):

The entertainment will be the first aspect of our lives undergoing a dramatic impact, as people seek greedily. There are more TVs than computers in the world, companies realize huge profits in offering immediate access to all the movies ever made and all shows and songs already recorded. This will be the main commercial use of Market Information. (DEJAVITE, 2006:28).

For this author, the entertainment value is one of the emerging information society, especially when related to the question time, where every moment becomes more fractionated. If we observe the working hours, now you can choose between various shifts to effect their activities, ie, morning, afternoon or evening, leaving a margin of time for your favorite sport, their purchases, their walks, their conversations or even his novel.

An object that has become part of day-to-day information society was the computer, making the internet the newest medium of postmodernity-world. For the more optimistic scholars (MASUDA:1982; WILLMONTT:1999; Dizard:2000) the information society brings with it a progressive development leading the world to a future of greater prosperity, pleasure, satisfaction for all.

The article is now presented here consists of an introduction - first point - where are placed for discussion by various authors the concepts proposed in the title of the text, as well as two more chapters permeating the central point of the work. The second chapter focuses on Generation Y and the construction of the future post-modern-world, which will also show some concrete examples of professional experiences. The third and last topic, raises questions about the ethical-moral drawn in new professions in the future and finally the conclusion. Although the division, the text does not isolate is treated, there is a synchronism between the parts searched, where the theory and empirical research are worked throughout this text, without the necessity of having only one chapter to theoretical corpus.

GENERATION Y AND THE CONSTRUCTION OF THE FUTURE IN POST-MODERN WORLD

"The market accepts [some behaviors of the young] because there is skilled labor" says the coach Alexandre Prates. (MENDONÇA, empregos e carreiras, 31.08.2011).

The discourse on generations x, y and z up, is already long enough An example: You look back or front of your family tree and understand what the authors of this paper seek to assert, ie, from grandfather to father and from father to son. In this way of defining the generations, we can already see the difference in ages, times and ways of thinking, not only in the way personal, family as well as professional. This factor that has reflected enough on the market, in some situations positive and negative on other occasions.

Here are some characteristics of the generations to come to Y. We Boomers (1922 to 1960), some of its features well known was fighting for freedom of expression and initiative. Then he started Generation X (1960 to 1980), where people sought to live by different ideas, such was the female lead and also the first technologies sensitivity. Coming after these two moments Generation Y (1980 to 2005), humans turned to acceptance of diversity, practical, objective and straightforward. At present we are living in the era of Generation Z (2005 to present).

If we talk of generation Y, we understand that we speak of a future that even in future to transmit on, but by analyzing the behavior of these professional people can understand, that although a lot of energy and a willingness at times this force tends to being used improperly and immature. If we look at the personal side, mostly, there is a lack of ethics and corporatism, human feeling, i.e., where each does his.

There is a theory that defines this pattern as well. Game theory, where the mathematician, John Naj (2010) says that there are two types of games. The simple game and the game appellat. Defining each of the games, he said the simple, is what human beings do not do day to day with recurrence, thus generating a certain individualism and competitiveness. Since the game appellat, are those actions where you live or repeats constantly performing. In this second concept, the individual tends to fellowship, will lead the group work and team spirit, where according Naj (2010: 35): "If I do the best for me thinking about the best for the group, everyone wins."

Given the behavior of Generation

Y, one can imagine: How will the construction of the "Future" be? Are we moving to a very professional and humanistic correct destination? How will this postmodernity be? What is the concern and commitment of this generation to sustainability and to what extent they will use the technology for this growth? Or she seeks entertainment rather than professionalism?

Currently we live in a world called 'the future of the past so close', so you can set that already talk in the past about all this right next to that experience, the post-modern world. And how will this postmodern world, when it comes to a generation that says super 'tune' the technology, but ethically, in most cases did not err in valuing the humanist part, the value of caring and sharing relationship with people be it personal or professional? It is believed that the future of today, can generate up to one tomorrow uncertainties due to reflection of this generation today that has been lost in thoughtless decisions or bad attitudes or unplanned, Ortiz (2007).

See The Journal of December 19, 2012, speaks of the consequences of this generation Y. The paper reports that do not always connect to modernity and technology, it adds the current work. In the cover story brings stamped the following theme: "Reading and writing in the digital age - the evolution of the Internet and tablets has changed the way we use language and is affecting our thinking." (SEE, 12/19/2012).

According to Professor UFPE, Alfredo Rodrigues Leite da Silva, who teaches the discipline of human behavior reveals that currently the major concern of teachers is that students in the vast majority of Generation Y, are coming to the classroom and not know how to exploit a text or contextualize an idea or an answer on paper. For students present it clearly deficiency contextualize a topic or a subject. It is observed with this placement that these people are losing the habit of reading and especially writing, ie, all left the paper and moved to electronic form, thereby losing the essence of reflection contextualized.

Agreeing with some authors (COIMBRA; SCHIKMANN, 2001) may be concluded that the components of Generation Y people are energized, restless, seeking constant change, rapid growth, a process of constant evolution. Some know to plan and have success, but others just by uncontrolled, immaturity or anxiety, want to reach the target, but do not know anything solid structure takes

every step of your life to achieve the end result.

PROFESSIONALS EXPERIMENTS

As an instructor in a multinational company where I work with development and training of young people is perceived more mechanized and less humanized, which bring the devaluation of people. When we face as managers and educators of these professionals, we need to learn and do a constant exercise in what concerns to develop in them a representational redescription, those who took a picture or learning, and conscious or unconscious redescrives it, or rather, do him to transform their knowledge into benefits for their own growth in day-to-day personal and professional. Concrete examples:

- In Rio de Janeiro, received a certain amount of students, all generation Y, with great speed and even professional qualification, graduates, postgraduates, and bilingual residents in other countries, ie, a standout in today's market. They had another vision, totally receptive, open to new knowledge, but many anxious. And in this scenario, as manager, must give timely feedback and guide and channel that energy for good, for the result of the group and their growth.
- In São Paulo, providing training for supervisors and instructors, despite being in a city fully electrified and heated to the corporate world, students did not have the vision of what the company needed so that they could evolve in the world business. The growth was well ahead of his eyes, but did not have the vision of what needed to evolve. That 60 of the room, the others have reached this need for adaptation.

THE FUTURE OF NEW PROFESSIONS AND MORAL-ETHICAL CRISIS.

In studies with some HR managers conducted by Aldo Junior Educator and Speaker (Tim Company, 2012), the same could observe and describe a number of factors that today the market demand. This trend will extend into the future, but currently in disability. The same set as the professional of the XXI century. In this study we found the need of the market, where RH seek people who have goals, or do something outbreaks have planned and directed. For Junior (2012) professionals of the future should have the flexibility to learn, plan and execute activities. The professional must have logical reasoning, personal and

professional attitude connected to the world like and have the habit of reading, commitment and dedication in what you do. The professional of the future must appreciate their image and their work, are in constant professional growth, thus enhancing the relationship (network). Be ethical, proactive and do not stop studying always seeking innovation and creativity enhancing interpersonal relationships.

FINAL THOUGHTS

In the view of the authors of this text, if we say that some participant Generation Y has such difficulty relating and sum all these values as professionals, the trend of the profession and the professional future is that the market is always open to those who receive suited to new trends and professions. And all this, when not achieved by current professionals, generates most of the time the crisis in moral ethics. People no longer value the growth together, as discussed in the first topic. They tend to grow in ways tangents and not the normal flow, people always strive for expediency and not by evolution for goal and consequences of actions. Hence the crisis in personal and professional relationships. A sick market, with headquarters personal enhancement. With this we can reflect that we live in the era of industries, machinery and now companies and managers strive and seek professional personal enhancement geared precisely to rescue the ethical and moral leverage.

REFERENCES

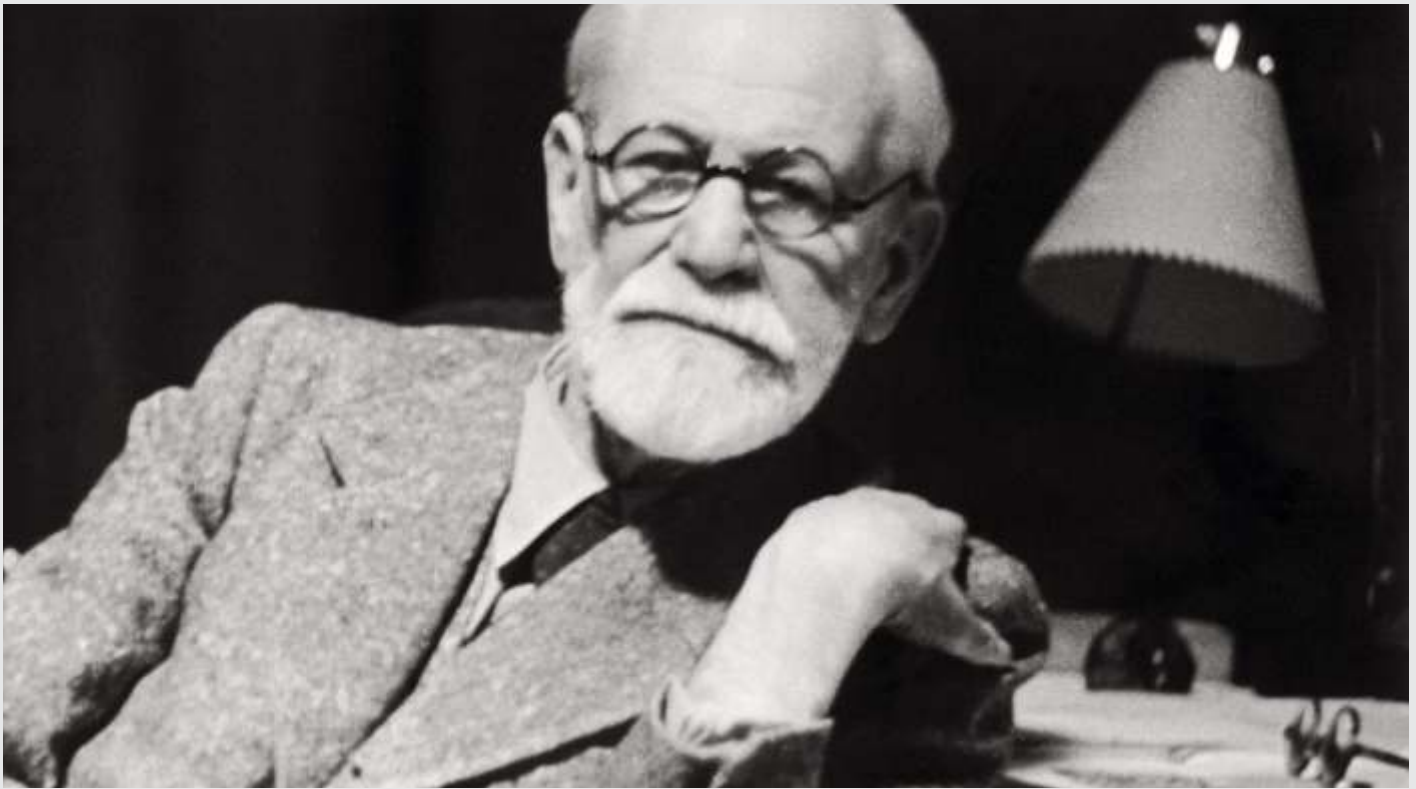
- DEJAVITE, Fabia Angelica. Infoteniamento: informação mais entretenimento no jornalismo. São Paulo, Paulinas, 2006.
- MARZOCHI, Samira Feldmar. Mundialização, modernidade, pós-modernidade, entrevista com Renado Ortiz. Ciências Sociais Unisinos, Janeiro - Abril ano/vol. 43, número 001, São Leopoldo, PP.103-105, 2007.
- PRADO, Adriana, Vivemos temos líquidos, nada é para durar. Entrevista, Isto É Online, 24. Setembro 2010.
- NAJ, John, Teoria dos Jogos: conceitos, exemplos e limitações. Trad. Fernando Barrichelo. São Paulo. 2010.
- COIMBRA, R.G.C.; SCHIKMANN, R. A Geração Net; XXV. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, 15, 2001; Campinas. Anais Campinas:

ANPAD, 2001. CDROM.

MENDONÇA, Camila. Comportamentos da geração Y impedem crescimento profissional, Folha de São Paulo. 31.12.2012.

http://classificados.folha.uol.com.br/empregos/967737-comportamentos-da-geracao-y-impedem-crescimento-profissional.shtml?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter. Acesso em: 22.12.2012.

*Having a Doctorate in Political Communication at Universitat Pompeu Fabra / Barcelona - Spain.
E-mail: mariano.hebenbrock@gmail.com
**Having a graduate in Process Management and HR Professional, Development and Training at TIM (Telecom Italia Mobile).
E-mail: edgardemoura@yahoo.com.br



O PRINCÍPIO DE REALIDADE FREUDIANO E UMA PROPOSTA PRAGMÁTICA PARA O TRABALHADOR DO FUTURO

Jorge Gomes*

RESUMO: Este artigo faz parte de um conjunto de reflexões que estamos realizando no LABY – Laboratório de Estudos sobre a Geração Y no Trabalho com o objetivo de ressignificar o conceito freudiano de princípio de realidade num mundo em que o imaginário se posiciona como a principal máquina de produção de subjetividades. Nosso objetivo inicial é refletir sobre o dado apresentado pelo Sr. Tony Santora, Diretor da Right Management a partir de uma pesquisa realizada pela empresa de consultoria Manpower que informou que cerca de 62% das pessoas estão frustradas no seu atual trabalho. A partir do conceito de "princípio de realidade", apresentado em 1911 por Sigmund Freud, vou tentar realizar uma reflexão sobre a distorção do conceito de carreira e empresa ideal desejada pelos jovens trabalhadores brasileiros que devem sempre atender a um princípio imaginário de perfeição, muitas vezes nem conhecido ou bem definido por eles nos seus anseios pessoais.

PALAVRAS-CHAVE: Geração Y, Psicanálise, Freud, Lacan, Trabalho

UM DADO QUE CHAMA A ATENÇÃO

Ao mesmo tempo em que Tony Santora apresentava os dados da pesquisa no CONARH, circulava nas redes sociais - entre elas o Twitter - a lista das empresas dos "sonhos" dos jovens brasileiros, resultado de uma pesquisa da consultoria DMRH, afiliada da CIA de Talentos, consultoria responsável pela seleção e coordenação dos maiores programas de Trainees do país. Segundo a consultoria, cerca de 35 mil jovens brasileiros responderam a pesquisa e elegeram em ordem de importância as empresas.

1. Google (Tecnologia)
2. Petrobrás (Energia)
3. Unilever (Higiene pessoal e cosméticos)
4. Vale (Minério)
5. Nestlé (Alimentos)
6. Natura (Cosméticos)
7. Itaú (Serviços financeiros)
8. Microsoft (Tecnologia)
9. Rede Globo (Entretenimento)
10. Ambev (Bebidas)

As cinco principais razões apresentadas pelos jovens brasileiros demonstram uma radiografia sobre as expectativas a respeito das políticas e cultura do ambiente organizacional desejado por eles. A razão mais comentada pelos jovens - e que ficou em primeiro lugar em suas opiniões - é que uma empresa para ser admirada, antes de qualquer coisa deve ter, "um ambiente agradável de trabalho", que valorize a camaradagem e a cordialidade entre as pessoas. É surpreendente esse relato, pois ele se apresenta como uma demanda de base primária e higiênica no ambiente organizacional, praticamente um fator existencial para que uma organi-

zação se mantenha em funcionamento numa cultura organizacional em que as relações são estabelecidas numa perspectiva de parceria e menos rigidez hierárquica. Em segundo lugar "a possibilidade de crescimento profissional", o que demonstra que os jovens estão esperando das empresas investimento em treinamento e capacitação, tema que ficou em segundo plano desde que se adotou o conceito de que a Carreira Proteana, em que cada um deve cuidar da sua carreira como um bem pessoal e que a responsabilidade por ela não pode ser transferida para ninguém inclusive a empresa.

Em terceiro aparece a "Qualidade de vida", ganhando cada vez mais espaço na discussão das políticas de RH, exigindo das empresas a busca por alternativas singulares e menos massificadas nos programas de qualidade de vida. A flexibilidade com horários vem se apresentando como uma alternativa viável onde cada um pode administrar seu tempo para investir em aspectos profissionais, familiares e pessoais. Em quarto lugar, o "crescimento profissional". Em outras palavras, os jovens desejam oportunidades de crescimento, mudança de cargo rápido e desafios para se manter na motivados e comprometidos nas empresas. Neste cenário, as empresas buscam alternativas de planos de carreiras mais flexíveis, curtos e baseado na meritocracia. E em quinto lugar, a empresa precisa ter uma "boa imagem no mercado", isso significa uma preocupação com a reputação da marca e o seu posicionamento no mercado, principalmente hoje quando a empresa exige dos colaboradores que expressem através das suas atitudes a cultura da empresa que também não espera mais lealdade em longo prazo, mas comprometimento e engajamento enquanto estiver na organização.

No outro polo, temos o dado de uma pesquisa realizada pela Manpower e divulgado por Tavora (2010) no CONARH que diz que 62 dos brasileiros não se sentem engajados e sim frustrados nas suas empresas e mais de 50 dos pesquisados disseram que estão se preparando para deixar suas atuais empresas. É um dado alarmante se pensarmos na evolução das práticas de gestão das empresas nos últimos 20 anos e a atuação dos profissionais de RH que realizaram mudança no seu perfil profissional para atender as novas exigências do mercado. Hoje, esses profissionais trabalham em rede fazendo parcerias com outras empresas e tem uma forte atuação regional através das ABRHs

(Associação Brasileira de Recursos Humanos) com representantes em praticamente todos os estados brasileiros. Diante desse dado me pergunto: com tantos avanços nos modelos de gestão teríamos esquecido o lado humano nas organizações? Qual o papel do profissional de RH na contribuição desse dado? Qual a nossa parcela de responsabilidade? O que estamos fazendo para reverter esse dado? Será que estes dados confirmam a realidade? Ou precisamos analisá-los com mais cuidado?

MUDANÇA DE REGISTRO ORGANIZACIONAL

Jacques Lacan, psicanalista francês, desenvolveu o conceito de Real para dar suporte a sua teoria topológica e minimizar a influência do imaginário na sua clínica. O Real não se trata da realidade, mas contemporaneamente se apresenta como aquilo que nos deixa numa "saia justa", que não foi possível passar pelo crivo da linguagem, da explicação. Nas organizações complexas ele se apresenta como aquilo que é da ordem do contingencial, da surpresa e do novo que aparece de repente, principalmente na forma dos "mal entendidos" e que num primeiro momento cria um estado de torpor e paralisia. Geralmente, na seqüência nosso aparelho psíquico se coloca em atividade para dar conta do fenômeno. Dessa forma, num ambiente organizacional marcado por crises, esses eventos tenderão a ocorrer com mais freqüência no nosso cotidiano marcando as organizações como um conjunto de práticas subjetivas num ambiente caótico. Com um mix de caos e ordem, as estruturas de gestão se movem numa dança dialógica onde crenças, premissas e teorias são continuamente reescritas para promover uma nova cultura organizacional.

Fink (1998), vai dizer que o desafio da psicanálise lacaniana "é o de inventar formas de atingir o real (p.118)." Isso significa que nosso impulso deve ser o de fazer algo com o contingencial e não nos curvamos diante do dado, frio e racional, mas dialtizá-lo promovendo novos arranjos como soluções inventivas e novas especulações sobre o tema, sempre numa perspectiva aberta sem fechamento da questão. Por outro lado, me questiono se neste momento de tantas euforias e rupturas paradigmáticas não estaríamos, através das lentes da publicidade, nos deixando influenciar por uma nova ideologia sobre o funcionamento de como

deveria ser a empresa dos sonhos.

É recorrente ouvir em entrevistas de trabalho ou desligamentos razões que chamamos de "mínimas" para se pedir demissão ou mudar de emprego. Algumas mais comuns são: "meu chefe não gosta de mim"; "meu chefe falou num tom de voz um pouco alterado comigo"; "meu gerente não dá bom-dia quando chega à empresa"; "a empresa está crescendo, mas não vejo oportunidades para mim"; "minha empresa é desorganizada" entre outras. Parece-me que um dos efeitos da publicidade é apresentar as empresas "sem falhas", como se em todas as organizações elas não sofressem do efeito do princípio de realidade, que acolhe o "ponto de melhoria", "o ponto fraco", "o mal entendido", "a falha na comunicação", entre outras coisas que fazem parte da dialética do negativo na vida organizacional. Ao pensar que a ordem organizacional é feita apenas de "prazer" como ocorre nos "sonhos", quando este não é um pesadelo, qualquer possibilidade de desprazer se transforma numa razão para se pedir demissão. Este artigo não visa fazer apologia as práticas "ruins" de Recursos Humanos, nem aceitá-las passivamente, mas criar possibilidades de analisar o que está acontecendo e dar o seu devido peso no cenário contemporâneo.

Quando Freud ressignificou o conceito de "Princípio de Realidade" em 1911, estava preocupado também com o progresso da sua ciência. Ao solicitar aos seus pacientes que falassem tudo que viesse a cabeça, poderia abrir uma janela para pensar que a vida significa exatamente isso: falar e fazer o que deseja. Quando Lacan diz que não devemos ceder ao nosso desejo, ele não está dizendo que devemos fazer tudo que desejamos, mas sim deixar uma janela aberta para "falta" para que a partir dela possamos inventar e criar. Por isso, podemos estar na contemporaneidade com uma transição do princípio de realidade freudiano que segundo Laplanche e Pontalis (1992) trata-se de:

Um princípio regulador do funcionamento psíquico aparece secundariamente como uma modificação do princípio de prazer, que começa por ser único soberano; a sua instauração corresponde a uma série de adaptações que o aparelho psíquico tem que sofrer para : desenvolver as funções conscientes, atenção, juízo, memória (p.368).

Esse processo vai gradativamente substituindo o princípio de prazer pelo princípio de realidade, onde o sujeito deve encontrar satisfação no teste da realidade, abandonando as fantasias e as colagens imaginárias que muito bem produzidas pela publicidade podem nos confundir nos momentos de realizar um julgamento. A falta como meio estruturante é encontrada entre a colisão do princípio de realidade e o princípio de prazer. Quando o objeto de desejo não encontra uma relação simétrica com a realidade o sujeito tende a fugir, movimento hoje em dia muito comum entre os jovens trabalhadores. É por isso que os profissionais são convocados a dar uma contribuição no ambiente organizacional, mobilizando suas habilidades, crenças e valores para escrever uma nova cultura nas organizações. Para assegurar o princípio de realidade como ferramenta nas organizações é importante que o profissional de Recursos Humanos se engaje no processo de construção de novas janelas de oportunidades nas empresas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável que a nova geração de trabalhadores está escrevendo um capítulo à parte na história do trabalho contemporâneo, mas é imprescindível que os gestores e a área de Recursos Humanos estejam alinhados aos anseios desses jovens. Por outro lado, as gerações anteriores tem o desafio de transmitir valores importantes para o amadurecimento psíquico das atuações gerações tais como a "paciência histórica", fruto do trabalho de elaboração nos processos de subjetivação, que formarão os atuais e futuros profissionais. A área de RH deve permanecer alerta aos movimentos do Real, que surgem onde menos se espera e nos convoca a dar respostas, sempre novas e inventivas para problemas que às vezes parecerem tão primários como "ambiente de trabalho cordial". Talvez devêssemos voltar aos fundamentos das escolas humanizadoras de RH e refletir sobre valores tais como: cuidado e atenção no processo de crescimento e amadurecimento profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FINK, Bruce (1998). O sujeito laciano: entre a linguagem e o gozo. Jorge Zahar Editores, São Paulo.

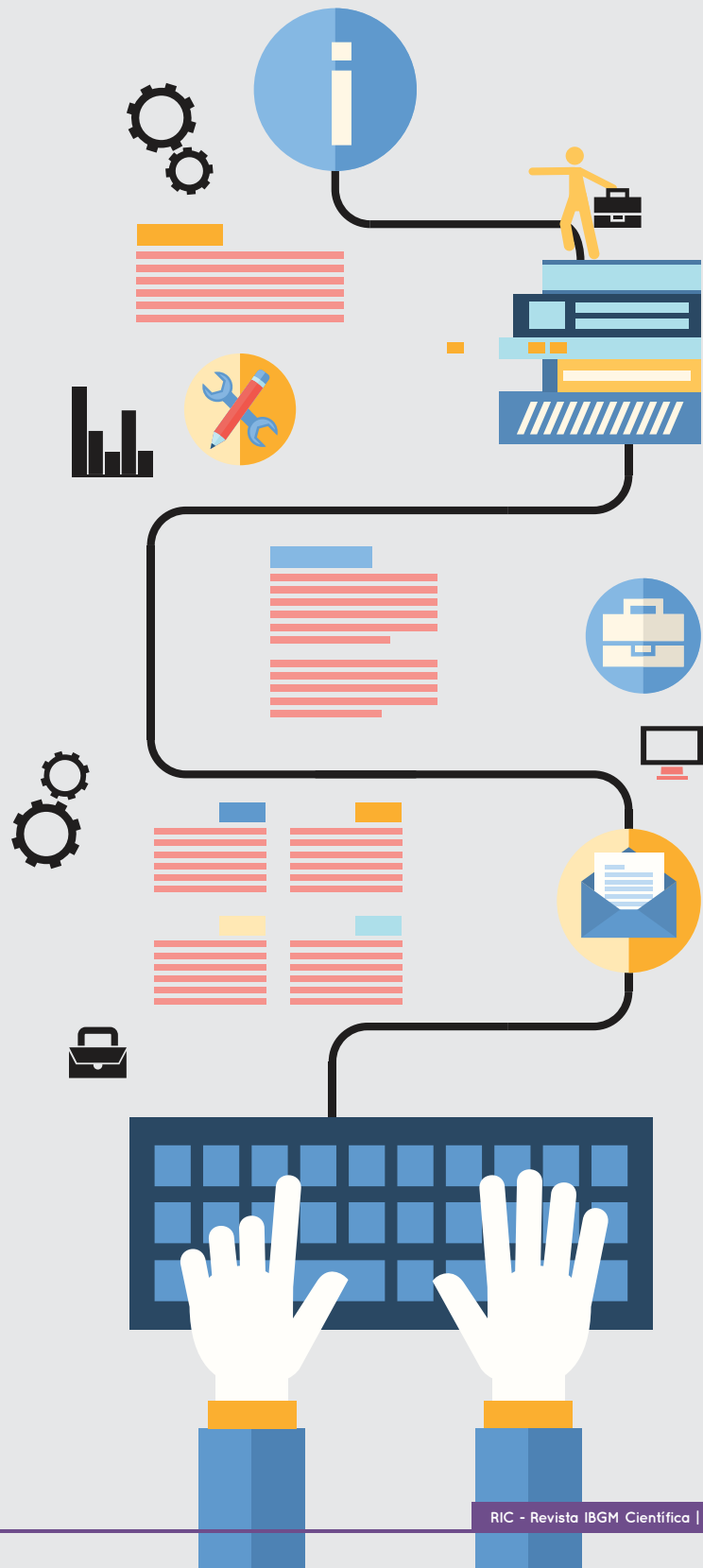
LAPLANCHE, Jean e PONTALIS, Jean-Bertrand (1992). Vocabulário de Psica-

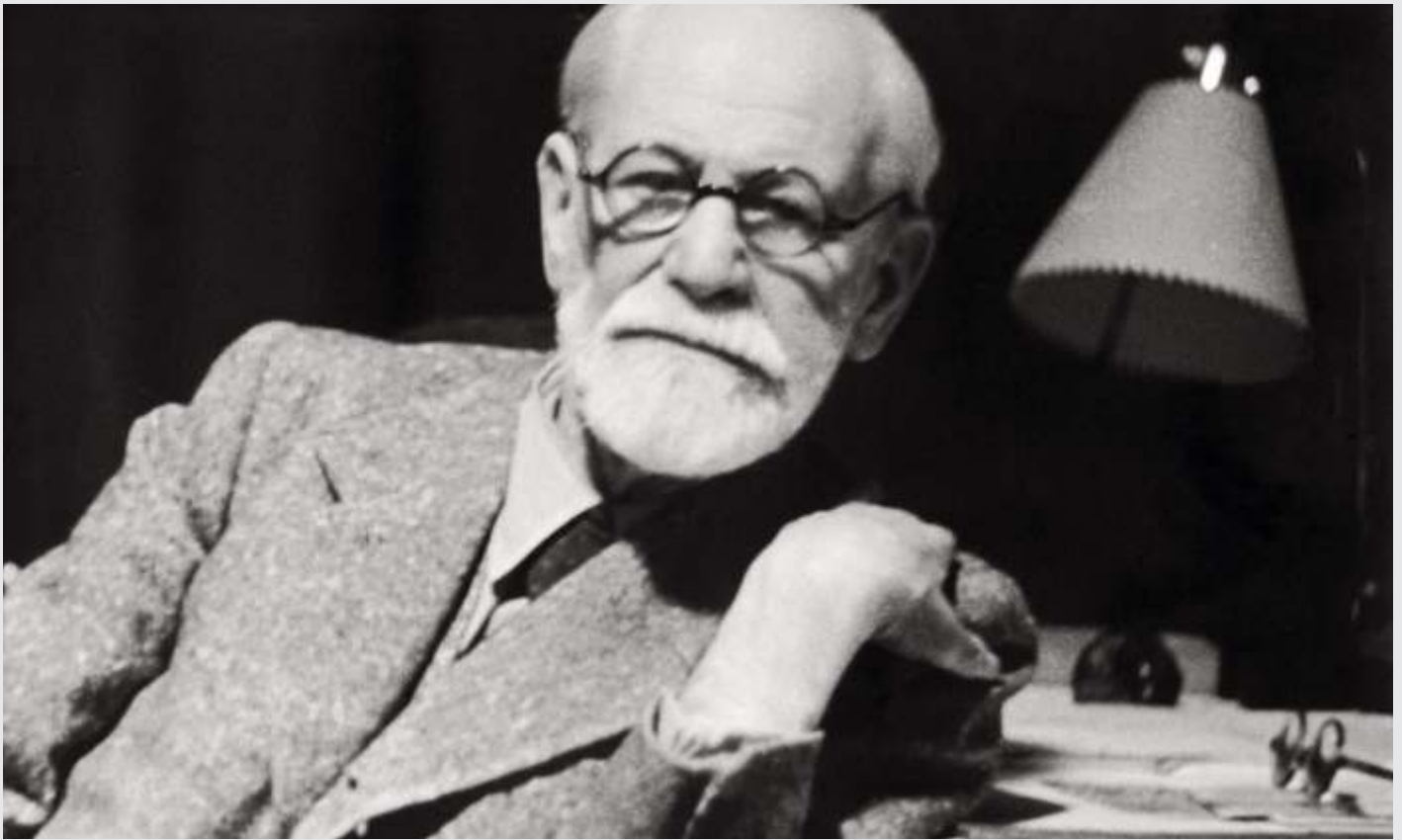
nálise. Martins Fontes, São Paulo.

Artigo: Nova forma de pensar acesso dia 18.08.2010
(<http://revistamelhor.uol.com.br/>)

Artigo: 10 empresas e líderes dos sonhos dos jovens brasileiros acesso dia 18.08.2010
(<http://www.administradores.com.br/>)

*Professor,
Doutorando em Psicologia Clínica
E-mail: jorge@ibgm.org





THE PRINCIPLE OF REALITY FREUDIAN PRAGMATIC AND A PROPOSAL FOR THE FUTURE OF WORKER

Jorge Gomes*

ABSTRACT: This article is part of a set of reflections that are doing the Laby – Studies Laboratory on Generation Y at Work aiming to reframe the concept of Freudian principle of reality in a world where the imagination is positioned as the main production machine subjectivities. Our initial goal is to reflect on the data presented by Mr. Tony Santora, Director of Right Management from a survey by consulting firm Manpower said that about 62% of people are frustrated in their current job. From the concept of "reality principle" presented in 1911 by Sigmund Freud, I will try to make a reflection about the distortion of the concept of ideal career and company desired by young Brazilian workers who must always attend to an imaginary principle of perfection, often not known or well defined by them in their personal aspirations.

KEYWORDS: Generation Y, Psychoanalysis, Freud, Lacan, Work, Future.

AN IMPORTANT FACT

At the same time that Tony Santora presented research data on CONARH, circulated on social networks including Twitter list of the companies of "dreams" of youngsters, result of a research consultancy MRHD, affiliated CIA Talent, consulting responsible for the selection and coordination of the largest programs in the country Trainees. According to the consultancy, about 35 thousand young Brazilians responded to the survey and voted in order of importance companies.

1. Google (Tecnologia)
2. Petrobrás (Energia)
3. Unilever (Higiene pessoal e cosméticos)
4. Vale (Minério)
5. Nestlé (Alimentos)
6. Natura (Cosméticos)
7. Itaú (Serviços financeiros)
8. Microsoft (Tecnologia)
9. Rede Globo (Entretenimento)
10. Ambev (Bebidas)

The five main reasons given by young Brazilians demonstrate a radiograph on expectations about the policies and culture of organizational environment desired by them. The reason most talked the young and took first place in their opinion is a company to be admired, before anything should have "a pleasant working environment" that values camaraderie and friendliness among people. It is surprising that report because it presents itself as a primary basis of demand and hygienic in the organizational environment, almost existential factor for an organization to remain in operation in organizational culture where relation-

ships are established with a view to partnership and less rigid hierarchy. Secondly "the possibility of professional growth", which shows that young people are expecting companies investing in training, a subject that remained in the background since it adopted the concept of the protean career, in which each must take care of your career as a personal responsibility for that and it can not be transferred to anyone including the company.

Thirdly comes the "Quality of Life", is increasingly gaining ground in the discussion of HR policies, requiring companies to search for alternative natural and less massed in quality of life programs. Flexibility with schedule has been presented as a viable alternative where one can manage your time to invest in professional aspects, family and personal. Fourthly the "professional growth", in other words young people want opportunities for growth, rapid change of position and challenges to keep you motivated and committed in the companies. In this scenario companies seek alternative career plans more flexible, short and based on meritocracy. And fifthly the company needs to have a "good image in the market," it means a concern for the reputation of the brand and its positioning in the market, especially today when the company requires employees to express attitudes through their company culture that Also do not expect more long-term loyalty, commitment and engagement but while in the organization.

At the other extreme, we have the data of a survey conducted by Manpower and published by Tavora (2010) in CONARH that says that 62 of Brazilians do not feel engaged but frustrated in their companies and over 50 of respondents said they were preparing to leave their current companies. It is alarming when one considers the evolution of management practices of companies in the last 20 years and the role of HR professionals who carried out change in your professional profile to meet the new market demands. Today these professionals work in network by partnering with other companies and has a strong presence across regional ABRHs (Brazilian Association of Human Resources) with representatives in almost all Brazilian states. Given this because I wonder: With so many advances in the management models would have forgotten the human side in organizations? What is the role of the HR professional contribution in this data? What our share of responsibility?

What are we doing to reverse this data? Do these data confirm the reality? Or we need to analyze them more carefully?

REGISTRATION ORGANIZATIONAL CHANGE

Jacques Lacan, the French psychoanalyst, developed the concept of Real to support his theory and topological minimize the influence of the imaginary in his clinic. The real is not reality, but simultaneously presents itself as what makes us a "skirt" that could not pass the scrutiny of language, explanation. In complex organizations presents itself as that which is of the order of contingency, surprise and new that suddenly appears mainly in the form of "misunderstandings" which at first creates a state of numbness and paralysis. Generally, following our mental apparatus is put into activity to account for the phenomenon. Thus, in an environment marked by organizational crises, these events tend to occur more often in our daily marking organizations as a set of practices in an environment chaotic subjective. With a mix of chaos and order management structures move in a dance where dialogic beliefs, assumptions and theories are continually being rewritten to promote a new organizational culture.

Fink (1998) will say that the challenge of Lacanian psychoanalysis "is to invent ways to achieve the real (p.118)." This means that our impulse should be to do something with the contingent and not bow down before the data, cold and rational, but it dialectic as promoting new arrangements, inventive solutions and new speculation on the subject, always an open outlook without closing the matter. On the other hand, I wonder if in this moment of euphoria and many paradigmatic ruptures would not be through the lens of advertising, leaving us with a new ideology influence on the functioning of the company as it should be dreams.

It is often heard in job interviews or shutdown reasons I call "minimal" to resign or change jobs. Some of the most common are: "My boss does not like me", "my boss said in a voice slightly changed me", "my manager does not give good morning when it arrives at the company," "the company is growing, but not I see opportunities for me," "my company is disorganized," among others. It seems to me that one of the effects of advertising is display companies "flawless", as in all organizations they would not

suffer the effect of the principle of reality, hosting the "point of improvement", "weak point", "the misunderstanding," "failure to communicate" among other things that are part of the negative dialectic in organizational life. Thinking that organizational order is made only of "pleasure" as in the "dreams" when this is not a nightmare, any possibility of displeasure becomes a reason to resign. This article is not intended as an apology practices "bad" Human Resources, nor accept them passively, but to create opportunities to analyze what is happening and give its due weight in the contemporary scene.

When Freud resins the concept of "Reality Principle" in 1911 he was also concerned about the progress of their science. To ask their patients to speak whatever came to mind, could open a window to think that life means just that: talk and do what you want. When Lacan says that we should not give in to our desire, he is not saying that we should do everything we want, but leave a window open for "missing" from it so that we can invent and create. Therefore, we may be in with a contemporary transition from Freudian reality principle that according to Laplanche and Pontalis (1992) it is:

A key regulator of psychic functioning appears secondarily as a modification of the pleasure principle, which begins as sole sovereign; its introduction is a series of adjustments that have to suffer the psychic apparatus to: develop the conscious functions, attention, judgment, memory (p.368).

This process will gradually replace the pleasure principle by the reality principle, where the subject must find satisfaction in the test of reality, abandoning the imaginary fantasies and collages that very well produced by advertising can confuse us at times to hold a trial. Lack structuring as a means is found between the collision of reality principle and the principle of pleasure. When the object of desire is not a symmetrical relationship with reality the subject tends to flee, movement nowadays very common among young workers. That's why the professionals are called upon to make a contribution in the organizational environment, mobilizing skills, beliefs and values to write a new culture in organizations. To ensure the principle of reality as a tool in organizations is important that the Human Resources professional to engage in the process of building new windows of opportuni-

ties in companies.

FINAL THOUGHTS

It is undeniable that the new generation of workers is writing a separate chapter in the history of contemporary work, but it is essential that managers and Human Resources are aligned to the expectations of these young people. Moreover, previous generations have the challenge to convey important values for maturing psychic generations of performances such as "historical patience," fruit of the work of preparing the processes of subjectivation, which will form the current and future professionals. The HR area should remain alert to the movements of the Real, which appears where least expected and calls us to respond, always new and inventive to problems that sometimes seem so primary as "cordial working environment." Maybe we should go back to the fundamentals of schools humanizing HR and reflect on values such as care and attention in the process of professional growth and maturity.

REFERENCES

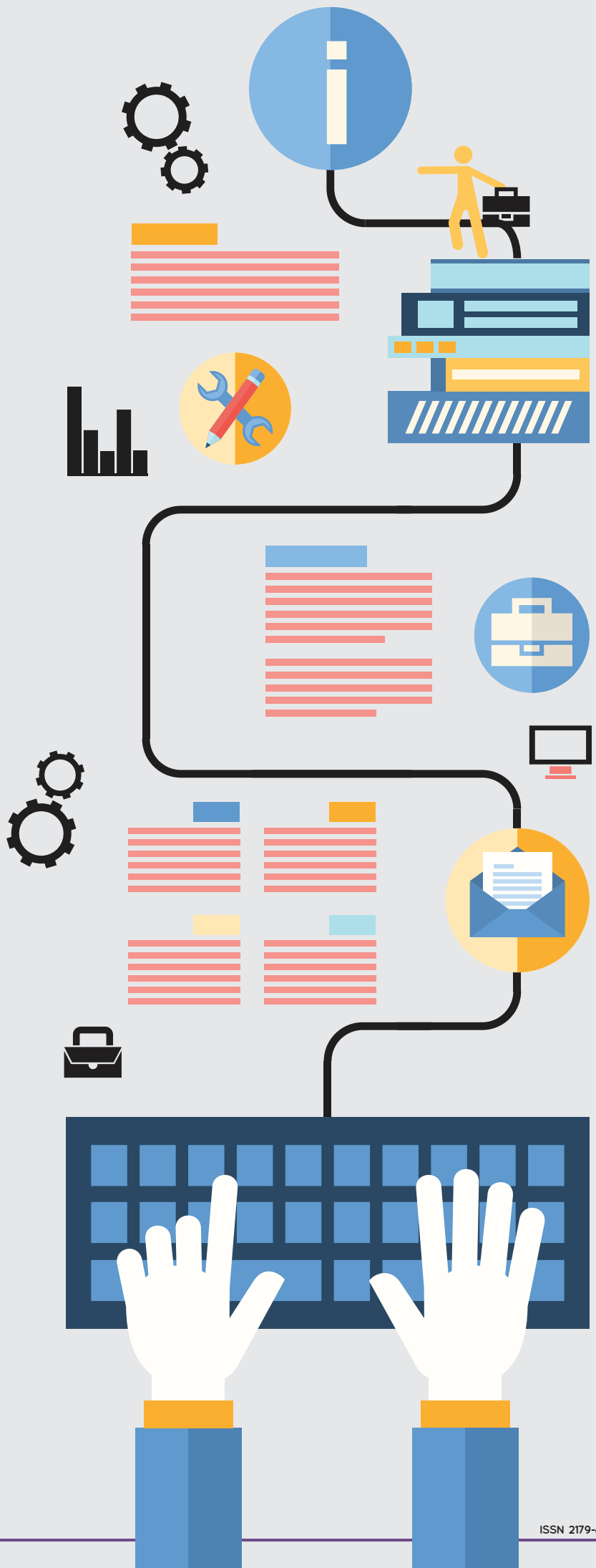
FINK, Bruce (1998). O sujeito laciano: entre a linguagem e o gozo. Jorge Zahar Editores, São Paulo.

LAPLANCHE, Jean e PONTALIS, Jean-Bertrand (1992). Vocabulário de Psicanálise. Martins Fontes, São Paulo.

Artigo: Nova forma de pensar acesso dia 18.08.2010
(<http://revistamelhor.uol.com.br/>)

Artigo: 10 empresas e líderes dos sonhos dos jovens brasileiros acesso dia 18.08.2010
(<http://www.administradores.com.br/>)

*Teacher, Having a Doctorate in
Clinical Psychology
E-mail: jorge@ibgm.org





O CAMPO DO CURRÍCULO NA EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR BRASILEIRA PÁGINAS DE UM FUTURO BOM

Kadja Michele Ramos Tenório* e Lucenilda Alves**

RESUMO: Esse estudo está inscrito no âmbito dos estudos curriculares, mais especificamente nas produções acerca do currículo da educação física escolar. Desde a origem dos estudos curriculares até a atualidade, segunda década do século XXI, diferentes foram/são os focos e influências que podem ser identificadas nas produções acerca de currículo na educação física escolar. Desta forma, o objetivo do presente estudo foi identificar quais os focos que vêm sendo dados às produções científicas acerca de currículo da educação física escolar no cenário brasileiro. Trata-se de um estudo bibliográfico - de abordagem qualitativa-descritiva - que teve como fonte de dados livros alguns artigos científicos de periódicos indexados ao sistema Web-Qualis da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Ensino Superior). Os dados foram tratados pela análise de conteúdo categorial por temática. Identificamos entre os focos presentes nas produções analisadas acerca de currículo na educação física escolar: as teorias curriculares, construção de currículos, organização curricular, questões das políticas curriculares, propostas curriculares, implementação curricular e prática curricular. Assim, apontamos a existência de um grande potencial promissor, tanto para o campo teórico quanto para o campo empírico, das produções acerca de currículo na educação física escolar. Haja vista que as contribuições das produções sinalizam um diálogo entre investigações da teoria e prática curricular na educação física escolar.

PALAVRAS-CHAVE: Currículo, educação física escolar, produção científica.

INTRODUÇÃO

As inquietações que conduzem as investigações no campo do currículo não são recentes. Segundo alguns autores (SOUZA JÚNIOR, 2007; SILVA, 2011), podemos apontar a segunda década do século XX como o marco cronológico dos estudos curriculares enquanto campo investigativo.

Neira e Nunes (2009), chamam a atenção que as publicações desse primeiro período do campo curricular, especificamente as relacionadas ao currículo educacional, foram notadamente alicerçadas nas ideias de eficiência do sistema econômico e social.

Com o passar dos anos, diversos foram os focos e influências que guiaram os estudos curriculares na educação física escolar brasileira.

Entre as influências sofridas no campo curricular brasileiro, Lopes (2008) e Lopes e Macedo (2011) destacam a Norte-americana. Para essas autoras, a influência chegou a se configurar como uma tentativa de transposição dos modelos americanos no cenário educacional brasileiro.

No que concerne a essa transposição, Moreira (2010) expressa discordância com as autoras acima ao apontar que a recepção de ideias estrangeiras não se dá sem a presença de interações e resistências entre

os contextos onde são produzidas e recepcionadas. Fato que nega o entendimento de transposição.

Diante desse contexto, o objetivo do presente estudo foi identificar quais os focos que vêm sendo dados às produções científicas acerca de currículo da educação física escolar no cenário brasileiro.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo compreende uma pesquisa do tipo bibliográfica de abordagem qualitativa-descritiva. Nossa opção por essa abordagem se deu pela possibilidade de a partir dela adentrarmos em questões do campo

curricular, na especificidade da educação física escolar, expressas em um universo subjetivo. (LUDKE e ANDRÉ, 1986; MINAYO, 2004; SEVERINO, 2007).

Utilizamos como fonte dos dados livros, artigos de periódicos indexados no sistema WebQualis da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Ensino Superior), teses e dissertações vinculadas a programas de Pós-Graduação de Universidades brasileiras. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo categorial por temática proposta por Bardin (2011).

TRAJETÓRIA DO CAMPO CURRICULAR NA EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR BRASILEIRA

Por ser a educação especificamente empreendida pela Escola, a observamos apontada por diversos autores como representante do aparelho ideológico de uma sociedade capitalista e da classe dominante (CASTELLANI FILHO, 1988; LIBÂNEO, 1989; APPLE, 2002; ROBERTO e MOURA, 2007; NEIRA e NUNES, 2008). Aparelho ideológico esse que irá por meio de diferentes mecanismos selecionar o corpo de conhecimentos que deverá ser contemplado por cada componente curricular. Aqui nos interessa, em especial, os relacionamentos com a Educação Física.

Foi buscando atender ao aparelho ideológico que as produções acerca de currículo na educação física escolar até a década de 90 do século XX, conforme Tenório et al. (2012), se concentraram em questões da construção curricular, sem preocupações explícitas com os desdobramentos que tal construção teria para a formação da identidade do aluno. Nesse momento, as produções científicas representadas em dissertações e teses são mais expressivas que os artigos científicos. Alertamos que a adjetivação mais expressiva não deve ser entendida como sinônimo de um elevado número de publicações, uma vez que o cenário político do Brasil até a década de 1980 restringia os estudos ao nível de Pós-Graduação.

A partir da década de 1990 as produções no campo do currículo acerca da educação física escolar expressam um crescimento quantitativo e ampliam-se os focos.

Pedra (1997) faz um levantamento histórico das várias definições atribuídas ao currículo e alerta para o fato do termo representar uma polissemia. Dentro dessa polissemia o autor aponta que é possível encontrar um eixo comum que seria o fato do currí-

culo ser visto como “o modo pelo qual se selecionam, classificam, distribuem e avaliam conhecimentos no espaço das instituições escolares.” (p.106). As justificativas das seleções e distribuições dos conhecimentos é exatamente o fator gerador da polissemia atribuída ao currículo. Uma vez que a depender do autor podem ser estabelecidos com o coletivo dessas escolhas os vínculos sociais, econômicos, políticos, ou ainda resultar do somatório desses três fatores.

No estudo de Saviani (1998), por exemplo, encontramos o estabelecimento de vínculo social ao conceito de currículo quando a autora traz a ampliação da ideia de Pedra (1997) acima apresentada e atribui ao currículo além das funções de ordenação, sequenciamento, dosagem de conteúdos, o papel de controlar o processo pedagógico em concordância com o público para o qual está voltado. E ainda ressalta a não existência de linearidade na construção do currículo.

Já Souza Júnior (2007, p.58) nos apresenta uma compreensão mais recente e complexa do currículo, e nos traz ele como: “[...] processo e produto da constituição dos saberes escolares, os quais passam por uma seleção, organização e sistematização do conhecimento.” Esse entendimento nos remete a necessidade do currículo ser compreendido como algo dinâmico, suscetível de mudanças e em especial de acompanhamento.

Para Neira e Nunes (2008), o currículo traz intrínseco às suas escolhas um empreendimento ético e político, orientado por questões como: o que se espera que o currículo produza? E por que determinado conhecimento deve ser contemplado no currículo? Com isso, o autor deixa explícita sua visão da influência política na construção curricular.

Não só macromarcadores sociais como a política estão presentes nas produções curriculares, também podemos identificar entre os focos a presença de micromarcadores sociais, entre eles: cultura e questão de gênero. A exemplo da produção de Pereira (2009) que analisa as experiências docentes proporcionadas pelos currículos baseadas na dança e no futebol e aponta a necessidade de se rever a questão de gênero nos currículos.

Nesse mesmo ano Neira e Nunes (2009) publicam o livro: Educação física, currículo e cultura onde discutem a questão da cultura na educação física escolar a partir das contribuições das Teorias Pós-críticas de currículo.

Em Pereira (2010), a questão central é a organização do trabalho pedagógico da educação física escolar no contexto da escola ciclada. Outro foco é dado por Souza (2011) ao realizar seu estudo curricular com destaque para a construção (processo e produto) de uma proposta curricular estadual para educação física escolar.

Abordando uma questão não recente, mas recorrente nas produções de forma implícita, Tenório et al. (2012) se propõe a investigar as teorias curriculares nos artigos científicos brasileiros no período de 1990 a 2011.

Sendo assim, identificamos diferentes focos ao longo da trajetória do campo curricular da educação física escolar no Brasil, mas que de forma geral as produções abordam como os saberes são organizados na instituição escola, envolvendo um processo de escolhas ancoradas em aspectos sociais, políticos e econômicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das produções acerca de currículo na educação física escolar analisadas, podemos inferir que as mesmas possuem diferentes focos. Identificamos e citamos didaticamente entre os focos: as teorias curriculares, construção de currículos, organização curricular, questões das políticas curriculares, propostas curriculares, implementação curricular e prática curricular.

É pertinente destacarmos que a exposição das produções se deu por ordem crescente cronologicamente, porém isso não significa que há uma linearidade temporal dos focos. Essa foi uma opção didática nossa para organização do presente estudo.

Assim, apontamos a existência de um grande potencial promissor, tanto para o campo teórico quanto para o campo empírico, das produções acerca de currículo na educação física escolar. Haja vista que as contribuições das produções sinalizam um diálogo entre investigações da teoria e prática curricular na educação física escolar.

REFERÊNCIAS

APPLE, Michael W. Educação e poder. Trad. Maria Cristina Monteiro. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

CASTELLANI FILHO, Lino. Educação física no Brasil: a história que não se conta. Campinas, SP: Papirus, 1988.

LOPES, Alice Casimiro. Políticas de integração curricular. Rio de Janeiro: UERJ, 2008.

LOPES, Alice Casimiro; MACEDO, Elizabeth. Teorias de currículo. São Paulo: Cortez, 2011.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 8 ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

MOREIRA, Antônio Flávio Barbosa. Antonio Flavio Moreira, pesquisador em currículo. PARAÍSO, Mar Lucy Alves (Org.). Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

NEIRA, Marcos Garcia; NUNES, Mario Luiz Ferrari. Pedagogia da cultura corporal: críticas e alternativas. 2ª ed. São Paulo: Phorte, 2008.

_____. Educação física, currículo e cultura. São Paulo: Phorte, 2009.

PEDRA, José Alberto. Currículo, conhecimento e suas representações. Campinas: Papirus, 1997.

PEREIRA, Eliene Lacerda. A educação física na organização do trabalho pedagógico em ciclos de aprendizagem na rede municipal do Recife. 2010. 214f. Dissertação de mestrado (Mestrado em Educação Física) – Universidade de Pernambuco/Universidade Federal da Paraíba, Recife, 2010.

PEREIRA, Fabio Alves dos Santos. Currículo, educação física e diversidade de gênero. 2009. 198f. Dissertação de mestrado (Mestrado em Educação: Currículo) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

ROBERTO, Joana de Angelis Lima; MOURA, Aline de Carvalho. A representatividade da educação física e do esporte na escola. In: ENCONTRO FLUMINENSE DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR, 11. 2007, Niterói. Anais..., Niterói, 2007. p.152-160.

SAVIANI, Nereide. Saber escolar, currículo e didática: problemas da unidade conteúdo/método no processo pedagógico. 2ª ed. Campinas: Autores Associados, 1998.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho Científico. 23. ed. rev. e. atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu da Silva. Documentos de identidade: uma introdução às teorias do currículo. 3ª ed. Belo

Horizonte: Autêntica, 2011.

SOUZA, Fábio Cunha de. A construção curricular da educação física na rede estadual de ensino de Pernambuco, 2007-2010. 2011. 201f. Dissertação de mestrado (Mestrado em Educação Física) – Universidade de Pernambuco/Universidade Federal da Paraíba, Recife, 2011.

SOUZA JÚNIOR, Marcílio Barbosa Mendonça de. A constituição dos saberes escolares na educação básica. 2007. 354f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

TENÓRIO, et. al. As teorias de currículo na educação física escolar: uma revisão sistemática. In: X COLÓQUIO SOBRE QUESTÕES CURRICULARES & VI COLÓQUIO LUSO BRASILEIRO DE CURRÍCULO. Anais..., Minas Gerais, 2012.

* Mestre em Educação Física pelo Programa Associado de Pós-Graduação UPE/UFPB. E-mail: kadjamichele@hotmail.com
** Graduanda em Educação física pela faculdade IBGM. E-mail: Lucenilda_alves@hotmail.com



THE FIELD OF CURRICULUM IN PHYSICAL EDUCATION OF BRAZILIAN SCHOOLS PAGES OF A GOOD FUTURE

Kadja Michele Ramos Tenório* e Lucenilda Alves**

ABSTRACT: This study is registered under curricular studies, the specificity of productions about the curriculum of physical education in schools. Since the origin of curriculum studies until today, the second decade of the 21st century, different were / are the focus and influences that can be identified in productions about the physical education curriculum in schools. Thus, the aim of this study was to identify which outbreaks have been given to the scientific production about the physical education curriculum in the Brazilian scenario. It is a bibliographic and descriptive qualitative approach that had as data source: books, scientific articles from journals indexed in the system Web-Qualis from Coordination of Improvement of Higher Education. The data were treated by analysis of categorical content by topic. Identified among the foci present in the productions analyzed on curriculum in physical education: curriculum theories, curriculum construction, curriculum, issues of curriculum policies, curriculum proposals, curriculum implementation and curriculum practice. Thus, we point to the existence of great potential promise, both for theoretical and for the empirical field of productions about the school physical education curriculum. Considering that the contributions of productions investigations indicate a dialogue between theory and practice in physical education curriculum.

KEYWORDS: Curriculum, physical education, scientific.

INTRODUCTION

Worries leading research in the field of curriculum are not new. According to some authors (JR SOUZA, 2007; SILVA, 2011) can point the second decade of the twentieth century as a chronological marker of curriculum studies as a field of investigation.

Neira and Nunes (2009) call attention to the publication of this first period of the field curriculum, specifically those related to educational curriculum, were remarkably grounded in the ideas of efficiency of economic and social system. Over the years several outbreaks and were the influences that guided stud-

ies curriculum in physical education in Brazil.

Among the influences on the field suffered curricular Brazilian Lopes (2008) and Lopes and Macedo (2011) and highlight the U.S.. For these authors the influence came to be configured as an attempt to transpose American models in the Brazilian educational scenario.

With regard to the transposition Moreira (2010) expressed disagreement with the authors point out that the above received from foreign ideas does not happen without the presence of interactions between resistance and the contexts in which they are produced and approved upon. This fact negates the understanding of

transposition.

Given this context, the objective of this study was to identify outbreaks that have been given the scientific production about the physical education curriculum in the Brazilian scenario.

METHODOLOGICAL ASPECTS

This study includes a survey of the type of bibliographic and descriptive qualitative approach. Our choice of this approach was the possibility from it to enter into the curricular issues field, the specificity of physical education, expressed in a subjective universe. (Ludke and ANDRÉ, 1986; MINAYO, 2004; SEVERINO, 2007). Our sources of data books, journal

articles indexed in the system WebQualis the Coordination of Improvement of Higher Education Personnel (CAPES), thesis and dissertation programs related to Postgraduate of Brazilian universities.

Data were treated by analysis of categorical content by topic proposed by Bardin (2011).

TRAJECTORY OF THE PHYSICAL EDUCATION CURRICULUM FIELD IN SCHOOLS OF BRAZIL

Firstly, because education, here specifically undertaken by school social institution in capitalist society representing the interests of the ruling class, have the school mentioned by various authors as representative of the ideological apparatus (CASTELLANI SON, 1988; LIBÂNEO, 1989; APPLE, 2002; ROBERTO and MOURA, 2007; NEIRA and NUNES, 2008). This ideological apparatus that will through different mechanisms select the body of knowledge that should be contemplated by each curriculum component. Here we are concerned, in particular those related to physical education.

The yields about curriculum in physical education until the 90s of the twentieth century, as Tenorio et al. (2012) focus on issues of curriculum construction, trying to meet the ideological apparatus, without explicit concern with the ramifications that such a construction would have on the student's identity formation. Right now the productions represented in scientific dissertations and theses are more expressive than scientific articles. We caution that the most expressive adjectives should not be understood as synonymous with a high number of publications since the political landscape of Brazil to the 1980 restricted the studies at the Graduate.

From the 1990's productions in the field of physical education curriculum on the school express a quantitative growth and to expand the focus.

Pedra (1997) is a historical survey of the various definitions assigned to the curriculum, and warns of the term represent a polysemy. Within this polysemy the author points out that it is possible to find a common axis would be the fact that the curriculum be seen as "the way in which you select, classify, evaluate and distribute knowledge within the schools." (page 106). The justifications of the selections and distributions of knowledge is exactly the generating factor of polysemy attributed to the curriculum. Since depending on the author

can be established with the collective choices of those links social, economic, political, or even result in the sum of these three factors.

In the study of Saviani (1998), for example, we find the establishment of social ties to the concept of curriculum when the author brings the idea of expanding the idea of Pedra (1997) presented above and beyond the curriculum attaches to sorting functions, sequencing, dosage content, the role of controlling the educational process in accordance with the public for which it returned. And further underscores the lack of linearity in the construction of the curriculum.

Souza Júnior (2007, p.58), however, presents a more recent and complex curriculum, and brings him as: "[...] the process and product of the constitution of school knowledge, which undergo a selection, organization and systematization of knowledge." This understanding leads us the need for the curriculum to be understood as something dynamic, capable of change and in particular monitoring.

To Neira and Nunes (2008) the intrinsic curriculum brings their choices an enterprise ethical and political, guided by questions such as what the curriculum is expected to produce? And why certain knowledge must be considered in the curriculum? Thus the author makes explicit his view of political influence in curriculum construction.

Not only macro markers social, like politics, are present in curricular productions, we can also identify the presence of foci of social micro markers, including: culture and gender. Like the production Pereira (2009) that analyzes the teaching experiences provided by curriculum-based dance and soccer and highlights the need to revisit the issue of gender in the curriculums.

That same year Neira and Nunes (2009) published the book: Physical education, curriculum and culture where they discuss the issue of culture in physical education from the contributions of the Post-Critical Theories of curriculum.

In Pereira (2010) the central issue is the organization of the work of teaching physical education in the context of cycling school.

Another focus is given by Souza (2011) to carry out their study curriculum with emphasis on the construction (process and product) of a state-wide curriculum for physical education.

Addressing a question not recent but recurring in productions implicitly

Tenorio et al. (2012) proposes to investigate theories in curriculum Brazilian scientific articles from 1990 to 2011.

Thus, we identified different foci along the trajectory of the field of physical education curriculum in Brazil, but in general the productions discuss how knowledge is organized in the school institution, involving a process of choices anchored in aspects members, political and economic.

FINAL THOUGHTS

Faced productions about the school physical education curriculum analyzed infer that they have different foci. We identify and cite didactically between foci: theories curriculum, the curriculum, curriculum, curriculum policy issues, curriculum proposals, curriculum implementation and curriculum practice.

It is pertinent to point out that exposure of productions took place in ascending order chronologically, but that does not mean that there is a linear temporal focus. This was an option for our didactic organization of this study.

Thus, we point to the existence of great potential promise, both for theoretical and for the empirical field of productions about the school physical education curriculum. Considering that the contributions of productions investigations indicate a dialogue between theory and practice in physical education curriculum.

REFERENCES

- APPLE, Michael W. Educação e poder. Trad. Maria Cristina Monteiro. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.
- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CASTELLANI FILHO, Lino. Educação física no Brasil: a história que não se conta. Campinas, SP: Papyrus, 1988.
- LOPES, Alice Casimiro. Políticas de integração curricular. Rio de Janeiro: UERJ, 2008.
- LOPES, Alice Casimiro; MACEDO, Elizabeth. Teorias de currículo. São Paulo: Cortez, 2011.
- LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 8 ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

MOREIRA, Antônio Flávio Barbosa. Antonio Flavio Moreira, pesquisador em currículo. PARAÍSO, Marluicy Alves (Org.). Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

NEIRA, Marcos Garcia; NUNES, Mario Luiz Ferrari. Pedagogia da cultura corporal: críticas e alternativas. 2ª ed. São Paulo: Phorte, 2008.

_____. Educação física, currículo e cultura. São Paulo: Phorte, 2009.

PEDRA, José Alberto. Currículo, conhecimento e suas representações. Campinas: Papirus, 1997.

PEREIRA, Eliene Lacerda. A educação física na organização do trabalho pedagógico em ciclos de aprendizagem na rede municipal do Recife. 2010. 214f. Dissertação de mestrado (Mestrado em Educação Física) – Universidade de Pernambuco/Universidade Federal da Paraíba, Recife, 2010.

PEREIRA, Fabio Alves dos Santos. Currículo, educação física e diversidade de gênero. 2009. 198f. Dissertação de mestrado (Mestrado em Educação: Currículo) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

ROBERTO, Joana de Angelis Lima; MOURA, Aline de Carvalho. A representatividade da educação física e do esporte na escola. In: ENCONTRO FLUMINENSE DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR, 11. 2007, Niterói. Anais..., Niterói, 2007. p.152-160.

SAVIANI, Nereide. Saber escolar, currículo e didática: problemas da unidade conteúdo/método no processo pedagógico. 2ª ed. Campinas: Autores Associados, 1998.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho Científico. 23. ed. rev. e . atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu da Silva. Documentos de identidade: uma introdução às teorias do currículo. 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

SOUZA, Fábio Cunha de. A construção curricular da educação física na rede estadual de ensino de Pernambuco, 2007-2010. 2011. 201f. Dissertação de mestrado (Mestrado em Educação Física) – Universidade de Pernambuco/Universidade Federal da Paraíba, Recife, 2011.

SOUZA JÚNIOR, Marcílio Barbosa Mendonça de. A constituição dos saberes escolares na educação básica. 2007. 354f. Tese (Doutorado em

Educação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

TENÓRIO, et. al. As teorias de currículo na educação física escolar: uma revisão sistemática. In: X COLÓQUIO SOBRE QUESTÕES CURRICULARES & VI COLÓQUIO LUSO BRASILEIRO DE CURRÍCULO. Anais..., Minas Gerais, 2012.

* Master in Physical Education at Associate Postgraduate program of UPE/UFPB. E-mail: kadjamichele@hotmail.com
** Having a graduate in Physical Education at IBGM. E-mail: Lucenilda_alves@hotmail.com



VIBRAÇÃO DE CORPO INTEIRO O TREINAMENTO DO FUTURO PARA IDOSOS

Maíra Florentino* e Rafaela Barros de Sá**

RESUMO: O envelhecimento é um processo dinâmico e progressivo, que promove diminuição da função de todos os sistemas. O decréscimo da função cardiopulmonar nos idosos resulta em diminuição da tolerância ao exercício e dispnéia, limitando ainda mais a capacidade de exercício e a qualidade de vida. Uma nova modalidade de treinamento que vem sendo utilizada para manter a funcionalidade em idosos é a vibração de corpo inteiro. Sendo assim, o objetivo do estudo foi avaliar os efeitos da vibração de corpo inteiro nos valores ergoespirométricos e força em 25 idosos (66,5 ± 2,6 anos) randomizados nos grupos exercícios resistidos e plataforma. O treinamento ocorreu três vezes na semana durante três meses, com um grupo realizando treinamento de resistência e simulando a plataforma e outro grupo realizando a plataforma e simulando o exercício resistido. Foram avaliados o VO_2 , VCO_2 , VE , R , pulso de O_2 e as relações VE/VO_2 e VE/VCO_2 nos momentos máximo e limiares pela ergoespirometria, além da força de preensão palmar através de hand-grip. O grupo plataforma aumentou os valores ergoespirométricos $VO_{2máx}$, VCO_2 e a relação VE/VCO_2 . O percentual de uso da reserva cardíaca aumentou somente no grupo plataforma 49,9 com $p < 0,001$. Os dados de força de preensão palmar não mostraram diferenças entre os grupos. Este estudo mostra que o treinamento em plataforma vibratória aumenta tanto a força periférica quanto o $VO_{2máx}$ em idosos, podendo ser considerado um método de treinamento combinado para esta parcela da população.

PALAVRAS-CHAVE: VO_2 , idosos, vibração de corpo inteiro.

INTRODUÇÃO

A vibração é um movimento rápido e oscilatório empregado em todos os eixos: x, y e z (ERSKINE et al, 2007). Surgiu na década de 70, na ex-união Soviética, com o objetivo de combater a perda óssea e muscular dos astronautas, causadas pela hipogravidade (LORA et al, 2009). Os primeiros estudos foram na osteoporose e o bom resultado incitou seu desenvolvimento, reduzindo o tamanho dos aparelhos.

Novos estudos mostram que a vibração de baixa frequência e amplitude melhora o sistema muscular, produzindo respostas similares ao exercício de resistência (MELNYK et al, 2008), podendo ser utilizada em qualquer faixa etária. Atualmente nos idosos, tem sido aplicada na osteoporose e preparação física (CARDINALE e WAKELING et al, 2005).

Em geral, o aumento da idade está associado a um declínio na força muscular e aptidão cardiorrespiratória. A perda de massa muscular, o descondicionamento e as alterações no pulmão e gradil costal resultam em diminuição da insuflação máxima e restrição da ventilação pulmonar (MELNYK et al, 2008). O decréscimo da função cardiopulmonar reduz a tolerância ao exercício, com queda anual de 1 no consumo máximo de O₂ (VO₂máx), que limita a capacidade de exercício, transformando-se num processo progressivo.

Para reduzir a ação da sarcopenia e do descondicionamento, são indicados exercícios resistidos e aeróbicos para os idosos, além de novíssimas modalidades, como a plataforma vibratória (BOGAERTS et al, 2009). Perante a escassez de estudos sobre os seus efeitos na função cardíaca, o objetivo deste estudo foi verificar os efeitos da vibração sobre este sistema e a força periférica em idosos saudáveis.

MÉTODOS

Design: ensaio clínico controlado, randomizado e duplo-cego, aprovado no Comitê de Ética e Pesquisa em Seres Humanos no número 060/11, com assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido.

Participantes: 25 idosos, com os seguintes critérios de inclusão: idade entre 60 e 74 anos (OMS, 2010), sedentários e sem doenças referidas. Os indivíduos deveriam alcançar o primeiro limiar respiratório na ergo-

espirometria, considerado após atingir dois dos eventos: subida do quociente respiratório (R)=1,1; perda de linearidade entre as curvas da ventilação (VE) e consumo máximo de oxigênio (VO₂), presença de platô de VO₂ ou de frequência cardíaca (FC) ou aumento progressivo de Pet O₂ (volume de O₂ ao final da expiração).

Para exclusão, foram considerados: tabagismo atual ou prévio, trombose, labirintite, diabetes, osteoporose, doenças neuromusculares, comorbidades pulmonares/cardíacas, alterações eletrocardiográficas ao repouso ou exercício e indivíduos com dificuldades de adaptação aos protocolos.

Avaliação: foram avaliados a frequência cardíaca (FC) e saturação periférica de Oxigênio (SpO₂) no oxímetro digital Ônix (Nonim, 9500, USA), frequência respiratória, pressão arterial e avaliação antropométrica, calculando o índice de massa corpórea.

O nível de exercício foi estadiado pelo IPAQ versão curta. A força manual foi avaliada com hand grip Jamar® (Enterprises Inc., Irvington, USA) em três manobras isométricas máximas na mão dominante, determinada como a escolhida para assinar, obtendo a média seguindo as diretrizes da posição 2 da American Society of Therapists of the Hand (FIGUEIREDO et al, 2007).

A avaliação ergoespirométrica foi realizada por uma cardiologista, num teste máximo esforço-limitante numa esteira Centrium 300, Micromed, Brasil, com software ErgoPC Elite®, acoplado ao eletrocardiógrafo Micromed, Brasil e um Ergoespirômetro Cortex Metamax, Leipzig, Alemanha. Para o exame, foi aferido o eletrocardiograma de repouso e foi acoplada uma máscara oronasal com saída para um ventilômetro. Utilizou-se o protocolo de rampa (WINTER et al, 1994) aferindo a cada dois minutos a dispnéia, pressão arterial, SpO₂ e eletrocardiograma. O exame foi finalizado após atingir o limiar e a coleta dos valores foi feita respiração por respiração.

Ao fim dos 03 meses do programa, foi coletada a FC imediatamente após a última sessão, a fim de calcular o percentual de uso da reserva cardíaca.

Procedimentos: os indivíduos foram randomicamente alocados através do software sorteio virtual Mais 2.0:

RESISTIDOS (n=11): realizaram exercícios resistidos e um sham para plataforma.

PLATAFORMA VIBRATÓRIA (n=14): realizaram um sham para exercícios resistidos e treinamento na plataforma.

Treinamento resistido: Realizado nos membros superiores e inferiores, num aparelho de musculação Mega II, Movement®, utilizando as diretrizes do American College of Sports Medicine (ACSM) para idosos, iniciando em duas séries de 08 repetições com 75 do peso de uma repetição máxima (RM), incrementando em duas séries de 12, finalizando com duas séries de 15. Os exercícios foram realizados nos grupos flexores e extensores do braço, antebraço, perna e coxa.

Treinamento plataforma vibratória: Realizado na plataforma MY3 (Power Plate®, MY3, Reino Unido) com frequência de 35 Hz, nos três eixos. Foi solicitada uma semi-flexão dos joelhos à 15° para reduzir a transmissão axial ao crânio (RUAN et al, 2008). A amplitude foi de 02 mm, aumentando até 04 mm. A duração inicial foi de 10 minutos, progrediu para 15, finalizando com 20 minutos. O tempo de descanso entre as séries foi de 01 minuto. A norma ISO 2631-1 estabelece este tempo de exposição à vibração como seguro (ISO, 1997).

O sham para a plataforma foi realizado com o equipamento desligado e um aparelho de som reproduzindo o ruído, além disto, os indivíduos não tinham contato com os que realizaram a plataforma. Para o exercício resistido, O sham foi realizado com os movimentos similares sem carga. Os protocolos duraram 12 semanas, três vezes por semana.

ANÁLISE ESTATÍSTICA

Os dados foram normais e homogêneos segundo os testes de Kolmogorov-Smirnov e Levene. Utilizou-se o teste t-student para a análise intergrupos e intragrupos. O cálculo amostral foi a partir de um piloto com 05 idosos com poder (1-) de 80 e um de 5 , no VO₂ máx. Foi utilizado o SPSS 15.0 para análise.

RESULTADOS

O fluxograma na Figura 1 mostra a distribuição dos indivíduos.

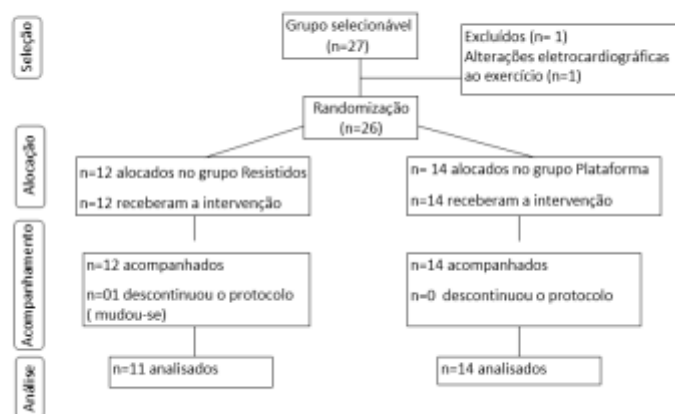


FIGURA 1: Fluxograma de Alocação dos Sujeitos no estudo

TABELA 1: Variáveis Antropométricas, Sinais Vitais e Dinamometria na Fase Inicial

VARIÁVEL	Resistidos (n=11)	Plataforma (n=14)	P VALOR
Idade (anos)	68,2 ± 2,4	66,4 ± 2,6	0,378
Sexo (M/F)	06 / 05	07 / 07	-
IMC (kg/m ²)	22,1 ± 1,2	23,7 ± 2,1	0,843
FC (bpm)	76,3 ± 5,4	80,1 ± 4,1	0,451
FR (lpm)	16,2 ± 3,1	17,6 ± 2,1	0,892
SpO ₂ (%)	97,4 ± 1,3	97,8 ± 2,0	0,934
Dinamometria (Kgf)	23,6 ± 2,4	22,4 ± 1,9	0,851

IMC: índice de massa corporal; FC: frequência cardíaca; FR: frequência respiratória; SpO₂: saturação periférica de oxigênio; Kgf: quilograma-força. Testes de Kolmogorov-Smirnov e Levene.

A análise da dinamometria não mostrou resultados diferentes entre os grupos. O teste t-Student mostrou ganhos significativos nos dois grupos pós-treino com os seguintes valores: Resistidos 39,1 ± 4,8 (p=0,03) e Plataforma com 34,6 ± 5,0 (p=0,04). Nos dados ergoespirométricos após o treino, o grupo Plataforma aumentou o VO₂, VCO₂ e o VE/VCO₂ durante o esforço máximo e o primeiro limiar.

TABELA 2: Dados Ergoespirométricos Entre os Grupos

VALORES	Pré-treino			Pós-treino		
	Resistidos (n=11)	Plataforma (n=14)	p	Resistidos (n=11)	Plataforma (n=14)	p*
VO _{2 máx} (ml/kg/min ⁻¹)	18,3±2,7	19,1±2,4	0,68	19,9 ± 2,7	25,2 ± 1,6	0,00*
VCO _{2 máx} (ml/kg/min ⁻¹)	20,4±4,6	21,7±1,8	0,27	21,3 ± 5,1	28,1 ± 1,8	0,00*
VE/VO _{2 máx}	31,1±2,8	31,9±4,0	0,10	31,3 ± 3,5	36,8 ± 5,6	0,07
VE/VCO _{2 máx}	28,0±2,0	27,8±2,3	0,49	29,2 ± 2,5	36,4 ± 3,1	0,00*
VE _{1lin} (l/min)	46,2±10,4	41,1±6,3	0,18	42,1 ± 6,2	47,4 ± 6,3	0,79
R _{1lin}	1,1±0,1	1,2±0,1	0,27	1,1 ± 0,1	1,1 ± 0,1	0,26
VO _{2 L1} (ml/kg/min ⁻¹)	16,9±2,1	15,8±3,5	0,48	18,0 ± 2,6	25,7 ± 5,1	0,00*
VCO _{2 L1} (ml/kg/min ⁻¹)	19,7±4,9	16,3±5,7	0,76	22,6 ± 5,6	29,6 ± 4,4	0,02*
VE/VO _{2 L1}	24,7 ± 6,1	24,6±4,8	0,41	22,6 ± 6,5	25,9 ± 5,8	0,56
VE/VCO _{2 L1}	27,3±1,5	26,1±3,3	0,62	29,0 ± 2,0	32,0 ± 2,8	0,05

VO_{2 máx}: consumo máximo de Oxigênio; VCO_{2 máx}: volume de dióxido de Carbono; VE: ventilação pulmonar; R: quociente respiratório; L1: primeiro limiar; p* = Plataforma versus Resistidos.

Teste t-Student p=0,05

A análise da dinamometria não mostrou resultados diferentes entre os grupos. O teste t-Student mostrou ganhos significativos nos dois grupos pós-treino com os seguintes valores: Resistidos 39,1 ± 4,8 (p=0,03) e Plataforma com 34,6 ± 5,0 (p=0,04). Nos dados ergoespirométricos após o treino, o grupo Plataforma aumentou o VO₂, VCO₂ e o VE/VCO₂ durante o esforço máximo e o primeiro limiar.

Pré-treino, 03 indivíduos de cada grupo alcançaram o segundo limiar respiratório. Após o treinamento, apenas o grupo plataforma obteve aumento, passando para 09 (36 %) com p<0,001,

enquanto o grupo resistidos permaneceu com 03. Valores significativos também foram encontrados no percentual de uso da reserva cardíaca no grupo plataforma. O grupo Exercícios Resistidos aumentou 27,3 %, com médias de 32,70 ± 11,95 bpm, enquanto o grupo Plataforma aumentou 49,9 %, com médias 59,3 ± 10,11 bpm (p<0,01).

DISCUSSÃO

Este estudo mostra que o grupo Plataforma aumentou a força periférica e o VO₂ e o VCO₂, parâmetros padrão ouro na mensuração da capacidade de exercício, podendo considerar a plataforma como um excelente método de treinamento para idosos, aliando os ganhos do treinamento resistido e aeróbico.

Houve aumento da força após a utilização da Plataforma, corroborando diversos estudos (RUBIN et al, 2004; ROELANTS et al 2004), significando que a plataforma possui a mesma eficácia que o treinamento resistido, inovando por não promover desgaste articular por ser um exercício estático (POOLE et al, 1994).

A vibração impõe uma força superior à gravidade, estimulando receptores músculo-tendíneos a uma contração reflexa para amortecer as ondas vibratórias e se adaptar à nova posição. A estimulação rápida e contínua gera três respostas: a contração sustentada ou reflexo tônico-vibratório; a depressão da excitabilidade dos motoneurônios dos antagonistas por inibição recíproca e a repressão da via monossináptica do reflexo miotático (WINTER et al, 1994). Portanto, o aumento do desempenho muscular está vinculado a melhoras na adaptação neurofisiológica e não a mudanças morfológicas, como hipertrofia.

Entretanto, o exercício resistido não permitiu incremento do VO₂, semelhante aos resultados encontrados no estudo de Alway em 1996, com jovens e idosos. O treinamento resistido possui um componente isométrico que sobrecarrega a pressão arterial, causando hipertrofia cardíaca concêntrica, sem aumento das câmaras internas, onde a contratilidade é alterada e o débito cardíaco mantido (ZDRAVKOVIC et al, 2011), não interferindo no VO₂, a menos que promova grande hipertrofia. Já os exercícios aeróbicos são consensuais em melhorar o VO₂.

A plataforma elevou o VO₂ máx, semelhante aos resultados de Bogaerts et al em 2009, com plataforma, onde houve incremento do VO₂ de pico no cicloergômetro, com aumento da FC de reserva e do tempo para atingir o pico. Não se sabe ao certo qual mecanismo atua na melhoria da aptidão cardiopulmonar, mas sabe-se que há maior afluxo sanguíneo muscular, abrindo circulação lateral capilar e otimizando a função vascular (HERRERO et al, 2011).

A redução da resistência vascular periférica aumenta o fluxo de sangue ao coração, gerando hipertrofia excêntrica, com aumento da câmara cardíaca, do volume de ejeção e débito cardíaco, aumentando o VO₂ (KERSCHAN-SCHINDL et al, 2001). O ganho de VO₂ e VCO₂ na plataforma seria promovido pela constante exigência das fibras oxidativas, aumentando tamanho e número de mitocôndrias, quantidade de mioglobina e o rendimento do sistema enzimático, gerando mais ATP mediante a fosforilação oxidativa, que é finalizada com CO₂ (ALMEIDA e ARAUJO, 2003), justificando o aumento

deste parâmetro. Além disso, alterações oxidativas aumentam o O₂ extraído do sangue, melhorando a capacidade do músculo para utilizá-lo. Exercícios aeróbicos intensos submetem os músculos à oxidação lipídica a partir de 05 minutos do início da atividade enquanto o reflexo tônico-vibratório produz contração contínua até um platô, atingido aos 30 segundos (CARDINALE e WAKELING, 2005). Já o aumento da VE/VCO₂ ocorrida no nosso estudo, reflete um esforço em direção ao segundo limiar respiratório (WINTER et al, 1994). À medida que o nível de esforço aumenta, o pH se reduz pela produção de lactato. Para compensar, a VE aumenta, ajustando o pH. Esta compensação contra a acidose láctica resulta no aumento de VE/VCO₂, indicativo de melhor capacidade de exercício. Além disto, o ACSM em 1998, mostra incremento do VO₂ após um treinamento que utilize entre 40 e 85 % da FC de reserva. Neste estudo, a FC de reserva na plataforma aumentou 49,9 %. O aumento da FC ao exercício visa aumentar a contratilidade atrial e a velocidade de condução da onda gerada pelo nodo sino-atrial.

CONCLUSÃO

A elevação do VO₂máx é importante por ser internacionalmente aceita como melhor parâmetro para avaliar o rendimento durante o esforço, a capacidade funcional e quantificar o efeito do treinamento. Desta forma, a plataforma mostra-se uma excelente alternativa futura para treinar o sistema cardiopulmonar e incrementar a força muscular ao mesmo tempo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M.B., ARAUJO, C.G.S. Effects of aerobic training on heart rate. *Rev Bras Med Esporte*; v. 9, n. 2, p. 113-120, 2003.

ALWAYS, S.E.; COGGAN, A.R.; SPROUL, M.S. et al. Muscle torque in young and older untrained and endurance-trained men. *J Gerontol A Biol Sci Med Sci*; v.51, p.195-201, 1996.

American College of Sports Medicine 1998. Position Stand. Exercise and physical activity for older adults. *Med Sci Sports Exerc* v.30, p.992-2008.

BOGAERTS, A.; DELECLUSE, C.; CLAESSENS, A.L. et al. Effects of whole body vibration training on cardiorespiratory fitness and muscle strength in older individuals (a 1-year randomized controlled trial) *Age and Ageing*; v. 38, p.448-454, 2009.

CARDINALE, M.; WAKELING J. Whole body vibration exercise: are vibrations good for you? *Br J Sports Med*,

v.39, p.585-589, 2005.

ERSKINE, J.; SMILLIE, I.; LEIPER, J. et al. Neuromuscular and hormonal responses to a single session of whole body vibration exercise in healthy young men. *Clin Physiol Funct Imaging* v.27, p.242-248, 2007.

FIGUEIREDO I, SAMPAIO RF, MANCINI MC, SILVA FCM, SOUZA MAP. Teste de força de preensão utilizando o dinamômetro Jamar. *Acta Fis*; v.14, p.104-10, 2007.

HERRERO, A.J., MENENDEZ, H., GIL, L. et al. Effects of whole-body vibration on blood flow and neuromuscular activity in spinal cord injury. *Spinal Cord*; v. 49, p.554-559, 2011.

International Standards Organization: Mechanical Vibration and Shock - Evaluation of Human Exposure to Whole Body Vibration. Part 1: General Requirements. International Standard ISO 2631-1. International Standards Organization, Geneva, Switzerland, 1997.

KERSCHAN-SCHINDL, K., GRAMPP, S., HENK, C. et al. Whole-body vibration exercise leads to alterations in muscle blood volume. *Clin Physiol*; v.21, p. 377-382, 2001.

LORA, M. H; CORRALES, B. S.; PÁEZ, L. C. et al. Respuesta cardiovascular y respiratoria aguda derivada de la aplicación de estímulos vibratorios de diferente magnitud. *Apunts Med Esport* v. 45, p.23-30, 2010.

MELNYK, M; KOFLER, B.; FAIST, M. et al. Effect of a Whole-Body Vibration Session on Knee Stability. *Int J Sports Med*; v.29, p.839-844, 2008.

POOLE, D.C., BARSTOW, T.J., GAESSER, G.A. VO₂ slow component: physiological and functional significance. *Med Sci Sports Exerc*; v.26, p.1354-1358, 1994.

ROELANTS, M.; DELECLUSE, C.; VERSCHUEREN, S.M. Whole-body vibration training increases knee-extension strength and speed of movement in older women. *J Am Geriatr Soc*; v.52, p.901-8, 2004.

RUAN, X.Y.; JIN, F.Y.; LIU, Y.L.; PENG, Z.L.; SUN, Y.G. Effects of vibration therapy on bone mineral density in postmenopausal women with osteoporosis. *Chin Med J*; v. 121, p. 1155-1158, 2008.

RUBIN, C.; POPE, M.; FRITTON, J.C. et al. Transmissibility of 15-hertz to 35-hertz vibrations to the human hip and lumbar spine: Determining the physiologic feasibility of delivering low-level anabolic mechanical stimuli to skele-

tal regions at greatest risk of fracture because of osteoporosis. *Spine*, v. 28, p.2621-2627, 2003.

WINTER, A.J., GITT, A.K., FRITSCH, J. et al. Methodologic aspects of modern, computerized ergospirometry (CPX): ramp program, constant workload test and CO₂ rebreathing method. *Z Cardiol*; v.83, p.013-026, 1994.

ZDRAVKOVIC, M., VUJUSI -TESIC, B., KROTIN, M. et al. Echocardiography in sports cardiology: LV remodeling in athletes' heart — Questions to be answered. *Interv Med Appl Sci*; v. 3, p. 120-123, 2011.

* Mestre em Fisioterapia pela UFPE. Atualmente é professora da Faculdade IBGM nos cursos de Fisioterapia e Enfermagem, além de fisioterapeuta intensivista atuando em cárdio-pulmonar. Integrante do grupo de pesquisa em Fisiologia e Fisioterapia Respiratória na UFPE, vinculado ao CNPq.

**Bacharel em Fisioterapia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Mestre em Fisioterapia pela UFPE e integrante do grupo de pesquisa em Fisiologia e Fisioterapia Respiratória da mesma universidade. Professora do curso de Fisioterapia da faculdade IBGM. Fisioterapeuta intensivista dos hospitais Real Hospital Português (RHP) e Instituto Materno Infantil Profº Fernando Figueira - IMIP.



WHOLE BODY VIBRATION TRAINING OF FUTURE FOR ELDERLY

Maíra Florentino* e Rafaela Barros de Sá**

ABSTRACT: Aging is a dynamic and progressive process, which decreased system function. Decreased cardiopulmonary function in elderly results in reduce in exercise tolerance and increase dyspnea. A new training modality that has been used to maintain functionality in the elderly is a whole body vibration. Thus, the aim of the study was to evaluate the effects of whole body vibration on the ergospirometric values and strength in 25 elderly (66.5 ± 2.6 years) randomized in Resistance group and Platform. The training happened three times per week for 03 months, with a group performing resistance training and simulating the platform and another group performing the platform and simulating resistance exercise. Were assessed the VO_2 , VCO_2 , VE , R , O_2 pulse and relationships VE/VO_2 and VE/VCO_2 in the maximum thresholds and limiar moments for ergospirometric, beyond the grip strength using hand-grip. In results the platform group increased values ergoespirometric, VO_{2max} , VCO_2 and VE/VCO_2 relationship. The usage percentage of heart rate reserve increased by only in Platform group 49.9% with $p < 0.001$. The data of grip strength showed no difference between groups. In conclusion, this study shows that training in vibration platform increases both parameters, peripheral strength and the VO_{2max} in the elderly and may be considered a method of combined training for this population.

KEYWORDS: VO_2 , the elderly, whole body vibration.

INTRODUCTION

The vibration is a fast moving and oscillating employee in x, y and z axes. Appeared in the 70's, in former Soviet Union, aiming to combat the loss of muscle and bone in astronauts caused by loss gravity (LORA et al, 2009). Initial studies brought good results in osteoporosis and encouraged development, reducing the size of devices.

New studies show that low-frequency vibration and amplitude improves the muscular system, producing similar responses to resistance exercise (MELNYK et al, 2008) and may be used at any age. Currently in the elderly, has been applied in osteoporosis and physical preparation (CARDINALE & WAKELING et al, 2005).

Generally, the increasing age is associated with a decline in muscle strength and cardiorespiratory function. The loss of muscle mass, deconditioning and changes in the lung and rib cage, result in reduced inflation and restriction of maximal pulmonary ventilation (MELNYK et al, 2008). The decrease in cardiopulmonary function reduces exercise tolerance, with 1 annual decline in maximal O₂ uptake (VO₂max), limiting the ability to exercise, becoming a progressive process.

To reduce the effect of sarcopenia and deconditioning, are indicated aerobic and resistance exercises for elderly, and very new procedures such as the vibrating platform (BOGAERTS et al, 2009). Given the scarcity of studies on its effect on cardiac function, the objective of this study was to evaluate the effects of vibration on this system and peripheral strength in healthy elderly

METHODS

Design: a randomized controlled trial, double-blind, approved by the Ethics Committee on Human Research at number 060/11, with signing an informed consent.

Participants: 25 elderly, with the inclusion criteria: age between 60 and 74 years (WHO, 2010), sedentary and without mentioned diseases. Individuals should achieve the first threshold in respiratory cardiopulmonary exercise testing, considered after meeting two of the events: rising of the respiratory quotient (R) = 1.1, loss of linearity between the curves of ventilation (VE) and maximal oxygen consumption

(VO₂), presence of VO₂ or heart rate (HR) plateau or progressive increase of Pet O₂ (O₂ volume end-expiratory).

For exclusion were considered: current or prior smoking, thrombosis, labyrinthitis, diabetes, osteoporosis, neuromuscular/pulmonary/cardiac disorders, electrocardiographic abnormalities at rest or exercise and individuals with difficulties in adapting protocols.

Evaluation: been assessed heart rate (HR) and peripheral oxygen saturation (SpO₂) in digital oximetry (Onyx Nonim, 9500, USA), respiratory rate, blood pressure and anthropometric measurements, calculating the body mass index.

The level of exercise was staged by the IPAQ short version. The strength was evaluated with hand grip Jamar[®] (Enterprises Inc., Irvington, USA) in three maximal isometric maneuvers on the dominant hand, determined as the chosen for signing, obtaining the average, through the guidelines of American Society of Therapists of the Hand, in position 2 (FIGUEIREDO et al, 2007).

The ergospirometric evaluation was performed by a cardiologist in a maximal stress-limiting test on a treadmill Centrium 300, Micromed, Brazil, with ErgoPC Elite[®] software, coupled with the electrocardiograph Micromed, Brazil and ergospirometer Metamax Cortex, Leipzig, Germany. For the examination was measured the resting electrocardiogram and coupled an oronasal mask output to a spirometer. Was used the ramp protocol (WINTER et al, 1994) gauging dyspnea, blood pressure, SpO₂ and ECG. The test was completed upon reaching the threshold values and collection was made breathe-by-breathe.

After 03 months of the program, the HR was collected immediately after the last session, in order to calculate the percentage of use of cardiac reserve.

Procedure: subjects were randomly assigned by software Virtual M a i s 2 . 0 : RESISTANCE (n=11): performed resistance exercises and a sham to platform.

VIBRATING PLATFORM (n = 14): performed a sham to resistance exercise and training on the platform. Resistance training: conducted in the arms and legs, a weight machine

Mega II, Movement[®], using the guidelines of the American College of Sports Medicine (ACSM) for elderly, starting in two sets of 08 repetitions with 75% of the weight of a maximum repetition, increasing in two sets of 12, finishing with two sets of 15. The exercises were performed in flexors and extensors of the arm, forearm, thigh and leg.

Vibrating Platform Training: Conducted in MY3 platform (Power Plate[®], MY3, UK) with 35 Hz of frequency in three axes. Was requested a knee flexion to 15° to reduce transmission to the axial cranium (RUAN et al, 2008). The amplitude was 02 mm, increasing to 04 mm. The initial duration was 10 minutes progressed to 15, ending with 20 minutes. The rest time between sets was 01 minutes. The ISO 2631-1 establishes this time of vibration exposure as safe (ISO 1997).

The sham was carried with the platform power off and a stereo playing noise, in addition, individuals had no contact with those who were submitted the platform. For resistance exercise, The sham was performed with similar movements without loading. The protocols lasted 12 weeks, three times a week.

STATISTICAL ANALYSIS

The data were normal and homogeneous according to the Kolmogorov-Smirnov and Levene. Was used the Student t test for intergroup and intragroup analysis. Sample size was calculated from a pilot with 05 elderly people with power (1- α) of 80 and an α of 5%, in VO₂ max. We used SPSS 15.0 for analysis.

RESULTS

The flowchart in Figure 1 shows the distribution of individuals.

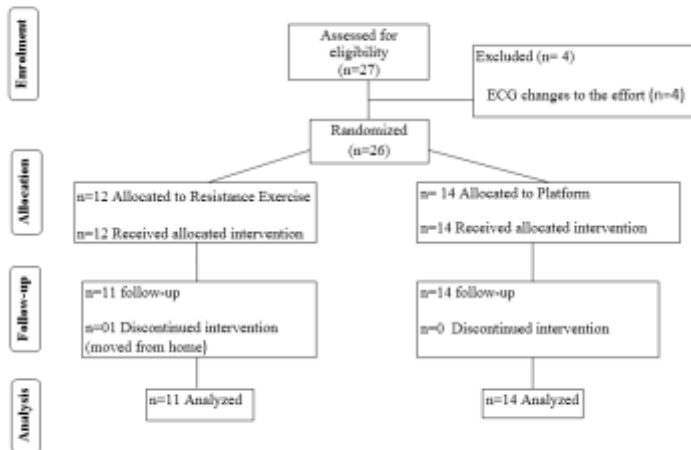


FIGURE 1: Flowchart of the progress through the phases of study

TABLE 1: Anthropometric variables, Vital Signs and dynamometry in the Baseline

VARIABLE	Resistência (n=11)	Plataforma (n=14)	P VALOR
Age (years)	68,2 ± 2,4	66,4 ± 2,6	0,378
Sexes (M/F)	06 / 05	07 / 07	-
BMI (kg/m ²)	22,1 ± 1,2	23,7 ± 2,1	0,843
HR (bpm)	76,3 ± 5,4	80,1 ± 4,1	0,451
RR (brpm)	16,2 ± 3,1	17,6 ± 2,1	0,892
SpO ₂ (%)	97,4 ± 1,3	97,8 ± 2,0	0,934
Dynamometry (Kgf)	23,6 ± 2,4	22,4 ± 1,9	0,851

BMI: body mass index, HR: heart rate, RR: respiratory rate, SpO₂: peripheral oxygen saturation; bpm: beats per minute, brpm: breaths per minute, cmH₂O: centimeter of water and Kgf: kilogram-force. Kolmogorov-Smirnov and Levene Tests.

The dynamometric analysis showed no differences between the groups. The Student t-test showed significant gains in both groups after training with the following values : 39.1 4.8 for Resistance (p=0.03) and 34.6 5.0 in Platform (p=0.04). In ergoespirometric data after training, the group increased Platform VO₂, VCO₂ and VE/VCO₂ during maximal effort and the first threshold.

TABLE 2: Ergospirometric data with values in mean ± standard deviation

VALUES	Baseline			After Training		
	Resistance (n=11)	Platform (n=14)	p	Resistance (n=11)	Platform (n=14)	p*
VO ₂ max (ml/kg/min ⁻¹)	18,3±2,7	19,1±2,4	0,68	19,9 ± 2,7	25,2 ± 1,6	0,00*
VCO ₂ max (ml/kg/min ⁻¹)	20,4±4,6	21,7±1,8	0,27	21,3 ± 5,1	28,1 ± 1,8	0,00*
VE/VO ₂ max	31,1±2,8	31,9±4,0	0,10	31,3 ± 3,5	36,8 ± 5,6	0,07
VE/VCO ₂ max	28,0±2,0	27,8±2,3	0,49	29,2 ± 2,5	36,4 ± 3,1	0,00*
VE max (l/min)	46,2±10,4	41,1±6,3	0,18	42,1± 6,2	47,4± 6,3	0,79
R max	1,1±0,1	1,2±0,1	0,27	1,1 ± 0,1	1,1 ± 0,1	0,26
VO ₂ L1 (ml/kg/min ⁻¹)	16,9±2,1	15,8±3,5	0,48	18,0 ± 2,6	25,7 ± 5,1	0,00*
VCO ₂ L1 (ml/kg/min ⁻¹)	19,7±4,9	16,3±5,7	0,76	22,6 ± 5,6	29,6 ± 4,4	0,02*
VE/VO ₂ L1	24,7 ± 6,1	24,6±4,8	0,41	22,6 ± 6,5	25,9 ± 5,8	0,56
VE/VCO ₂ L1	27,3±1,5	26,1±3,3	0,62	29,0 ± 2,0	32,0± 2,8	0,05

VO₂max: maximal oxygen consumption; VCO₂max: maximal carbon dioxide production; VE: ventilation; R: respiratory quotient; L1: first ventilatory threshold. Kolmogorov-Smirnov and Levene Tests and Student t-test; p* = Platform versus Resistance with p<0,05.

In Baseline, 03 subjects from each group reached the second threshold breathing. After training, the only Platform group had an increase, rising to 09 (200%) with p < 0.001, while the Resistance group remained with 03. Significant values were also found in the percentage of use of cardiac reserve in Platform group. The Resistance group increased by

27.3 , with a mean of 32.70 ± 11.95 bpm, while the Platform group increased 49.9 , averaging 59.3 10.11bpm (p<0.01).

DISCUSSION

This study shows that the Platform group increased strength and peripheral VO₂ and VCO₂, parameters gold standard in measuring exercise capacity, the platform can be considered as an excellent method of training for elderly, combining the gains of aerobic and resistance training.

There was an increase in muscle strength after using the Platform, supporting several studies (RUBIN et al, 2004; ROELANTS et al 2004), meaning that the platform has the same effectiveness as resistance training, innovating by not promoting joint wear by being a static exercise (POOLE et al, 1994).

The vibration imposes a force greater than gravity, stimulates muscle-tendon receptors a reflex contraction to cushion the vibration and adapt to the new position. The rapid and continuous stimulation generates three answers: a sustained contraction or tonic vibration reflex, depression of excitability of motoneurons of antagonists by reciprocal inhibition and repression of myotatic reflex (WINTER et al, 1994). Therefore, increasing the muscle performance is linked to improvements in neurophysiological adaptation and not the morphological changes such as hypertrophy.

However, resistance exercise did not allow increase in VO₂, similar to results found in the study of Alway in 1996, with young and old. Resistance training has an isometric component that overloads the blood pressure, causing concentric cardiac hypertrophy without increasing the internal chambers, where the altered contractility and cardiac output is maintained (ZDRAVKOVIC et al, 2011), not interfering in VO₂ unless promotes large hypertrophy. Already aerobic exercise are consensus to improve Vo₂.

The platform increased VO₂ max, similar to the results of Bogaerts et al in 2009, where there was an increase in VO₂ peak with cycle ergometer with increased HR reserve and time to peak. Is unclear what mechanism improving cardiopulmonary fitness, but it is known that there is a greater flow of blood muscle, opening collateral circulation and optimizing capillary vascular function (HERRERO et al, 2011). The decrease in peripheral vascular resistance increases blood flow to the heart, causing eccentric hypertrophy, with increased cardiac chamber, the ejection volume and cardiac output by increasing VO₂ (KERSCHAN-SCHINDL et al, 2001).

The gain in VO₂ and VCO₂ platform would be promoted by the constant requirement of oxidative fibers, increasing size and number of mitochondria, myoglobin content and performance of the enzymatic system, generating more ATP through oxidative phosphorylation, which is terminated with CO₂ (ALMEIDA & ARAUJO, 2003), justifying the increase in this parameter. Furthermore, oxidative changes increase the O₂ extracted from the blood, improving the ability of the muscle to use it. Intense aerobic exercises submit the muscles to lipid oxidation from

05 minutes early activity while the tonic vibratory reflex produces continuous contraction until a plateau reached at 30 seconds (CARDINALE & WAKELING, 2005).

The VE/VCO₂ increased occurred in this study reflects an effort toward the second threshold respiratory (WINTER et al, 1994). As the stress level increases, the pH is reduced by the production of lactate. To compensate, the VE increases, adjusting the pH. This compensation against the lactic acidosis results in increased VE/VCO₂, indicative of better exercise capacity.

Moreover, the ACSM in 1998, shows an increase of VO₂ after training that uses between 40 and 85% of HR reserve. In this study, HR reserve in Platform group increased 49.9. The increase in HR during exercise aims to increase atrial contractility and conduction velocity of the wave generated by the sino-atrial node.

CONCLUSION

Raising the VO₂max is important for being internationally accepted as the gold parameter to evaluate the performance during exercise, functional capacity and quantify the effect of training. Thus, the platform is shown an excellent alternative to further train the cardiopulmonary system and increase muscle strength simultaneously.

REFERENCES

- ALMEIDA, M.B., ARAUJO, C.G.S. Effects of aerobic training on heart rate. *Rev Bras Med Esporte*; v. 9, n. 2, p. 113-120, 2003.
- ALWAYS, S.E.; COGGAN, A.R.; SPROUL, M.S. et al. Muscle torque in young and older untrained and endurance-trained men. *J Gerontol A Biol Sci Med Sci*; v.51, p.195-201, 1996.
- American College of Sports Medicine 1998. Position Stand. Exercise and physical activity for older adults. *Med Sci Sports Exerc* v.30, p.992-2008.
- BOGAERTS, A.; DELECLUSE, C.; CLAESSENS, A.L. et al. Effects of whole body vibration training on cardiorespiratory fitness and muscle strength in older individuals (a 1-year randomized controlled trial) *Age and Ageing*; v. 38, p. 448-454, 2009.
- CARDINALE, M.; WAKELING J. Whole body vibration exercise: are vibrations good for you? *Br J Sports Med*, v.39, p.585-589, 2005.
- ERSKINE, J.; SMILLIE, I.; LEIPER, J. et al. Neuromuscular and hormonal responses to a single session of whole body vibration exercise in healthy young men. *Clin Physiol Funct Imaging* v. 27, p.242-248, 2007.
- FIGUEIREDO I, SAMPAIO RF, MANCINI MC, SILVA FCM, SOUZA MAP. Teste de força de preensão utilizando o dinamômetro Jamar. *Acta Fis*; v.14, p.104-10, 2007.
- HERRERO, A.J., MENENDEZ, H., GIL, L. et al. Effects of whole-body vibration on blood flow and neuromuscular activity in spinal cord injury. *Spinal Cord*; v. 49, p. 554-559, 2011.
- International Standards Organization: Mechanical Vibration and Shock - Evaluation of Human Exposure to Whole Body Vibration. Part 1: General Requirements. International Standard ISO 2631-1. International Standards Organization, Geneva, Switzerland, 1997.
- KERSCHAN-SCHINDL, K., GRAMPP, S., HENK, C. et al. Whole-body vibration exercise leads to alterations in muscle blood volume. *Clin Physiol*; v.21, p. 377-382, 2001.
- LORA, M. H; CORRALES, B. S.; PÁEZ, L. C. et al. Respuesta cardiovascular y respiratoria aguda derivada de la aplicación de estímulos vibratorios de diferente magnitud. *Apunts Med Esport* v. 45, p.23-30, 2010.
- MELNYK, M; KOFLER, B.; FAIST, M. et al. Effect of a Whole-Body Vibration Session on Knee Stability. *Int J Sports Med*; v. 29, p.839-844, 2008.
- POOLE, D.C., BARSTOW, T.J., GAESSER, G.A. VO₂ slow component: physiological and functional significance. *Med Sci Sports Exerc*; v.26, p.1354-1358, 1994.
- ROELANTS, M.; DELECLUSE, C.; VERSCHUEREN, S.M. Whole-body-vibration training increases knee-extension strength and speed of movement in older women. *J Am Geriatr Soc*; v.52, p.901-8, 2004.
- RUAN, X.Y.; JIN, F.Y.; LIU, Y.L.; PENG, Z.L.; SUN, Y.G. Effects of vibration therapy on bone mineral density in postmenopausal women with osteoporosis. *Chin Med J*; v. 121, p. 1155-1158, 2008.
- RUBIN, C.; POPE, M.; FRITTON, J.C. et al. Transmissibility of 15-hertz to 35-hertz vibrations to the human hip and lumbar spine: Determining the physiologic feasibility of delivering low-level anabolic mechanical stimuli to skeletal regions at greatest risk of fracture because of osteoporosis. *Spine*, v. 28, p.2621-2627, 2003.
- WINTER, A.J., GITT, A.K., FRITSCH, J. et al. Methodologic aspects of modern, computerized ergospirometry (CPX): ramp program, constant workload test and CO₂ rebreathing method. *Z Cardiol*; v.83, p.013-026, 1994.
- ZDRAVKOVIC, M., VUJUSIĆ-TEŠIĆ, B., KROTIN, M. et al. Echocardiography in sports cardiology: LV remodeling in athletes' heart — Questions to be answered. *Interv Med Appl Sci*; v. 3, p. 120-123, 2011.

*Msc in Physiotherapy at UFPE. Currently is professor in the IBGM Faculty in Physiotherapy and Nursing courses, and Physical Therapist in intensive and cardio-pulmonary areas. Member of the research group in Physiology and Respiratory Therapy from UFPE, linked to CNPq.
** MSc in Physiotherapy by UFPE and member of the research group in Physiology and Respiratory Therapy from the same university. Professor of Physiotherapy course in IBGM faculty. Physiotherapist in intensive care in ita intensivist in Real Hospital Português (RHP) e Instituto Materno Infantil Prof^o Fernando Figueira - IMIP hospitals.



PERSPECTIVA DO TREINAMENTO DE RESISTÊNCIA PROGRESSIVA NA COMPOSIÇÃO CORPORAL EM PESSOAS VIVENDO COM HIV/AIDS E A SÍNDROME DA LIPODISTROFIA

Wlaldemir Roberto dos Santos*, Walmir Romário dos Santos** e Klaudia Emanuela Ramos Tenório***

RESUMO: Buscando cada vez mais a qualidade de vida e maior longevidade para pessoas vivendo com HIV/AIDS, surgiu a terapia antirretroviral, transformando de uma doença de fatal para crônica. Porém, efeitos adversos acompanham o tratamento, entre eles a síndrome da lipodistrofia, que tem como uma das suas manifestações alterações na composição corporal, levando os pacientes à baixa estima e diminuição a adesão à terapia antirretroviral. Até o momento não há tratamento comprovado para pacientes que apresentam a síndrome da lipodistrofia. Entretanto, para amenizar e até mesmo suprimir os efeitos adversos ao uso da terapia antirretroviral tornou-se importante a investigação de terapias alternativas como o exercício físico regular, principalmente o treinamento de resistência progressiva, no controle da síndrome da lipodistrofia. Assim, o presente estudo teve como objetivo, através de uma revisão sistemática, mostrar os benefícios do treinamento de resistência progressiva, como recurso complementar no tratamento da síndrome da lipodistrofia. Assim, os resultados encontrados na literatura, apontam que o TRP tem impacto na composição corporal em pessoas vivendo com HIV/AIDS e síndrome da lipodistrofia, reduzindo o tecido gordo, aumentando a massa magra e melhorando a harmonia corporal.

PALAVRAS-CHAVE: Treinamento de resistência, HIV/AIDS, lipodistrofia.

INTRODUÇÃO

Buscando cada vez mais a qualidade de vida e maior longevidade para pessoas vivendo com HIV/AIDS, surgiu a terapia antirretroviral (TARV). Com isso, o curso da infecção pelo vírus da imunodeficiência humana (HIV) sofreu drásticas mudanças culminando em aumento na sobrevivência, redução da morbimortalidade e consequente melhoria da qualidade de vida de pessoas vivendo com o HIV/AIDS (FERNANDES e GIR, 2002). No Brasil, a

redução do número de óbitos que tinha como causa básica a AIDS coincide com o emprego da terapia medicamentosa com antirretrovirais após a introdução da política de distribuição gratuita desses medicamentos pelo Ministério da Saúde (CASSEB et al., 2003). Estes dados, notavelmente positivos, resultaram de várias iniciativas como o programa de acesso universal aos medicamentos que, atualmente, favorece 100 de pacientes, totalizando cerca de 200 mil pacientes em 2011 (MINISTÉRIO DA

SAÚDE, 2011).

Em contrapartida, a TARV não conseguiu eliminar a infecção pelo HIV, sendo que, para o controle da replicação viral, tornou-se necessária a manutenção contínua e duradoura deste regime terapêutico (FINZI et al., 1999). Consequente a isto, efeitos colaterais têm sido associados ao uso prolongado de antirretrovirais, entre os quais, destaca-se a síndrome da lipodistrofia em pessoas vivendo com HIV (CARR, BROWN e COOPER, 1997; CARR et al., 1997; DEEKS, et al., 1997)

A síndrome da lipodistrofia foi descrita oficialmente pela Food and Drug Administration (FDA) em 1997 e sua prevalência pode chegar a até 80 (PATON et al., 2002) dos pacientes. Suas manifestações ocorrem com alterações metabólicas, principalmente as dislipidemias (CARR, BROWN e COOPER, 1997; CARR et al., 1997 ; CARR e DAVID, 2000) e alterações na composição corporal. As alterações corporais têm sido caracterizadas como lipoatrofia e lipohipertrofia. A lipoatrofia apresenta perda de gordura subcutânea na face, no glúteo, nos membros superiores e inferiores. Por outro lado, a lipohipertrofia apresenta aumento da gordura nas regiões abdominal e dorso cervical, ginecomastia nos homens e aumento das mamas nas mulheres (DEEKS et al., 1997; CARR e DAVID, 2000; MARIZ, 2011). Somando-se a isto, além da síndrome da lipodistrofia, esses indivíduos também sofrem com a síndrome de perda em pessoas vivendo com HIV/AIDS, conhecida como wasting syndrome, que tem como característica a redução de 10 ou mais da massa corporal (DUDGEON, 2004), evidenciando ainda mais as alterações na composição corporal. De maneira geral, alterações na composição corporal não apresentam riscos substanciais à saúde, porém, estas mudanças têm sido associadas ao estigma e exclusão social, sendo um fator de estresse com várias implicações afetivo-emocionais, tais como insatisfação com a imagem corporal (COLLINS, WAGNER e WALMSLEY, 2000; OETTE et al., 2002) alterações de humor manifestada por ansiedade ou infelicidade, problemas nas relações sexuais (OETTE et al., 2002) , redução na autoestima e depressão (COLLINS, WAGNER e WALMSLEY, 2000; OETTE et al., 2002) Até o momento, não há tratamento comprovado para pacientes que apresentam a síndrome da lipodistrofia. Entretanto, para amenizar e até mesmo suprimir os efeitos adversos ao uso da TARV tornou-se importante a investigação de terapias alternativas como o exercício físico regular, principalmente o treinamento de resistência progressiva (TRP), exercícios de contração muscular contra uma resistência externa, como um importante recurso utilizado para minimizar as alterações causadas pela síndrome da lipodistrofia, uma vez que o mesmo promove ganho de força e resistência muscular e consequente aumento da musculatura (hipertrofia), redução e melhora na

distribuição de gordura corporal, levando a melhor harmonia da composição corporal (ROUBENOFF et al., 1999; ROUBENOFF et al., 2002; BHASIN et al., 2000).

Desta maneira, o presente estudo traz contribuições, através de uma revisão sistemática, sobre o TRP na composição corporal em pessoas vivendo com HIV/AIDS e a síndrome da lipodistrofia, uma vez, que a busca de uma maior longevidade e qualidade de vida para pessoas vivendo com HIV/AIDS tornam-se importante, o exercício físico regular vem sendo utilizado no mundo, cada vez mais, como recursos complementares para o tratamento de doenças crônicas, buscando bem-estar, prazer, maior longevidade e, conseqüentemente, melhora na qualidade de vida.

MÉTODOS

Sistema de busca
Foram selecionados os estudos que estão indexados eletronicamente no PubMed e Medline, utilizando os seguintes termos: exercise training and HIV or AIDS, strength training and HIV or AIDS.

Crerios de inclusã
Estudos publicados no perodo de 2000 at 2013. Sendo pesquisas realizadas com humanos de ambos os sexos, HIV+, idade entre 18 e 80 anos, fazendo uso da TARV e apresentando sndrome da lipodistrofia, em estudos que investigaram o impacto do TRP na composio corporal em pessoas vivendo com a sndrome da lipodistrofia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diferentes estudos demonstram os benefcios que o TRP promove na composio corporal das pessoas vivendo com HIV/AIDS, apresentando alteraes positivas na sndrome da lipodistrofia. Diante disso, ROUBENOFF et al. (1999), mostram, em um protocolo com oito semanas de treinamento, que o TRP reduziu o tecido gordo e aumentou a massa magra, tendo uma resposta a curto prazo na melhora da composio corporal e na harmonia corporal em pessoas vivendo com HIV/AIDS. Assim como, LIDENGAARD et al., (2008) tambm obtiveram resultados semelhantes em um estudo com um protocolo de 16 semanas de treinamento. Em um perodo de treinamento ainda maior, 64 sesses, YARASHESKI et al., (2001) conseguiram evidenciar grandes resultados no aumento da massa magra, sem evidenciar reduo do tecido gordo. SOUZA et al.

(2008), optaram em utilizar uma populao especifica de pacientes vivendo com HIV/AIDS, idosos 62 a 71 anos, com um protocolo de um ano, duas vezes por semana, e os resultados no mostraram alteraes significativas no aumento de massa magra, contudo ocorreu um aumento da fora muscular. Em relao ao tecido gordo os indivduos tiveram reduo significativa nos membros superiores e inferiores, apresentaram melhora na capacidade funcional e no sistema imunolgico. J, ROBINSON et al. (2006) mostraram que durante 16 semanas de treinamento houve reduo significativa da gordura corporal total, principalmente de tronco em pessoas vivendo com HIV/AIDS, ou seja, o TRP promoveu diminuio da lipohipertrofia.

Visando resultados mais promissores, ROUBENOFF et al. (2002) acrescentaram ao TRP a dieta e o treinamento aerbio, tendo um impacto ainda maior na composio corporal, com diminuio do tecido gordo, principalmente abdominal, aumento da massa magra e controle da dislipidemia provocada pela sndrome da lipodistrofia. Por sua vez, BHASIN et al. (2000), relataram aumento de massa magra, sem influenciar o tecido gordo, durante 16 semanas de treinamento associado ao uso de testosterona, contudo o grupo sem testosterona obteve o mesmo ganho. Outros estudos (ENGELSON et al., 2006 ;YARASHESKI et al., 2011 ;FLORINDO et al., 2007 ;MESQUITA et al., 2011) tambm encontram reduo significativa do tecido gordo em tronco e total, por, utilizando a pratica de atividade aerbia como treinamento principal ou associado ao TRP.

Os resultados encontrados na literatura, apontam que o TRP tem impacto na composio corporal em pessoas vivendo com HIV/AIDS e sndrome da lipodistrofia, reduzindo o tecido gordo, aumentando a massa magra e melhorando a harmonia corporal. Diante disso, o TRP pode ser um recurso utilizado no tratamento complementar desses pacientes, melhorando a qualidade de vida, reduzindo o estigma que existe sobre a composio corporal como "marcador" do HIV/AIDS, resultando em uma maior adesao ao tratamento e conseqüentemente uma maior sobrevida, sendo no futuro um grande aliado para o "combate" da sndrome da lipodistrofia em pacientes vivendo com HIV/AIDS.

REFERÊNCIAS

- Bhasin S, Storer TW, Javanbakht M, Berman N, Yarasheski KE, Phillips J, et al. Testosterone replacement and resistance exercise in HIV-infected men with weight loss and low testosterone levels. *JAMA* 2000;283:763-70.
- Carr A, Brown D, Cooper DA. Portal vein thrombosis in patients receiving indinavir, an HIV protease inhibitor. *AIDS* 1997;11:1657-8.
- Carr A, Samaras K, Burton S, Law M, Freund J, Chisholm DJ, et al. A syndrome of peripheral lipodystrophy, hyperlipidaemia and insulin resistance in patients receiving HIV protease inhibitors. Lippincott-Raven Publishers *AIDS* 1998;12:F51-8.
- Carr A, David AC. Adverse effects of antiretroviral therapy. *Lancet* 2000;356:1423-30.
- Carr A, Emery S, Law M, Puls R, Lundgren JD, Powderly WG. An objective case definition of lipodystrophy in HIV-infected adults: a case-control study. *Lancet* 2003;361:726-35.
- Casseb J, Fonseca LA, Veiga AP, Almeida A, Bueno A, Ferez AC, et al. AIDS incidence and mortality in a hospital-based cohort of HIV-1-seropositive patients receiving highly active antiretroviral therapy in Sao Paulo, Brazil. *AIDS Patient Care STDS* 2003;17(9):447-52.
- Collins E, Wagner C, Walmsley S. Psychosocial impact of the lipodystrophy syndrome in HIV infection. *AIDS Read* 2000;10(9):546-50.
- Deeks SG, Smith M, Holodniy M, Kahn JO. HIV-1 protease inhibitors. A review for clinicians. *JAMA* 1997;277:145-53.
- Dudgeon WD, Phillips KD, Bopp CM, Hand GA. Physiological and psychological effects of exercise interventions in HIV disease. *AIDS Patient Care STDS* 2004;18:81-98.
- Engelson ES, Agin D, Kenya S, Werber-Zion G, Luty B, Albu JB, et al. Body composition and metabolic effects of a diet and exercise weight loss regimen on obese, HIV-infected women. *Metabolism* 2006;55:1327-36.
- Fernandes APM, Gir E. Adhesión a la terapia antiretroviral. *Informativo Latinoamericano de Enfermería* 2002;42:5.
- Finzi D, Blankson J, Siliciano JD, Margolick JB, Chadwick K, Pierson T, et al. Latent infection of CD4+ T cells provides a mechanism for lifelong persistence of HIV-1, even in patients on effective combination therapy. *Nat Med* 1999;5:512-7.
- Florindo AA, Latorre MOR, Jaime PC, Segurado AA. Leisure time physical activity prevents accumulation of central fat in HIV/AIDS subjects on highly active. *International Int J STD AIDS* 2007;18:692-6.
- Lindegard B, Hansen T, Hvid T, Hall GV, Plomgaard P, Ditlevsen S, et al. The effect of strength and endurance training on insulin sensitivity and fat distribution in human immunodeficiency virus-infected patients with lipodystrophy. *J Clin Endocrinol Metab* 2008;93:3860-9.
- Mariz CA, Albuquerque MFPM, Ximenes RAA, Melo HRL, Bandeira F, Oliveira TGB, et al. Body mass index in individuals with HIV infection and factors associated with thinness and overweight/obesity. *Cad. Saúde Pública* 2011;27:1997-2008.
- Mesquita STC, Galvão SHA, Medeiros GLM, Pinto E, Pipolo ME, Moreira DP, et al. Morphology and biochemical markers of people living with HIV/AIDS undergoing a resistance exercise program: clinical series. *J Sports Med Phys Fitness* 2011;51:462-6.
- Ministério da Saúde. Tratamento da AIDS 2011. Brasília: Ministério da Saúde; 2011.
- Oette M, Juretzko P, Kroidl A, Sagir A, Wettstein M, Siergrist J, et al. Lipodystrophy syndrome and self-assessment of well-being and physical appearance in HIV-positive patients. *AIDS Patient Care STDS* 2002;16(9):413-7.
- Paton NI, Earnest A, Ng YM, Karim F, Aboulhab J. Lipodystrophy in a cohort of human immunodeficiency virus-infected Asian patient: prevalence, associated factors, and psychological impact. *Clinical Infectious Disease* 2002;35:1244-9.
- Robinson FP, Quinn LT, Rimmer JH. Effects of high-intensity endurance and resistance exercise on HIV metabolic abnormalities: a pilot study. *Biol Res Nurs* 2007;8:177-85.
- Roubenoff R, McDermott A, Weiss L, Suri J, Wood M, Bloch R, et al. Short-term progressive resistance training increases strength and lean body mass in adults infected with human immunodeficiency virus. *AIDS* 1999;13:231-9.
- Roubenoff R, Schmitz H, Bairos L, Layne J, Potts E, Cloutier GJ, et al. Reduction of Abdominal Obesity in Lipodystrophy Associated with Human Immunodeficiency Virus Infection by Means of Diet and Exercise: Case Report and Proof of Principle. *Clin Infect Dis* 2002;34:390-3.
- Souza PM, Jacob-Filho W, Santarém JM, Silva AR, Li HY, Burattini MN. Progressive resistance training in elderly HIV-positive patients: Does it work? *Clinics (São Paulo)* 2008;
- Thomas J, Nelson J, Silverman SJ. Métodos de pesquisa em atividade física. Porto Alegre: Artedito magroed; 2007.
- Yarasheski KE, Tebas P, Stanerson B, Claxton S, Marin D, Bae K, et al. Resistance exercise training reduces hypertriglyceridemia in HIV-infected men treated with antiretroviral therapy. *J Appl Physiol* 2001;90:133-8.
- Yarasheski KE, Cade WT, Overton ET, Mondy KE, Hubert S, Lacy E, et al. Exercise training augments the peripheral insulin-sensitizing effects of pioglitazone in HIV-infected adults with insulin resistance and central adiposity. *Am J Physiol Endocrinol Metab* 2011;300:E243-51.

*Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (EERP-USP)/ Instituto Brasileiro de Gestão e Marketing (IBGM).
E-mail: wrsantos@usp.br

**Escola de educação física e esportes de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (EEFERP-USP).

***Departamento de Genética da Universidade Federal de Pernambuco (DG-UFPE) / Instituto Brasileiro de Gestão e Marketing (IBGM).



PERSPECTIVE OF PROGRESSIVE RESISTANCE TRAINING ON BODY COMPOSITION IN PEOPLE LIVING WITH HIV / AIDS AND THE LIPODYSTROPHY SYNDROME

Wlaldemir Roberto dos Santos*, Walmir Romário dos Santos** e Klaudia Emanuela Ramos Tenório***

ABSTRACT: Increasingly seeking quality of life and longevity for people living with HIV / AIDS, antiretroviral therapy has emerged, transforming from a fatal disease to chronic. However, adverse effects accompanying treatment, including the lipodystrophy syndrome, which has as one of its manifestations changes in body composition, leading patients to low esteem and decreased adherence to antiretroviral therapy. To date there is no proven treatment for patients with the lipodystrophy syndrome. However, to minimize and even eliminate the adverse effects of antiretroviral therapy has become important to investigate alternative therapies such as regular exercise, especially progressive resistance training, in control of lipodystrophy syndrome. Thus, the present study aimed, through a systematic review, showing the benefits of progressive resistance training, as a complementary resource in the treatment of lipodystrophy syndrome. Thus, the results found in the literature, indicate that the TRP has an impact on body composition in people living with HIV / AIDS and lipodystrophy syndrome, reducing fat tissue, increasing lean body mass and improving body harmony.

KEYWORDS: Resistance training, lipodystrophy syndrome, body composition, HIV/AIDS.

INTRODUCTION

Increasingly seeking quality of life and longevity for people living with HIV / AIDS, emerged antiretroviral therapy (HAART), with that, the course of infection with human immunodeficiency virus (HIV) has undergone drastic changes culminating in increased survival, reduction of morbidity and mortality, and thereby improving the quality of life of people living with HIV / AIDS. (GIR and FERNANDES, 2002). In Brazil, reducing the number of deaths that had as the primary cause of AIDS coincides with the use of antiretroviral drug therapy

after the introduction of the policy of free distribution of these drugs by the Ministry of Health (Casseb et al. 2003). These data, remarkably positive, resulted in several initiatives such as the program of universal access to drugs that currently favors 100 of patients, totaling about 200 000 patients in 2011 (MINISTRY OF HEALTH, 2011).

In contrast, ART failed to eliminate HIV infection, and for the control of viral replication, it has become necessary to maintain continuous and enduring this treatment regimen (FINZI et al. 1999). Consequent to this, side effects have been associated with prolonged

use of antiretroviral drugs, among which stands out the lipodystrophy syndrome in people living with HIV (CARR, BROWN and COOPER, 1997; CARR et al. 1997; Deeks, et al. 1997)

The lipodystrophy syndrome was described officially by the Food and Drug Administration (FDA) in 1997, and its prevalence can reach up to 80 (Paton et al. 2002) of patients. Its manifestations occur with metabolic changes, especially dyslipidemia (CARR, BROWN and COOPER, 1997; CARR et al. 1997; CARR and DAVID, 2000), and changes in body composition. Bodily changes have been characterized as lipodystrophy and

lipohypertrophy. Lipotrophy presents loss of subcutaneous fat in the face, buttocks, upper and lower limbs. On the other hand, lipohypertrophy has increased fat in the abdominal regions and dorsal cervical, gynecomastia in men and in women breast enlargement (Deeks et al. 1,997; CARR and David, 2000; MARIZ, 2011). Adding to this, besides the lipodystrophy syndrome, these individuals also suffer from loss syndrome in people living with HIV / AIDS, known as wasting syndrome, which is characterized by a reduction of 10 or more of body mass (Dudgeon, 2004), further highlighting the changes in body composition. In general, changes in body composition do not present substantial risks to health, however, these changes have been associated with stigma and social exclusion, as a stress factor with various affective-emotional implications, such as dissatisfaction with body image (COLLINS, WAGNER and Walmsley, 2000; OETTE et al. 2002) mood changes manifested by anxiety or unhappiness, problems during sexual intercourse (OETTE et al. 2002), reduced self-esteem and depression (COLLINS, WAGNER and Walmsley, 2000; OETTE et al. 2,002) Until now, there is no proven treatment for patients with the lipodystrophy syndrome. However, to minimize and even eliminate the adverse effects of the use of HAART has become important to investigate alternative therapies such as regular exercise, especially progressive resistance training (TRP), exercises muscle contraction against an external resistance, as an important tool used to minimize changes caused by lipodystrophy syndrome, since it promotes strength gains and muscle strength and consequent increase muscle (hypertrophy) reduction and improvement in body fat distribution, leading to better harmony of the composition Body (Roubenoff et al. 1,999; Roubenoff et al. 2,002; Bhasin et al. 2000).

Thus, the present study provides contributions through a systematic review of the TRP in body composition in people living with HIV / AIDS and the lipodystrophy syndrome, once again, that the pursuit of greater longevity and quality of life for people living with HIV/AIDS become important, regular exercise has been used in the world, increasingly, as complementary resources for the treatment of chronic diseases, seeking well-being, pleasure, longevity and hence improved quality of life.

METHODS

Search system

We selected studies that are electronically indexed in PubMed and MEDLINE using the following terms: exercise training and HIV or AIDS, strength training and HIV or AIDS.

Inclusion Criteria

Studies published from 2000 until 2013. As research with humans of both sexes, HIV+, and age group between 18 and 80 years, making use of HAART and presenting lipodystrophy syndrome in studies investigating the impact of TRP in body composition in people living with lipodystrophy syndrome.

RESULTS AND DISCUSSION

Different studies have shown the benefits que TRP Promotes the body composition of people living with HIV/AIDS, with positive changes in lipodystrophy syndrome. Therefore, Roubenoff et al. (1999) show, in a protocol with eight weeks of training, the TRP Increased Decreased tissue fat and lean body mass, having a short-term response in Improving body composition and body harmony in people living with HIV / AIDS. As well as LIDENGAARD et al. (2008) Obtained similar results in a study with a protocol of 16 weeks of training. In the period of training even higher, 64 sessions, YARASHESKI et al. (2001) were able to show great results in Increasing lean body mass, without evidence of reduction of fat tissue. Souza et al. (2008) chose to use a specific population of patients living with HIV / AIDS, aged 62-71 years with a protocol of the year, twice a week, and the results revealed the Significant Increase in lean mass, However there was an Increase in muscle strength. Regarding the fat tissue had Individuals Significant reduction in upper and lower limbs, Showed improvement in functional capacity and the immune system. Already, ROBINSON et al. (2006) Explains that 16 weeks of training there was a Significant reduction in overall body fat, trunk Mainly in people living with HIV / AIDS, Namely, the TRP promoted Decrease lipohypertrophy. Aiming most promising results, Roubenoff et al. (2002) added to the TRP diet and aerobic training, having an even greater impact on body composition, with a reduction in fat tissue, abdominal Especially, Increasing lean muscle mass and control of dyslipidemia Caused by lipodystrophy syndrome. In turn, Bhasin et al. (2000) Reported Increased lean mass, without Affect-

ing the fat tissue, for 16 weeks of training associated with the use of testosterone, free testosterone group but got the same-gain. Other studies (Engelson et al. 2,006; YARASHESKI et al. 2011; FLORINDO et al. 2,007; MOSQUE et al. 2,011) are Also Significant reduction in body fat tissue and complete, However, the practice of using activity aerobic training the main or associated with the TRP.

The results found in the literature, Indicate que the TRP has an impact on body composition in people living with HIV / AIDS and lipodystrophy syndrome, Reducing fat tissue, Increasing lean body mass and Improving body harmony. Thus, the TRP can be a resource used in a complementary treatment of these pacientes, Improving the quality of life, que Reducing the stigma exists on body composition as a "marker" of HIV / AIDS, Resulting in greater adherence to treatment and consequently the longer survival, and in the future a great ally to "combat" the lipodystrophy syndrome in pacientes living with HIV / AIDS.

REFERENCES

- Bhasin S, Storer TW, Javanbakht M, Berman N, Yarasheski KE, Phillips J, et al. Testosterone replacement and resistance exercise in HIV-infected men with weight loss and low testosterone levels. *JAMA* 2000; 283:763-70.
- Carr A, Brown D, Cooper DA. Portal vein thrombosis in patients receiving indinavir, an HIV protease inhibitor. *AIDS* 1997; 11:1657-8.
- Carr A, Samaras K, Burton S, Law M, Freund J, Chisholm DJ, et al. A syndrome of peripheral lipodystrophy, hyperlipidaemia and insulin resistance in patients receiving HIV protease inhibitors. Lippincott-Raven Publishers *AIDS* 1998; 12:F51-8.
- Carr A, David AC. Adverse effects of antiretroviral therapy. *Lancet* 2000; 356:1423-30
- Carr A, Emery S, Law M, Puls R, Lundgren JD, Powderly WG. An objective case definition of lipodystrophy in HIV-infected adults: a case-control study. *Lancet* 2003; 361:726-35.
- Casseb J, Fonseca LA, Veiga AP, Almeida A, Bueno A, Ferez AC, et al. AIDS incidence and mortality in a hospital-based cohort of HIV-1-seropositive patients receiving highly active antiretroviral therapy in Sao Paulo, Brazil. *AIDS Patient Care STDS* 2003; 17(9):447-52.
- Collins E, Wagner C, Walmsley S. Psychosocial impact of the lipodystrophy syndrome in HIV infection. *AIDS Read* 2000; 10(9):546-50.

Deeks SG, Smith M, Holodniy M, Kahn JO. HIV-1 protease inhibitors. A review for clinicians. *JAMA* 1997; 277:145-53

Dudgeon WD, Phillips KD, Bopp CM, Hand GA. Physiological and psychological effects of exercise interventions in HIV disease. *AIDS Patient Care STDS* 2004; 18:81-98.

Engelson ES, Agin D, Kenya S, Werber-Zion G, Luty B, Albu JB, et al. Body composition and metabolic effects of a diet and exercise weight loss regimen on obese, HIV-infected women. *Metabolism* 2006; 55:1327-36.

Fernandes APM, Gir E. Adhesión a la terapia antiretroviral. *Informativo Latinoamericano de Enfermería* 2002; 42:5.

Finzi D, Blankson J, Siliciano JD, Margolick JB, Chadwick K, Pierson T, et al. Latent infection of CD4+ T cells provides a mechanism for lifelong persistence of HIV-1, even in patients on effective combination therapy. *Nat Med* 1999; 5:512-7.

Florindo AA, Latorre MOR, Jaime PC, Segurado AA. Leisure time physical activity prevents accumulation of central fat in HIV/AIDS subjects on highly active. *International Int J STD AIDS* 2007; 18:692-6

Lindegård B, Hansen T, Hvid T, Hall GV, Plomgaard P, Ditlevsen S, et al. The effect of strength and endurance training on insulin sensitivity and fat distribution in human immunodeficiency virus-infected patients with lipodystrophy. *J Clin Endocrinol Metab* 2008; 93:3860-9.

Mariz CA, Albuquerque MFPM, Ximenes RAA, Melo HRL, Bandeira F, Oliveira TGB, et al. Body mass index in individuals with HIV infection and factors associated with thinness and overweight/obesity. *Cad. Saúde Pública* 2011; 27:1997-2008.

Mesquita STC, Galvão SHA, Medeiros GLM, Pinto E, Pipolo ME, Moreira DP, et al. Morphology and biochemical markers of people living with HIV/AIDS undergoing a resistance exercise program: clinical series. *J Sports Med Phys Fitness* 2011; 51:462-6.

Ministério da Saúde. Tratamento da Aids 2011. Brasília: Ministério da Saúde; 2011.

Oette M, Juretzko P, Kroidl A, Sagir A, Wettstein M, Siergrist J, et al. Lipodystrophy syndrome and self-assessment of well-being and physical appearance in HIV-positive patients. *AIDS Patient Care STDS* 2002; 16(9):413-7.

Paton NI, Earnest A, Ng YM, Karim F, Aboulhab J. Lipodystrophy in a cohort of human immunodeficiency virus-infected Asian patient: prevalence, associated factors, and psychological impact. *Clinical Infectious Disease* 2002; 35:1244-9.

Robinson FP, Quinn LT, Rimmer JH. Effects of high-intensity endurance and resistance exercise on HIV metabolic abnormalities: a pilot study. *Biol Res Nurs* 2007; 8:177-85.

Roubenoff R, McDermott A, Weiss L, Suri J, Wood M, Bloch R, et al. Short-term progressive resistance training increases strength and lean body mass in adults infected with human immunodeficiency virus. *AIDS* 1999; 13:231-9.

Roubenoff R, Schmitz H, Bairos L, Layne J, Potts E, Cloutier GJ, et al. Reduction of Abdominal Obesity in Lipodystrophy Associated with Human Immunodeficiency Virus Infection by Means of Diet and Exercise: Case Report and Proof of Principle. *Clin Infect Dis* 2002; 34:390-3.

Souza PM, Jacob-Filho W, Santarém JM, Silva AR, Li HY, Burattini MN. Progressive resistance training in elderly HIV-positive patients: Does it work? *Clinics (São Paulo)* 2008;

Thomas J, Nelson J, Silverman SJ. Métodos de pesquisa em atividade física. Porto Alegre: Artedito magroed; 2007.

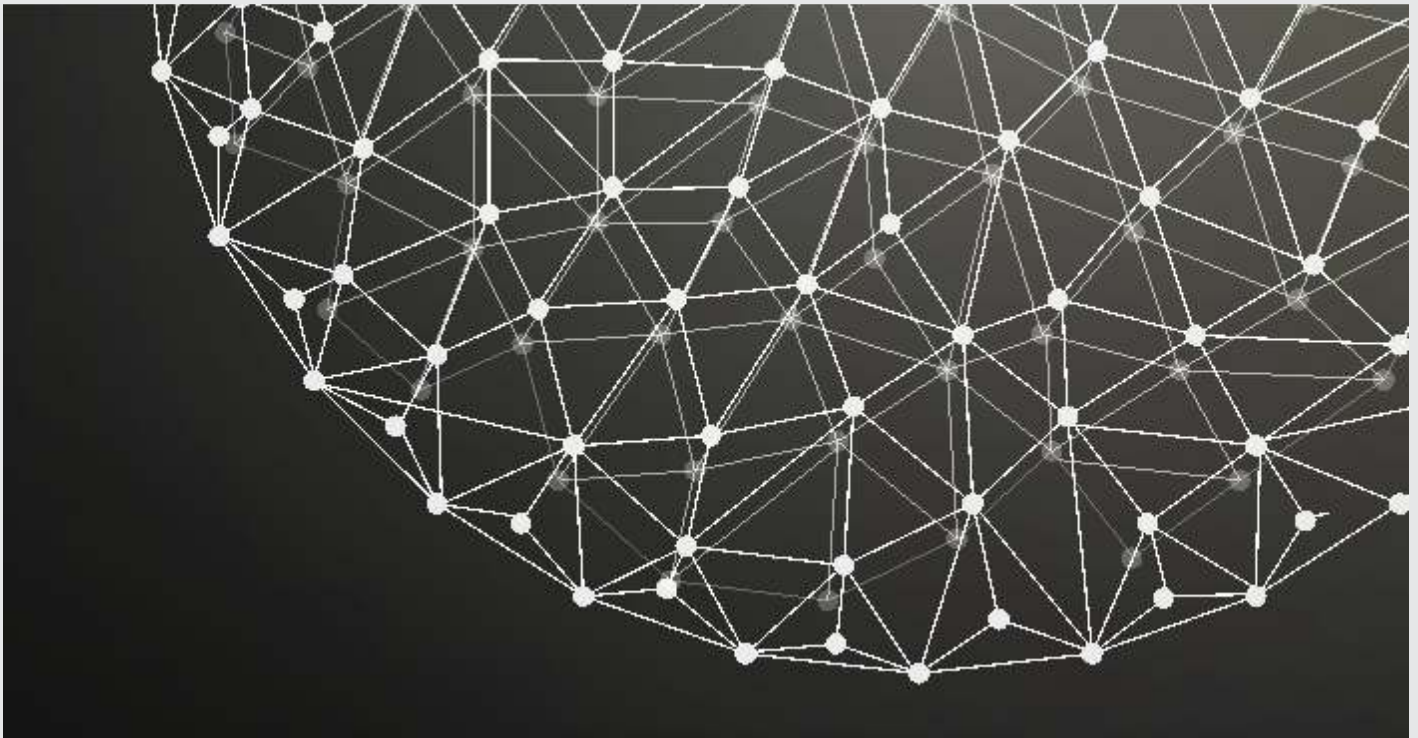
Yarasheski KE, Tebas P, Stanerson B, Claxton S, Marin D, Bae K, et al. Resistance exercise training reduces hypertriglyceridemia in HIV-infected men treated with antiviral therapy. *J Appl Physiol* 2001; 90:133-8.

Yarasheski KE, Cade WT, Overton ET, Mondy KE, Hubert S, Lacy E, et al. Exercise training augments the peripheral insulin-sensitizing effects of pioglitazone in HIV-infected adults with insulin resistance and central adiposity. *Am J Physiol Endocrinol Metab* 2011; 300:E243-51.

* Nursing School of Ribeirão Preto at Universidade de São Paulo (EERP-USP). E-mail: wrsantos@usp.br

** School of Physical Education and Sport of Ribeirão Preto at Universidade de São Paulo (USP-EEFERP).

***Department of Genetics at Universidade Federal de Pernambuco (DG-UFPE).



FUTURO, ECONOMIA E PSICOLOGIA DECIFRANDO CONEXÕES

Diego Maciel*

Talvez a maior parte dos leitores estranhe supor algum tipo de conexão entre os elementos que intitulam esta nota: futuro, economia e psicologia. Porém, o fato é que a conexão existe e está cientificamente alicerçada em uma nova ciência – ainda pouco conhecida no Brasil e na América Latina – chamada de Psicologia Econômica.

A (ultrapassada) ideia de conceber a Economia e a Psicologia como ciências não-complementares remonta à evolução histórica de cada uma. Tradicionalmente, a Economia e, em particular, a Economia Política, encontrava-se ligada ao estudo das riquezas materiais, fazendo a descrição qualitativa das práticas de apropriação e acumulação do capital. A Escola Marginalista (1875) – dos defensores da economia pura – preocupava-se com a quantificação, com o rigor matemático, utilizado para descrever o comportamento humano, frente às novas demandas econômicas e materiais, pós-revolução industrial.

Já a Psicologia, por seu lado, esteve durante bastante tempo forte-

mente ligada à filosofia e promovia a introspecção como método para analisar a natureza humana, que era imutável e idêntica para todos os indivíduos. Não contava, por isso, com um objeto de estudo bem delimitado e o método era uma mera especulação intelectual, incapaz de verificação empírica. Mais adiante, entre os finais do século XIX e século XX, os psicólogos concentravam a sua atenção nos processos psicofísicos e fisiológicos – psicofísica –, fenômenos mentais e percepção sensorial.

Sendo assim, para a maior parte dos cientistas sociais, os fatores psicológicos eram indeterminados e de difícil mensuração, o que tornava inconciliáveis essas duas ciências. Mas essa situação foi se alterando lentamente, em parte devido à introdução da subjetividade na economia e, por outra, ao nascimento de novos métodos que permitiram que a psicologia fosse se tornando cada vez mais científica.

Estas duas disciplinas tornaram-se inseparáveis e a razão bem simples é que os atos futuros de produção, troca, consumo, poupança e investi-

mento – variáveis fundamentais na análise econômica – são atos eminentemente humanos, os quais põem o indivíduo em relação com a natureza dos outros, num dado tempo, implicando riscos que se exprimem por decisões. A Psicologia contribui na medida em que se considera como riqueza o próprio indivíduo, ajudando a economia a precisar alguns conceitos, tais como: satisfação, expectativas e atitudes, tão necessárias ao desenvolvimento do *homo economicus*.

Em 1871, com a Escola Austríaca e Carl Menger, aparece o primeiro modelo subjetivo na Economia e começam as primeiras críticas à racionalidade. Tratou-se de uma corrente minoritária, cujos trabalhos só foram retomados muito mais tarde, por Ludwig von Mises (Teoria da Moeda e do Crédito -1912) e, posteriormente, por F. Hayek, (Teoria Monetária e o Ciclo de Negócios -1928), o qual foi Premio Nobel, em 1974. Porém, o grande destaque do lado subjetivo dos fenômenos econômicos foi posto por Gabriel Tarde (1902), jurista e sociólogo, que mostrou ser este o

aspecto verdadeiramente explicativo das condutas econômicas, tornando um objeto de estudo para a Psicologia. Tarde (1902), interroga-se sobre as relações entre a Economia e a Psicologia e viu a necessidade de uma lógica social fundada sobre a crença e o desejo. O autor utiliza três mecanismos psicológicos como cernes da Psicologia Econômica: a imitação, a repetição e a inovação. Esta tríade é de alguma forma relacionada aos seguintes aspectos econômicos: moda e atividades de transformação (imitação), produção industrial (repetição) e a prosperidade e associação (inovação).

Com o desenvolvimento científico da Psicologia e da Economia, surgem Escolas e autores que se debruçam sobre a Psicologia Econômica, utilizando diferentes procedimentos e técnicas psicológicas. Entre as mais importantes, destacam-se a escola de Ditcher, a escola de Chicago, a de Nova Iorque e finalmente a sueca, onde Karl Eric Warneyd (1984) se refere à mesma como a aplicação das teorias e metodologias psicológicas, ao estudo das situações de escolha, quanto estas escolhas se refletem a atos alternativos, tendo consequências econômicas, tais como a venda e a compra.

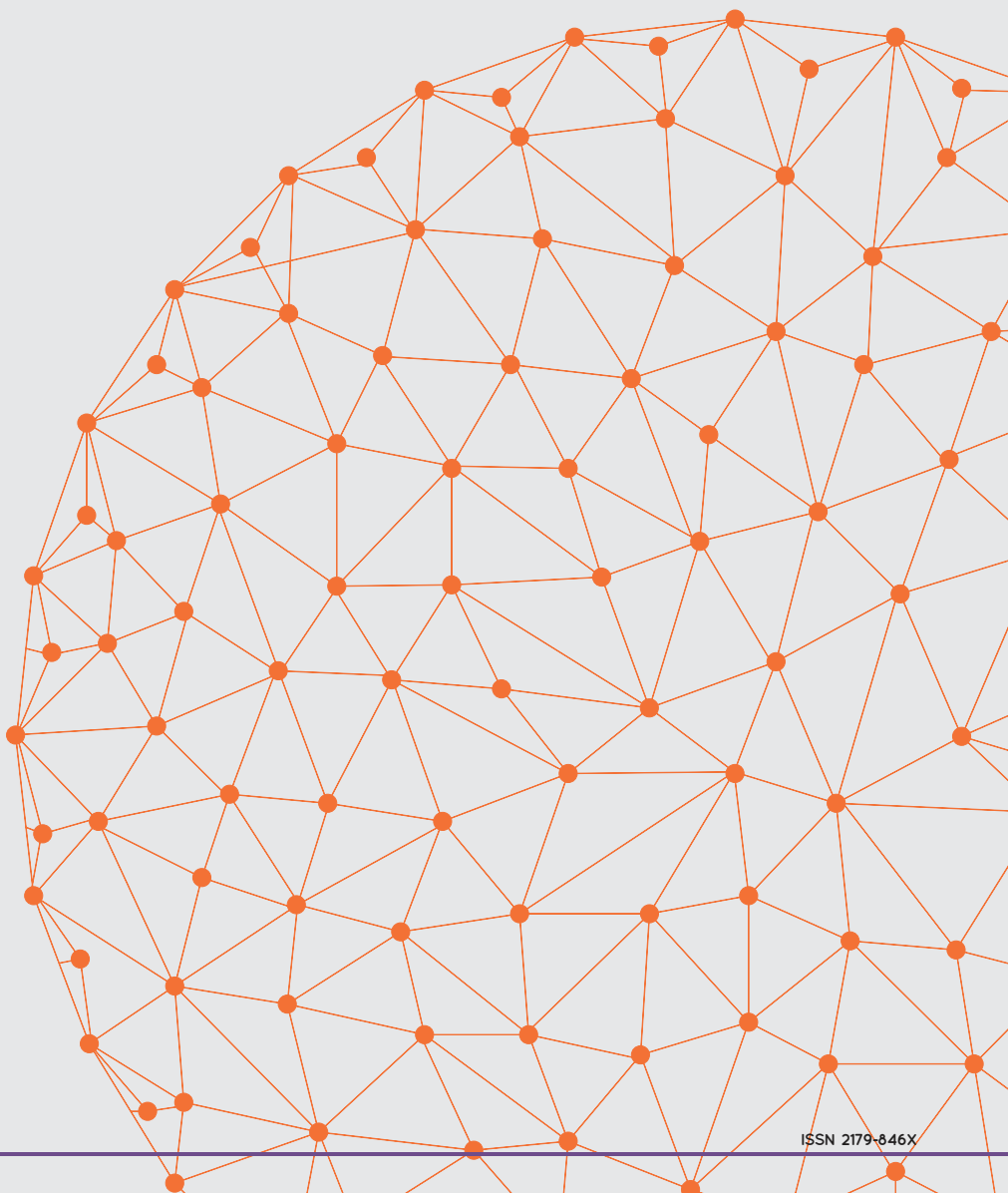
Destarte, a evolução da sociedade, as futuras formas e relações de consumo, de compra e venda demandam novas roupagens científicas, novas ciências e métodos, capazes de atender às novas demandas sociais. A tecnologia no século 21 tem servido, numa expansão particular e de complexidade, no crescimento do potencial para as relações sociais. Fala-se ao telefone, o automóvel, rádio, meios de comunicação, televisão, transporte aéreo, mais recentemente o uso pessoal do computador, a transmissão via satélite, as redes de comunicação internacionais, o fax, as filmadoras, o telefone móvel, todos fazendo parte da rotina diária do novo homo economicus. A Psicologia e a Economia, disciplinas seculares, precisam, dessa forma, modificar-se em decorrência dessas transformações, através da interação com a sociedade.

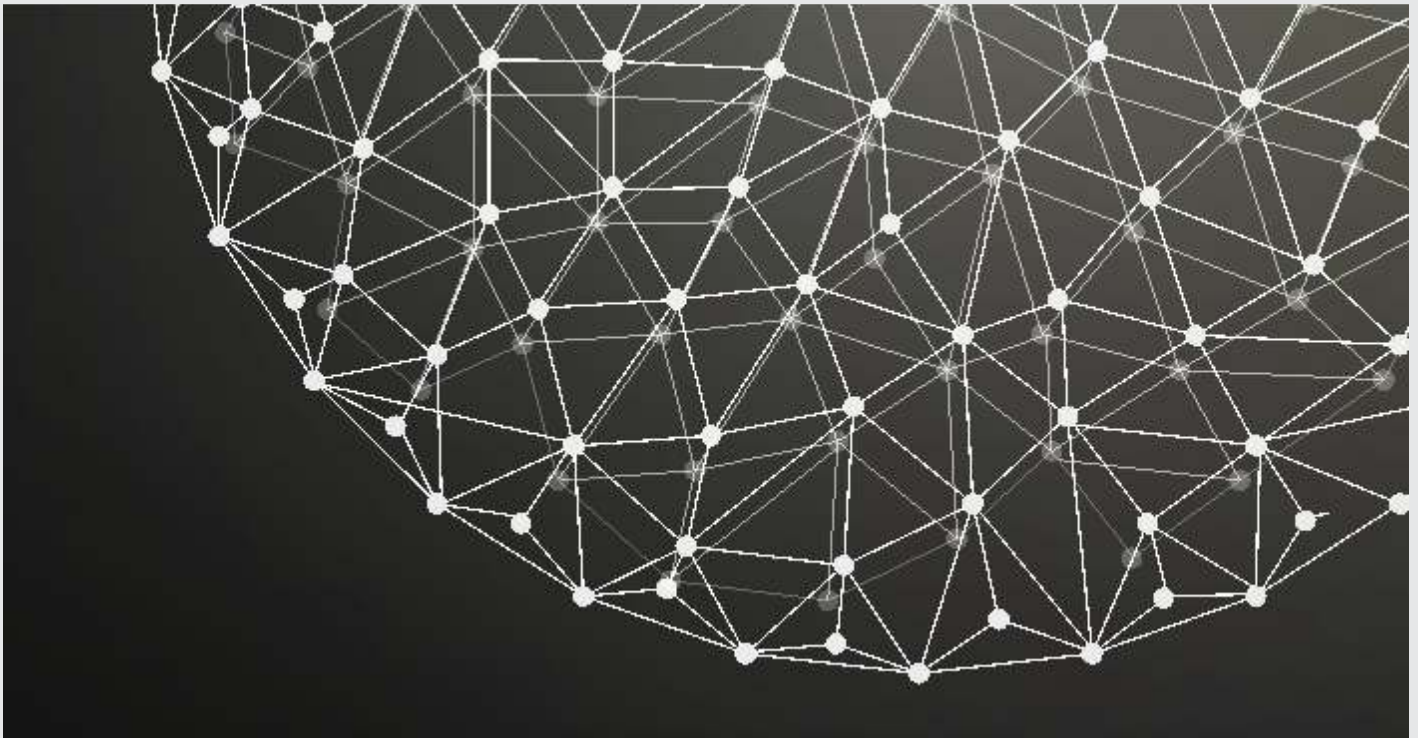
A Psicologia Econômica é, então, uma ciência que, embora utilize conceitos e métodos próprios da Psicologia, da Psicologia Social e da Economia, possui a sua finalidade própria: tentar estudar o novo homo economicus, que já surge frente à perspectiva de um futuro tecnológico, no qual as relações serão ditadas por bytes, pixels e sinais digitais. Ao abordar questões futuras de comportamentos presentes, postas por vários

recursos – produção, troca, consumo – ela desenvolve as possibilidades econômicas individuais relativas às atividades econômicas. Em outras palavras, ela trata do estudo científico das condutas econômicas futuras: o estudo do comportamento econômico e dos fatores que influenciam as pessoas na tomada de suas decisões.

Convém, finalmente, dizer que a Psicologia Econômica não está fundada sobre a crítica ao homo economicus tradicional, pois não existe um modelo para substituí-lo, mas sim vários modelos. O debate teórico em Psicologia é, deste modo, perpétuo. O modelo do homo economicus, em Economia, assenta um quadro teórico unido e incontestado, e a Psicologia e a Economia tem de procurar as complementariedades existentes e não as oposições, permitindo a (co)existência futura entre ambas e uma melhor previsão de condutas e comportamentos sociais.

*Economista, Consultor Econômico (IBDI) e Mestrando em Estatística UFPE.
E-mail: dbm.maciel@gmail.com





FUTURE, ECONOMY AND PSYCHOLOGY DECIPHERING CONNECTIONS

Diego Maciel*

Perhaps most readers won't assume some sort of connection between the elements that entitle this note: future, economy and psychology. But the fact is that the connection exists and is scientifically grounded into a new science - yet little known in Brazil and Latin America - called Economic Psychology.

The (outdated) idea of designing Economy and Psychology as non-complementary sciences dates back to the historical evolution of each. Traditionally, economy and, in particular, political economy, was linked to the study of material wealth, making the qualitative description of the practices of appropriation and accumulation of capital. The Marginalist School (1875) - advocates of pure economy - concerned with quantification, with mathematical rigor, used to describe human behavior in the face of new economic demands and materials, post-industrial revolution.

Already Psychology, for his part, was for a long time, closely linked to philosophy and promoted introspection as a method to analyze human

nature, immutable and that was identical for all subjects. There had, therefore, with a well-defined object of study and the method was a mere intellectual speculation, incapable of empirical verification. Later, between the late nineteenth and twentieth century, psychologists have focused their attention on physiological and psychophysical processes - psychophysics-, mental phenomena and sensory perception.

Thus, for most social scientists, psychological factors were uncertain and difficult to measure, what made these two irreconcilable sciences. However, this situation has been changing slowly, partly due to the introduction of subjectivity in the economy, and other, the birth of new methods that allowed psychology was becoming increasingly scientific.

These two disciplines have become inseparable and the simple reason is that future acts of production, exchange, consumption, savings and investment - key variables in economic analysis - are eminently human acts, which puts the individual in relation to the nature of other at a

given time, implying risks that are expressed by decisions. Psychology contributes to the extent that it is considered as the very wealth individual, helping the economy to clarify some concepts, such as satisfaction, expectations and attitudes, so necessary for the development of homo economicus.

In 1871, with the Austrian School, Carl Menger, the first model appears subjective in Economy and begin the first critical rationality. It was a chain minority, whose works were only resumed much later, by Ludwig von Mises (Theory of Money and Credit - 1912) and subsequently by F. Hayek, (Monetary Theory and the Business Cycle - 1928), who was Nobel Prize in 1974. However, the highlight of the subjective side of economic phenomena was put by Gabriel Tarde (1902), jurist and sociologist, who proved to be truly explaining this aspect of economic behavior, becoming an object of study for Psychology.

Tarde (1902) wonders about the relationships between Economy and Psychology and saw the need for a social logic founded on the belief and

desire. The author uses three psychological mechanisms as essence of Economic Psychology: imitation, repetition and innovation. This triad is somehow related to the following economic aspects: fashion and transformation activities (imitation), industrial production (repetition) and prosperity and association (innovation).

With the development of scientific psychology and economics arise Schools and authors who focus on economic psychology, using different procedures and psychological techniques. Among the most important are: Ditcher the school, the school of Chicago, New York and finally to Sweden, where Karl Eric Warneyd (1984) refers to it as the application of psychological theories and methodologies, the study situations of choice, as these choices reflect the alternative acts, having consequences economic, such as the sale and purchase.

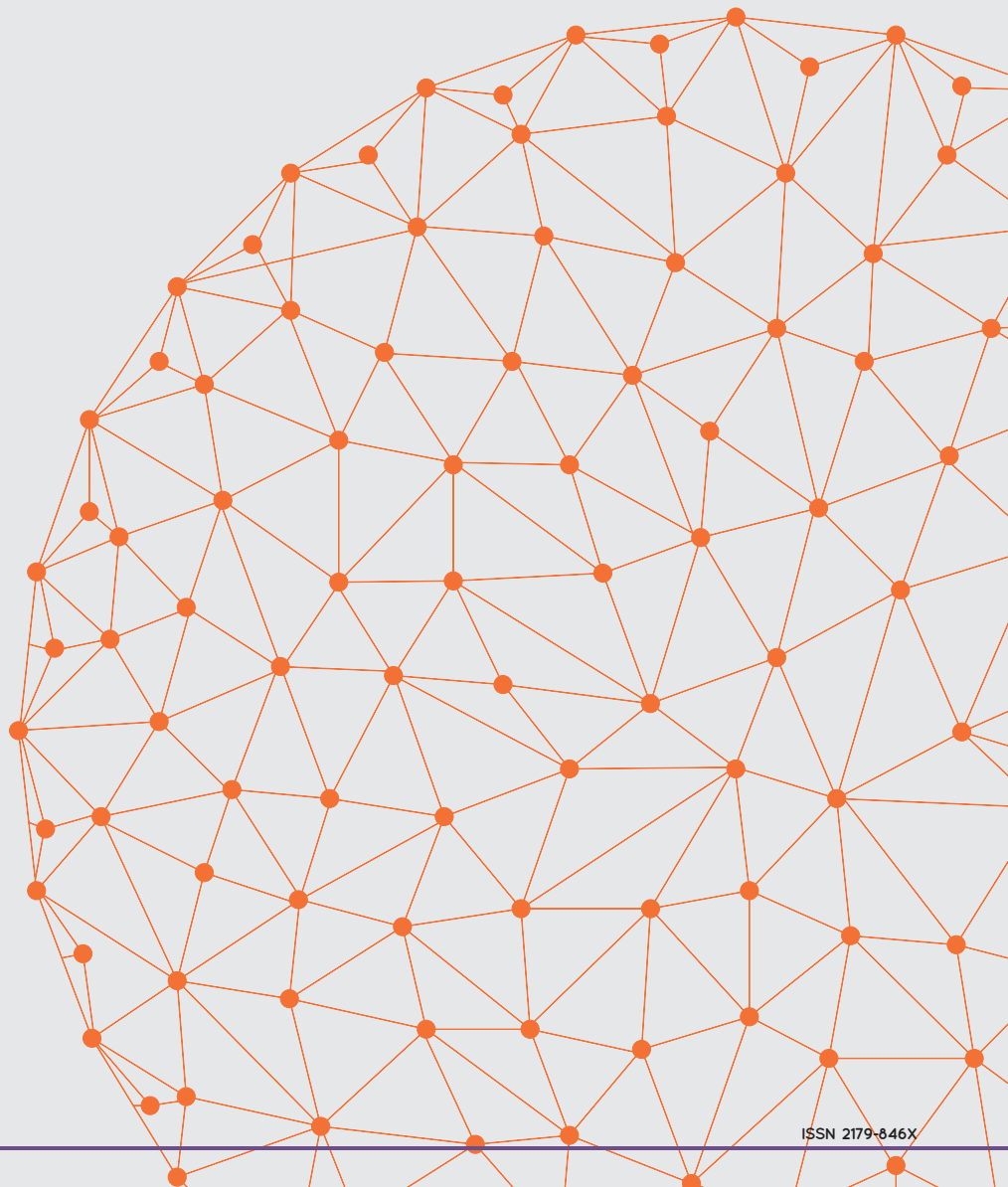
Therefore, the evolution of society, the future forms and consumer relations, buying and selling scientific require new clothes, new sciences and methods, able to meet new social demands. The technology in the 21st century, has served in a particular expansion and complexity, growth potential for social relations. Talking up the phone, the automobile, radio, media, television, air travel, most recently the personal computer, satellite transmission, international communication networks, fax, camcorders, mobile phone, all part of the daily routine of the new homo economicus. Psychology and Economics, secular disciplines, must thus alter due to these changes, through interaction with society.

The Economic Psychology, then, is a science, although it uses its own concepts and methods of Psychology, Social Psychology and Economics, has its own purpose: Try the new study homo economicus, which already comes forward to the prospect of a future technological in which relationships are dictated by bytes and pixels digital signals. When addressing issues of future behaviors gifts, made by various resources - production, trade, consumption, she develops the economic possibilities for individual economic activities. In other words, it is the scientific study of future economic behavior: the study of economic behavior and the factors that influence people in making their decisions.

Finally, it say that economic psychology is not based on the traditional critique of homo economicus,

because there is a model to replace but several models. The theoretical debate in psychology is thus perpetual. The model of homo economicus, in economics, a theoretical framework based unified and unchallenged, Economics and Psychology and has the look of existing complementarities and not the opposition, allowing the (co) existence of both future and better predict behaviors and social behaviors.

*Economist, Economic Advisor (IBDI) and having a Master in Statistics at Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: dbm.maciel@gmail.com





A AÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO NA PREPARAÇÃO DE UM FUTURO MAIS SAUDÁVEL, HUMANO E SUSTENTÁVEL

Ednaldo de Santana Souza* e Maria Cristina Damacena dos Passos Souza**

RESUMO: O filósofo americano Charles Keltering já dizia: “meu interesse está no futuro porque é lá que eu vou passar o resto da minha vida”. A preocupação com o Futuro é algo que constantemente surge na mente de grande parcela da população e no contexto da sociedade atual, temas como a Proteção ao meio ambiente, ações voltadas para melhorar a nossa Qualidade de Vida e a forma com que as pessoas e as organizações se relacionam, nunca estiveram em tamanha evidência. Este bombardeamento de informações também faz com que as instituições de Ensino direcionem suas ações para formar pessoas preparadas para atender a esta demanda de mercado, assim como também formar pessoas que entendam o seu papel na construção de um futuro melhor para todos.

PALAVRAS-CHAVES: Educação, Futuro, Sustentabilidade, Saúde, Desenvolvimento de Pessoas.

Pensar o futuro é uma atividade complexa e em muitos casos, fútil. Mas, é comum nos vermos tentados a imaginar o que irá acontecer e procurar prever um destino adequado para nossos anseios. Como escreve Pierre Furter, o horizonte não existe para nos trazer de volta à origem, mas para nos permitir medir toda a distância que temos a percorrer (FURTER, 1966).

Precisamos de uma visão ampla, de uma mente aberta e sem fronteiras para vivenciarmos esta experiência. Segundo Reinhart Koselleck (1990), interessa-me compreender de que modo o passado está inscrito na nossa experiência atual e de que modo o futuro se insinua já na história presente.

Neste contexto, o ser humano deve ser preparado, de forma que a educação transfira a ele ao mesmo tempo ferramentas adequadas para a solução de diversas questões que farão parte de seu caminho, são questões físicas, biológicas, psíquicas, culturais, sociais, históricas, profissionais, ambientais, etc. Toda esta complexidade da natureza humana é totalmente particionada na

educação por meio de disciplinas, de cursos, de funções, tendo-se tornado situação cada vez mais difícil aprender o que significa ser humano. É preciso restaurá-la, de modo que cada um, onde quer que se encontre, tome conhecimento e consciência, ao mesmo tempo, de sua complexidade e de sua identidade comum a todos os outros humanos.

O PAPEL DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO

Uma das definições mais comuns que se dá à educação é o “processo pelo qual procuramos desenvolver as potencialidades da pessoa humana e integrá-las no ambiente a qual pertença.” Esta é uma definição clássica, na qual a autoria não é muito precisa. No decorrer da História e nas mais diversas sociedades, os objetivos da educação apresentam diferenças enormes, de acordo com complexos fatores culturais. Nas civilizações Orientais antigas, a educação buscava a supressão da individualidade e a conservação do passado. Para os gregos, no entanto, a

educação tinha como principal objetivo dar ênfase ao desenvolvimento individual e aos aspectos estéticos e intelectuais. Na Idade Média, a educação ocidental sujeitou-se à religião. No século XX, o enorme desenvolvimento das ciências sociais, colocou novos problemas para a educação e tal desenvolvimento foi responsável por inúmeras transformações.

No século XXI, com uma sociedade competitiva, globalizada em estruturas capitalistas, o futuro da educação nos reserva características novas, com objetivos e necessidades diferentes do que tínhamos anteriormente. Temos a ideia de tentar garantir a construção do conhecimento, numa sociedade com um abundante fluxo de informação, na qual as instituições tenham como principal papel ser mais que um mero local de transmissão do saber, mas também atuar como mediador da aprendizagem. Uma aprendizagem que não acontece necessariamente nestas instituições, mas ultrapassam os muros das faculdades, podendo efetuar-se nos mais variados contextos por meio de conec-

xões na rede global. (ILLICH, 1985).

Freud dizia que existem três funções que são impossíveis por definição: educar, governar e psicoanalisar. Pois as mesmas são mais que funções ou profissões. O caráter funcional do ensino nos leva a reduzir o professor ao funcionário. A abordagem profissional do ensino leva a reduzir o professor ao especialista. Mas o ensino deve voltar a ser mais do que uma simples função, uma especialização, ou uma profissão, mas principalmente uma tarefa de esfera pública: uma missão. Uma missão de transmissão. (MORIN, 2000).

Devemos então estar preparados para esta missão, que passa por transformar nossos saberes, revisar nossas práticas pedagógicas, construindo novas formas de transmissão que permitam enfrentarmos as incertezas e as interrogações deste século. É tarefa fácil enunciar alguns dos novos aspectos que aparecem frequentemente nos assuntos trabalhados em sala de aula: a proteção do meio ambiente, a preservação do patrimônio cultural, a qualidade de vida no trabalho, o combate às drogas, a educação sexual, a promoção de comportamentos saudáveis, a educação alimentar, e as relações interpessoais. Este último assunto merece um destaque especial, pois toca num ponto crucial para o nosso século; como lidar com pessoas, e principalmente como fazer com que estas pessoas consigam trabalhar para o crescimento das organizações, ou ainda, como desenvolver estas pessoas para alcançarem os objetivos pessoais e profissionais traçados.

Neste contexto, pudemos destacar três temas interdisciplinares que atualmente fazem parte de diferentes áreas de formação presentes nos cursos de Graduação da Faculdade IBGM, que se inserem neste papel de formar pessoas atentas com as novas necessidades presentes na nossa sociedade e com as exigências do mercado. São eles: Desenvolvimento de Pessoas, Proteção ao Meio Ambiente e Promoção de Comportamentos Saudáveis.

PREPARANDO PESSOAS PARA O FUTURO

O papel de Desenvolvimento de RH não se limita às ações localizadas exclusivamente num Departamento de RH. Considera-se gestor de pessoas qualquer profissional que cuide do gerenciamento de uma equipe, seja de finanças, de produção, de marketing ou de materiais. O problema é que com tantas atribuições, preocu-

pações e outras sobrecargas diárias de trabalho, como poderiam os gestores assumir mais um compromisso, ou seja, o de direcionar o desenvolvimento de seus colaboradores? A capacidade crítica dos gestores modernos pode ajudar na tarefa e a mesma deve ser tratada como vital para qualquer organização, pois a Gestão de Recursos Humanos tem atualmente um papel decisivo numa empresa que pretenda ter sucesso. A estratégia de fortalecimento dos laços da cultura empresarial, a aposta na inovação e aprendizagem contínua, a forma de organização do trabalho interno, a capacidade de atrair quadros de elevada competência ou o apoio aos colaboradores no momento da reforma são vertentes fundamentais na Gestão de Recursos Humanos de uma empresa moderna.

Por outro lado, a falha no do desenvolvimento destes colaboradores provocará no futuro uma cruel realidade, onde poderemos ver alguns paradoxos como o aumento de desemprego, de um lado, e uma enorme quantidade de postos de trabalho por preencher, do outro.

Para não ser atropelado neste ritmo cada vez mais intenso e cruel do mundo corporativo, o profissional deve estar atento e preparado. Mas a maneira como este indivíduo está se preparando ou pretende fazê-lo é que fará a diferença e é aí que entram as instituições de ensino que devem estar atentas, trabalhar concomitantemente com os profissionais que buscam capacitar-se para este mercado e com a juventude que pretende se qualificar para alcançar suas oportunidades futuras.

SUSTENTABILIDADE E O CUIDADO COM O MEIO AMBIENTE

O tema da sustentabilidade teve sua origem na economia (“desenvolvimento sustentável”) e na ecologia, para se inserir definitivamente no campo da educação, sintetizada no lema “uma educação sustentável para a sobrevivência do planeta”. Nos tempos modernos, os problemas associados ao meio ambiente têm se agravado significativamente. Assim, poluição ambiental tem sido tema de preocupação mundial, tendo em vista o aumento desordenado da população do planeta e a subsequente geração de uma grande quantidade de resíduos de reciclagem complexa e, muitas vezes, inviável. Estamos chegando a um ponto que, para garantirmos a sobrevivência no planeta, devemos envidar o máximo de nossos esforços para reciclar a

maior parte de nossos resíduos gerados e assim assegurarmos uma vida adequada para nossas futuras gerações. Colocar o meio ambiente e o lucro como pontos conflitantes ainda é comum hoje em dia, mas o que algumas empresas estão provando é que eles podem andar juntos por meio de iniciativas que fazem com que ações de cuidado com a natureza sejam revertidas em ganhos financeiros, e se engana quem pensa que os benefícios se restringem à melhoria na imagem da companhia. Este agora é um dos fatores de maior influência no mercado, assim, as empresas começam a apresentar soluções para alcançar o desenvolvimento sustentável e ao mesmo tempo aumentar a lucratividade de seus negócios. Neste contexto, gestão ambiental não é apenas uma atividade filantrópica ou tema para ecologistas e ambientalistas e sim, uma atividade que pode propiciar ganhos financeiros para as empresas. (SOUZA, 2012)

A partir deste cenário surge a Logística Reversa, que vem sendo citada de forma crescente em livros de Logística Empresarial, demonstrando sua aplicabilidade e interesse em diversos setores empresariais, apresentando novas oportunidades de negócios direcionados à preservação do meio ambiente e aplicando os conceitos de sustentabilidade. Uma das definições para a Logística reversa é dada por Stock (1998): refere-se ao papel da logística no retorno de produtos, redução na fonte, reciclagem, substituição de materiais, reuso de materiais, disposição de resíduos, reforma, reparação e remanufatura. Porém, não podemos tocar neste tema sem ressaltar que as pessoas de um modo em geral não percebem que a degradação ambiental é resultado do modelo que escolhemos para viver e nas relações existentes com o meio que vivemos. No entanto, para que uma gestão ambiental seja bem sucedida é necessário que ocorram mudanças nas atitudes, nos padrões de comportamento e na própria cultura das instituições.

Para alcançar o compromisso das pessoas com a melhoria da qualidade ambiental é preciso, em primeiro lugar, que elas se percebam como parte integrante deste processo, tendo acesso a conhecimentos básicos sobre meio ambiente que as auxiliem na identificação das principais fontes geradoras de impactos ambientais. Este papel é de responsabilidade dos novos gestores, que tem a missão de persuadir as organizações a adotar esta variável nas práticas de recursos humanos. São exem-

plos de ações atuais: recrutar e selecionar pessoas comprometidas com o ambiente, treinar e avaliar os funcionários com base em critérios ambientais, implementar formas de recompensas financeiras e não financeiras, individuais e coletivas, em razão do desempenho ambiental, estimular a educação continuada em gestão ambiental, inserir a questão ambiental na cultura corporativa e promover a interação entre as equipes, a fim de lidar com os problemas ambientais e lutar pela melhoria contínua do ambiente. (FREITAS, 2011)

PROMOÇÃO DA SAÚDE

No passado, o homem primitivo atribuía o processo de saúde/doença à punição ou à recompensa de entidades sobrenaturais. Esta era uma interpretação ligada ao conceito teológico e que em alguns casos ainda prevalece. Nas civilizações grega, romana e egípcia, dava-se uma interpretação natural, isto é, física, que atribuía ao corpo as causas que determinam o processo de saúde/doença, o que originou a definição de saúde como um bem-estar físico.

Com o evoluir dos tempos, foram-se identificando fatores ambientais como causa de doença. Esta teoria foi aceita pelos cientistas da época e ganhou força no século XVII, principalmente devido ao aparecimento de meios que permitiram a identificação de micro-organismos causadores de doenças.

No século XX, o conceito de saúde modificou-se e os modernos pontos de vista sobre o tema, começaram a considerar a pessoa como um todo e a relacionar os seus estados com as características da sociedade e o meio em que se integra. (MARTINS, 2005)

Esta nova visão promoveu uma melhoria nas condições de vida e saúde, promovendo melhorias de forma contínua e sustentada na maioria dos países, no último século, graças aos progressos políticos, econômicos, sociais e ambientais, assim como aos avanços na saúde pública e nas ciências da saúde.

A educação em saúde é elemento importante para esse objetivo, procedimentos para a promoção da saúde incluem um bom padrão de nutrição, orientação em atividades físicas, combate ao uso de drogas e prevenção de doenças sexualmente transmissíveis. Para que estes assuntos sejam bem trabalhados temos diversos campos de atuação e diversos profissionais que tem papel fundamental na garantia da qualidade de

vida, dentre os quais podemos listar os profissionais da Educação Física, Enfermagem e Fisioterapia. Estas são profissões nas quais o seu trabalho repercutirá diretamente na nossa saúde, pois irão fazer com que consigamos uma vida mais duradoura e aproveitar melhor o futuro que nos espera.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

São muitos os futuros possíveis, mas só um terá lugar. E isso depende da nossa capacidade de pensar e de agir. Arendt (1972), escreveu que uma crise apenas se torna catastrófica se lhe respondermos com ideias feitas, isto é, com preconceitos. O pensamento futuro sobre educação deve ir além do já conhecido e alimentar-se de um pensamento que se caracterize pela capacidade não só de pensar o futuro no presente, mas também de organizar o presente de maneira que permita atuar sobre esse futuro (FURTER, 1970).

Este conceito pode ser observado na Faculdade IBGM, onde podemos notar tanto na atuação dos docentes, quanto nas temáticas propostas nos Trabalhos Interdisciplinares, assim como nos próprios Cursos de graduação ofertados pela Faculdade, que englobam necessidades atuais e futuras da sociedade e do mercado de trabalho. Proporcionando a formação de profissionais e de cidadãos capacitados e conscientes, para atuarem na Gestão das Pessoas, garantindo o seu desenvolvimento, cuidarem da qualidade de vida destes profissionais, além de terem uma visão sustentável, preservando o Meio Ambiente e vivendo o hoje garantindo a continuidade dos recursos para as gerações futuras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDR, H. Entre o passado e o futuro. São Paulo: Perspectiva, 1972.

FURTER, P. Educação e vida. Rio de Janeiro: Vozes, 1966.

— : Educação e reflexão. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1970.

FREITAS, W. R. S., JABBOUR, C. J. C., GOMES, A. F.. Gestão Ambiental: Um novo desafio para os profissionais de Recursos Humanos. Revista Cesumar - Ciências Humanas e Sociais Aplicadas v.16, n.1, jan./jun. 2011.

GADOTTI, M.. Perspectivas atuais da educação. Porto Alegre: Ed. Artes Médicas, 2000.

ILLICH, I.. Sociedade sem escolas.

Petrópolis: Vozes, 1985.

JONASSEN, D. H. Computadores, Ferramentas cognitivas: Desenvolver o pensamento crítico nas escolas. Porto: Porto Editora, 2007.

KOSSELLECK, R.. Le Futur passé - Contribution à la sémantique des temps historiques. Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales. Paris, 1990.

MARTINS, M. C., A Promoção da saúde: percursos e paradigma. ESALD. 2005. Disponível em: http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/93/1/A_20Promo_C3_A7_C3_A3o_20da_20sa_C3_BAde.pdf. Acesso em: 12/12/12.

MORIN, E.. Os sete saberes necessários à educação do futuro. Tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. Brasília, DF: UNESCO, 2000.

NÓVOA, A.. Educação 2021: Para uma história do futuro. Revista Iberoamericana de educação. Lisboa, 2009.

SOUZA, E. S., Otimização da Produção de Biodiesel a partir de Óleo de Fritura. Dissertação de Mestrado em Eng. Química, UFPE. Recife, 2012.

STOCK, J. R.. Reverse Logistics Programs. Illinois: Council of Logistics Management, 1998.

TACHIZAWA, T.. Gestão Ambiental E O Novo Ambiente Empresarial. Disponível em: http://www.rhportal.com.br/artigos/wmview.php?idc_cad=b98fzdc4c. Acesso em: 14/12/12.

WHO. The World Health Report 1998: Life in the 21st Century - A Vision for All., Genebra. 1998.

*Doutorando em Engenharia Química, Especialista em Gestão da Qualidade, Químico Industrial e Licenciado em Química.
E-mail: naldosouza1@ig.com.br
**Fisioterapeuta, especialista em terapia intensiva.



ACTION OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE PREPARATION OF A HEALTHIER FUTURE, AND SUSTAINABLE HUMAN

Ednaldo de Santana Souza* e Maria Cristina Damacena dos Passos Souza**

ABSTRACT: The American philosopher Charles Keltner already said "My interest is in the future because that's where I'll spend the rest of my life." Concern for the future is something that constantly arises in the minds of a large portion of the population and in the context of today's society, issues such as the protection of the environment, actions to improve our quality of life and the way people and organizations relate, never been on such evidence. This bombardment of information also makes education institutions direct their actions to form people prepared to meet this market demand, as well as train people who understand their role in building a better future for all.

KEYWORDS: Education, Future, Sustainability, Health, People Development.

Thinking about the future is a complex activity and in many cases, futile. But, it is common to find ourselves tempted to imagine what will happen and try to foresee a suitable destination for our desires. As writes Pierre Furter the horizon there to bring us back to the origin, but to allow us to measure all the distance we have to go (FURTER, 1966).

We need a broad vision, an open mind and without borders to living out this experience. According to Reinhart Koselleck (1990), I am interested to understand how the past is inscribed in our current experience and how the future is creeping ever present history. In this context the Human Being should be prepared so that education transfer him while appropriate tools for solving various issues that will be part of their way, are matters physical, biological, psychological, cultural, social, historical, professional, environmental, etc.. All this complexity of human nature is completely partitioned in education through courses, courses, functions, and has become increasingly difficult situation learn what it means to be human. You need

to restore it, so that each one, wherever you are, take knowledge and awareness at the same time, their complexity and their common identity to all other human.

THE ROLE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

One of the most common settings that give education is "the process by which we seek to develop the potential of the human person and to integrate them in the environment to which it belongs." This is a classic definition, in which the authorship is not very accurate. Throughout history and in various societies, the goals of education have huge differences, according to complex cultural factors. In the ancient Oriental civilizations, education sought the suppression of individuality and conservation of the past. For the Greeks, however, education had as main objective to emphasize individual development and the aesthetic and intellectual. In the Middle Ages, Western education subjected to religion. In the twentieth century, the enormous development

of the social sciences, posed new problems for education and such development was responsible for numerous transformations.

In the XXI century, with a competitive society, globalized capitalist structures in the future of education holds new features, with different goals and needs than we had previously. We got the idea to try to ensure the construction of knowledge in a society with an abundant flow of information, in which the institutions whose main role is more than just a place of transmission of knowledge, but also act as a mediator of learning. Learning that does not necessarily happen in these institutions, but beyond the walls of schools and can make up in various contexts through connections in the global network. (Illich, 1985).

Freud said that there are three functions that are impossible by definition: Educate, govern and psychoanalyze. For the same functions that are more or professions. The functional character of teaching us to reduce the teacher to the employee. The professional approach of teaching leads to reduce the teacher to

expert. But education should again be more than a simple function, a specialization, or a profession, but primarily a task of the public sphere: a mission. A mission transmission. (MORIN, 2000).

We must therefore be prepared for this mission, which involves transforming our knowledge, revise our teaching practices, building new forms of transmission to allow face the uncertainties and questions of this century. It is easy to state, some of the new features that appear frequently in subjects worked in the classroom: the protection of the environment, preservation of cultural heritage, the quality of work life, the fight against drugs, sex education, promotion healthy behaviors, nutrition education, and interpersonal relationships. This last point deserves special mention because it plays a crucial point for our century, dealing with people, and especially how to make these people able to work for the growth of organizations, or even how to develop people to achieve these goals personal and professional paths.

In this context we highlight three interdisciplinary themes that are currently part of different areas of present training courses Undergraduate Faculty IBGM which fits this role to form people tuned with the changing needs in our society and the demands of the market. They are: People Development, Environment Protection and Promotion of Healthy Behaviors.

PREPARING PEOPLE FOR THE FUTURE

The role of HR Development is not limited to the assets located exclusively in HR Department. It is considered persons any professional manager who takes care of managing a team, be it finance, production, or marketing materials. The problem is that with so many responsibilities, concerns and other overloads daily work as managers could take over an appointment, or to direct the development of its employees? The critical capacity of modern managers can help in the task, and the same should be treated as vital for any organization, because the Human Resource Management currently has a decisive role in a company wishing to succeed. The strategy of strengthening the bonds of corporate culture, the commitment to innovation and continuous learning, in the form of internal organization of work, the ability to attract highly competent staff or support to employees on retirement are fundamental parts of the Resource Management humans of the modern enterprise.

On the other hand the failure of the development of these future employees will result in a harsh reality, where we can see some paradoxes such as increasing unemployment on the one hand, and a slew of jobs unfilled on the other.

Not to be hit this pace increasingly intense and cruel corporate world, the professional must be aware and prepared. But the way this guy is preparing or plan to do it is to make a difference, and that is where we enter the educational institutions that must be tuned and work concurrently with professionals who seek to empower themselves for this market and the youth who want to qualify to achieve their future opportunities.

SUSTAINABILITY AND CARE FOR THE ENVIRONMENT.

The issue of sustainability has its origins in the economy ("sustainable development") and ecology, to definitely enter the field of education, synthesized in the motto "sustainable education for the survival of the planet." In modern times, the problems associated with the environment have significantly worsened. Thus, environmental pollution has been a topic of global concern, given the uncontrolled increase of the world population and the subsequent generation of a large amount of waste recycling complex and often infeasible. We are reaching a point that, to guarantee the survival on the planet, we must make the most of our efforts to recycle most of our waste generated and thus insure proper living for our future generations. Putting the environment and profit as conflicting points is still common today, but some companies are proving is that they can walk together through initiatives that make care actions with nature are reversed in financial gains, and is mistaken who thinks that the benefits are limited to improving the image of the company. This is now one of the most influential factors in the market, so companies begin to provide solutions to achieve sustainable development while increasing the profitability of your business. In this context, environmental management is not just a philanthropic activity or theme for ecologists and environmentalists, and yes, an activity that can provide financial gains for companies. (SOUZA, 2012)

From this scenario arises Reverse Logistics, which has been cited increasingly in books Business Logistics, demonstrating their applicability and interest in various business

sectors, presenting new business opportunities aimed at preserving the environment and applying sustainability concepts. One of the definitions for the Reverse Logistics is given by Stock (1998): Refers to the role of logistics in product returns, source reduction, recycling, materials substitution, reuse of materials, waste disposal, refurbishment, repair and remanufacturing.

But we cannot touch this subject without mentioning that people in a way not usually realize that environmental degradation is a result of the model we choose to live, and existing relationships with the environment we live. However, for an environmental management to be successful it is necessary that any change in the attitudes, behavior patterns and institutions of culture itself.

To achieve the commitment of people to the improvement of environmental quality is necessary, first, that they see themselves as part of this process, having access to basic knowledge about the environment that assist in identifying the major sources of environmental impacts. This paper is the responsibility of the new managers, which has the mission of persuasion dir organizations to adopt this variable in human resources practices. Examples of current actions: Recruit and select people committed to the environment, train and evaluate employees based on environmental criteria, implement forms of financial and non-financial rewards, individual and collective, because of environmental performance, encouraging continuing education environmental management, environmental issues enter into the corporate culture and promote interaction between the teams in order to deal with environmental problems and strive for continuous improvement of the environment. (Freitas, 2011)

HEALTH PROMOTION

In the past, primitive man attributed the process of health / disease punishment or reward of supernatural entities, this was an interpretation linked to the theological concept and in some cases still prevails today. In ancient Greek, Roman and Egyptian, giving it a natural interpretation, ie physical, he attached the body causes that determine the process of health / illness, which led to the definition of health as physical well-being. With the passing of time, we are identifying environmental factors as a cause of disease. This theory was

accepted by scientists of the time and gained momentum in the seventeenth century, mainly due to the emergence of media that allowed the identification of micro-organisms that cause disease.

In the twentieth century the concept of health has changed and modern points of view on health, began to consider the person as a whole and its member relate to the characteristics of the society and the environment in which it operates. (Martins,2005)

This new vision promoted an improvement in living conditions and health promoting improvements in a continuous and sustained in most countries in the last century, thanks to political progress, economic, social and environmental, as well as to advances in public health and sciences health.

Health education is an important element for this purpose, procedures for health promotion include a good standard of nutrition, guidance on physical activity, combating drug use and prevention of sexually transmitted diseases. For these matters are well worked have different fields of actions and diverse professionals who have key role in ensuring the quality of life, among which we can list the Professional Physical Education, Nursing and Physiotherapy. These are professions in which their work resonate directly in our health, it will manage to make a more lasting and better enjoy the future that awaits us.

FINAL THOUGHTS

There are many possible futures. But only one will take place. And that depends on our ability to think and act. Arendt (1972) wrote that only a crisis becomes catastrophic if you respond with preconceived ideas, that is, with prejudice. Future thinking on education must go beyond the already known and feeding of a thought which is characterized by the ability not only to think of the future in the present, but also to organize this in a way that allows future work on this (FURTER, 1970 .)

And this concept can be observed in the Faculdade IBGM where we can see both the role of teachers, as proposed in the thematic interdisciplinary work, as well as in their own undergraduate courses offered by the Faculty, which include current and future needs of society and the market job. Providing the training of professionals and trained and aware citizens, to act in People Management, ensuring its development, taking care of the quality of life of

these professionals, and have a vision sustainable, preserving the environment and living today ensuring continuity resources for future.

REFERENCES

ARENDR, H. Entre o passado e o futuro. São Paulo:Perspectiva,1972.

FURTER, P. Educação e vida. Rio de Janeiro:Vozes,1966.

— : Educação e reflexão. 3ª Ed. Rio de Janeiro:Vozes,1970.

FREITAS, W. R. S., JABBOUR, C. J. C., GOMES, A. F.. Gestão Ambiental: Um novo desafio para os profissionais de Recursos Humanos e Sociais Aplicadas v.16, n.1, jan./jun.2011.

GADOTTI, M.. Perspectivas atuais da educação. Porto Alegre: Ed. Artes Médicas,2000.

ILLICH, I.. Sociedade sem escolas. Petrópolis:Vozes.1985.

JONASSEN, D. H. Computadores, Ferramentas cognitivas: Desenvolver o pensamento crítico nas escolas. Porto:Porto Editora,2007.

KOSELLECK, R.. Le Futur passé - Contribution à la sémantique des temps historiques. Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales.Paris,1990.

MARTINS, M. C., A Promoção da saúde: percursos e paradigma. ESALD.2005. Disponível em: http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/93/1/A_20Promo_C3_A7_C3_A3o_20da_20sa_C3_BAde.pdf. Acesso em:12/12/12.

MORIN, E.. Os sete saberes necessários à educação do futuro. Tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. Brasília, DF: UNESCO,2000.

NÓVOA, A.. Educação 2021: Para uma história do futuro.Revista Iberoamericana de educação.Lisboa,2009.

SOUZA, E. S., Otimização da Produção de Biodiesel a partir de Óleo de Fritura. Dissertação de Mestrado em Eng. Química, UFPE. Recife, 2012.

STOCK, J. R.. Reverse Logistics Programs. Illinois: Council of Logistics Management,1998.

TACHIZAWA, T.. Gestão Ambiental E O Novo Ambiente Empresarial. Disponível em : <http://www.rhportal.com.br/artigos/w>

mview.php?idc_cad=b98fzdc4c. Acesso em:14/12/12.

WHO. The World Health Report 1998: Life in the 21st Century - A Vision for All.,Genebra.1998.

*Having a Master in Chemical Engineering, Specialist in Quality Management, Industrial Chemist and Graduate in Chemistry.
E-mail: naldosouza1@ig.com.br
**Physiotherapist, specialist intensive care.



ENDOMARKETING: TEORIA E PRÁTICA NA GESTÃO EMPRESARIAL¹

Beatriz Braga Bezerra*, Marcella Faustino Vasconcelos** e Thalma Drielle Bezerra de Souza***

RESUMO: Objeto de uma área recente nos estudos de marketing, o endomarketing se caracteriza pela adaptação de ferramentas do marketing tradicional para o ambiente interior de uma empresa. Através da comunicação interna, o endomarketing visa transformar os funcionários em reais aliados da empresa. Com os aportes teóricos de Analisa Brum (2010), Saul Bekin (1995) e Wilson Cerqueira (1994), serão detalhados os conceitos sobre essa estratégia para que, em seguida, sejam comparados aos depoimentos colhidos com profissionais do mercado nacional. Objetiva-se, com essa análise, averiguar a pertinência das teorias sobre endomarketing e sua real aplicabilidade junto às empresas, visando ampliar a discussão sobre o tema e reunir material bibliográfico e investigativo, incitando novas pesquisas ou experimentos por teóricos e também praticantes.

PALAVRAS-CHAVE: endomarketing, comunicação interna, marketing, gestão empresarial.

INTRODUÇÃO

Objeto de uma área recente nos estudos de marketing, o endomarketing se caracteriza pela adaptação de ferramentas do marketing tradicional para o ambiente interno de uma empresa. Através da comunicação interna, de ações de incentivo ou treinamento com os funcionários, o endomarketing tem como objetivo capacitar os colaboradores de uma empresa para serem os responsáveis por ela, seja em relação à identidade da empresa ou aos produtos e serviços vendidos e prestados. Os colaboradores serão reais aliados da instituição em que trabalham.

Como base para esse estudo, serão utilizados os aportes teóricos de: Alexandre Inkotte (2000), Analisa Brum (2010), Regina Mendes (2012), Saul Bekin (1995) e Wilson Cerqueira (1994) a respeito dos conceitos de endomarketing e sobre a aplicabilidade dessa estratégia. Carolina Tomasi & João Bosco Medeiros (2000) serão a fonte de conhecimento sobre os pontos de fusão entre o endomarketing e a comunicação empresarial, questão intrigante e motivadora da pesquisa.

Após o detalhamento dos pontos de vista de cada autor, serão expostos depoimentos de profissionais do mercado visando estabelecer um paralelo entre a teoria e a prática. Objetiva-se, com essa análise, averiguar a pertinência das teorias sobre endomarketing e sua real aplicabilidade junto às empresas, os itens coerentes e os divergentes.

Com este trabalho, pretende-se ampliar a discussão sobre o tema e reunir material bibliográfico e investigativo, incitando novas pesquisas ou experimentos – por estudantes e professores; teóricos e também praticantes.

O QUE É ENDOMARKETING?

A expressão foi registrada no Brasil em 1996 por Saul Faingaus Bekin, consultor de empresas e também autor de diversos livros sobre o tema. O autor entende o endomarketing como uma prática que objetiva construir lealdade no ambiente de trabalho e cultivar a harmonia que fortalece as relações interpessoais (BRUM, 2010).

Bekin (1995) define de modo resumido o endomarketing como:

“Ações de marketing para o público interno das empresas e organizações” (p.17). E explica que essas ações visam sintonizar a atitude dos funcionários, solidificando assim os relacionamentos dentro da empresa. Para o autor, essa prática integra a “noção de cliente” nos procedimentos internos da empresa, aumentando a produtividade e a qualidade dos produtos e serviços. Ou seja, os funcionários são cativados pela cultura empresarial de modo que conseguem visualizar a posição do cliente e suas necessidades. Dessa forma, a comunicação dentro da empresa – o trabalho em equipe, com cooperação e integração – se estrutura de forma mais organizada e homogênea, o que reflete o tratamento com o cliente final.

O endomarketing seria, portanto, um conjunto de atitudes tomadas por gestores de empresas em relação aos seus funcionários para que a cultura da instituição seja dissipada de maneira uniforme, visando um melhor relacionamento entre as equipes internas e resultando no aumento da produtividade e qualidade do trabalho. A comunicação, nesse caso, funciona como motor do endomarketing,

¹Artigo resultante do primeiro semestre de atuação do Grupo de Pesquisa sobre Novas Estratégias de Publicidade na Gestão Empresarial na IBGM. O material aqui coletado não está finalizado, visto que o grupo dará continuidade às pesquisas e entrevistas.

embasando as estratégias de marketing para conquistar tanto o público interno, motivado em cada função, quanto o público externo, encantado com o atendimento e o relacionamento construído com a empresa.

PONTOS DE VISTA SOBRE O ENDOMARKETING

Cerqueira (1994) organiza seu pensamento em relação às empresas e funcionários valorizando a questão comportamental. Para o autor, os indivíduos precisam estar seguros no ambiente de trabalho, devidamente motivados e envolvidos pela cultura da empresa. Defende que é importante buscar o maior número de pessoas envolvidas com a missão e os valores da instituição, mesmo considerando ser impossível atingir a todos ao mesmo tempo.

Em algum momento, aqueles funcionários que não se identificam ou não são sensibilizados pela cultura da empresa serão envolvidos. Caso contrário, por destoarem do grupo, tomam uma atitude e mudam de empresa. O funcionário precisa associar à empresa um valor cultural, definido como: “tudo aquilo que nos incentiva à prática de uma atitude preestabelecida, tendo como base algo que reconhecemos como válido e bom para nós” (CERQUEIRA, 1994, p.17). O colaborador precisa, então, entender o trabalho como algo positivo; somente dessa forma será conquistado e agirá de acordo com a prática da empresa.

Brum (2010), segue o pensamento descrito por Cerqueira (1994) ao valorizar o potencial humano de cada colaborador e a busca pela satisfação no ambiente de trabalho. A autoestima e a felicidade do funcionário estão diretamente relacionadas ao clima organizacional e, conseqüentemente, ao índice de produtividade. Embora diversos fatores componham a vida de cada funcionário, a empresa pode estimular aspectos relacionados à motivação e à estabilidade, contribuindo para a positividade na vida de cada colaborador a democratização da informação, por exemplo, é um item que contribui bastante na redução de tensão e insegurança entre os funcionários.

A autora ressalta, entre outras questões, a importância da valorização de cada indivíduo colaborador dentro da empresa. O marketing busca – atualmente – atingir, cada vez mais, pessoa a pessoa. E dessa forma, não há um único modelo de comunicação a ser seguido, mas vários. Dentro das instituições, a prática do endo-

marketing também deve considerar o esforço para diferenciar as mensagens corporativas. É comum existir diferenciação entre setores, departamentos ou funções, mas há mensagens específicas que devem ser direcionadas individualmente. O conteúdo de cada mensagem pode até ser o mesmo, mas o endereçamento nominal personaliza o tratamento e valoriza o funcionário.

Bekin (1995) explica que a prática do endomarketing inverte o antigo pensamento do marketing como uma atividade relacionada somente à propaganda. Defende, assim, que todos os departamentos devem ser alcançados pelas ações de endomarketing. “O marketing deve irrigar todos os setores da empresa, desde a área de desenvolvimento do produto até o pessoal da linha de frente” (p.22). Essa prática descentraliza a informação e propõe um clima favorável à integração entre equipes e a cooperação interna.

A “noção de cliente” citada anteriormente na conceituação de endomarketing se une agora à “orientação para o cliente”, onde os funcionários se posicionam como solucionadores das demandas dos clientes. E para que isso aconteça, ainda segundo Bekin (1995), é necessário solidificar a estrutura empresarial, embasando-a na informação, devidamente compartilhada, e também na cultura da iniciativa, coletivamente estimulada. Com essa postura, a empresa munificará seus colaboradores de ferramentas úteis para dissolver as dificuldades apresentadas pelos clientes, defendendo a empresa como sócios o fariam e, ao mesmo tempo, deixando explícito ao público a identidade da instituição e a satisfação em servi-la.

Na prática, isso significa que o funcionário deverá receber treinamentos o suficiente, institucionais e funcionais, para que consiga lidar com diversas situações complexas sem desviar sua conduta da cultura da empresa. Essa atitude, quando bem executada por um colaborador na posição de atendimento ao público se torna o “cartão de visitas” da instituição. E, conforme Bekin (1995) ressaltou, quando todos os funcionários estiverem revestidos da mesma atitude, as relações interpessoais se firmarão também dentro da empresa, e o relacionamento positivo com o cliente não será uma ação estanque daquele setor, mas resultante de um processo interno coletivo.

ENDOMARKETING E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

A comunicação empresarial, segundo Tomasi & Medeiros (2000) se configura como um somatório de métodos e técnicas direcionados para os públicos interno e externo. Dentre essas atividades estão: relações públicas, propaganda, assessoria de imprensa, marketing, endomarketing, entre outras. Para os autores, a construção da imagem e da identidade da empresa dependerá da própria capacidade em realizar uma comunicação eficiente em todas as frentes de atuação, ou seja, junto aos públicos envolvidos e aos valores relacionados, como a cidadania e a ética.

É imprescindível, portanto, reunir um time de profissionais capacitados para lidar com a criação e o desenvolvimento da comunicação organizacional. Jornalistas, publicitários e administradores são essenciais para fornecer perspectivas de assessoria de imprensa, propaganda e marketing, respectivamente. Para a comunicação interna, Tomasi & Medeiros (2000) destacam a importância da qualidade estética dos materiais. Panfletos, cartilhas, vídeos e até os quadros de avisos sofrem rejeição dos funcionários por que não despertam interesse ou não receberam o cuidado devido na fase de elaboração. Os funcionários estão atentos à comunicação da empresa com os clientes e anseiam receber o mesmo tratamento: uma mensagem pertinente e com qualidade.

Paulo Nassar (2006 apud Tomasi & Medeiros, 2000, p.59) é citado quando afirma que a comunicação interna irá possibilitar o compartilhamento de mensagens que motivem, estimulem, diferenciem, considerem, premiem, promovam e integrem os funcionários de uma empresa. A comunicação dentro da empresa pode servir também como canal facilitador para solução de problemas entre funcionários e gestores. A “rádio peão” e os boatos não contribuem para a integração entre os distintos níveis hierárquicos de uma organização. Sendo assim, deve ser urgente a preocupação dos gestores em dissipar rumores que causem ameaças e instabilidade aos colaboradores e, conseqüentemente, ao equilíbrio da empresa.

O endomarketing poderia amenizar boatos ao se tratar da “humanização” do marketing. A utilização da expressão “comunicação interna” como equivalente de endomarketing, deixaria de lado o mercantilismo associado ao termo marketing. “Se a questão é incentivar as pessoas a mutuamente compartilharem conhecimento, confiança e cooperação,

preferível a ter endomarketing é saber e fazer comunicação interna”, afirma Gustavo Matos (2006 apud Tomasi & Medeiros, 2000, p.92). O endomarketing, segundo os autores, deveria basear suas ações em: a) ouvir o funcionário para compreender suas insatisfações; b) suprir demandas psicológicas e físicas; c) premiá-lo por desempenho; d) respeitar sua personalidade; e e) dar segurança no trabalho. O funcionário, então, seria não só um termômetro do funcionamento organizacional, mas membro importante da empresa, que zelaria por sua estabilidade e motivação.

Há consenso, entre os autores acima citados, quanto ao potencial humanizador da comunicação interna ou endomarketing – independente da nomenclatura, pois não se faz coerente a insistência em meios de comunicação internos como jornais e quadros de aviso se não existe predisposição dos funcionários e gestores em criar uma atmosfera favorável ao diálogo e à solução de problemas. A prática da comunicação interna favorecerá não só a produtividade e o desenvolvimento da empresa, mas substancialmente a integração entre as pessoas e a melhoria do ambiente organizacional.

TEORIA E PRÁTICA

A partir das teorias levantadas, entrevistamos profissionais de diversas áreas de

atuação a respeito das práticas de endomarketing realizadas nas empresas. As questões tratavam especificamente da eficácia e do envolvimento dos funcionários nas ações de comunicação interna.

André Albuquerque (2012), Supervisor de Processos da Vale (lotado em São Luís – MA), afirmou que as ações de endomarketing são importantes e, especialmente, no caso de empresas com grande número de empregados. Para ele, essa prática “é uma forma de criar um canal aberto para a comunicação dentro das empresas para com os empregados”. Na Vale, a comunicação interna é feita pela Gerência de Comunicação através de e-mails informativos, campanhas institucionais e jornais impressos. Cartazes e publicações via internet complementam as ações de endomarketing da empresa. O funcionário se diz satisfeito e vê o envolvimento de todos nas ações. É possível dar feedback sobre as ações através de representantes por setor que coletam as impressões dos funcionários e repassam para a Gerência de Comunicação.

Patrícia Lima (2012), Assistente Comercial na Vitarella (lotada em Jabotão dos Guararapes – PE), destacou que o setor de comunicação utiliza as datas comemorativas para realizar ações junto aos funcionários. No Dia das Mães, por exemplo, promotoras ofereceram curso de maquiagem para as mulheres. Os lançamentos de produtos também são divulgados e os colaboradores participam de ações promocionais. Pesquisas de satisfação são realizadas ao menos uma vez por ano e outros meios de comunicação, como os quadros de avisos, funcionam como canal entre funcionários e gestores. Existem representantes, de modo semelhante à Vale, que recolhem sugestões em cada setor para melhoria dessas ações. A funcionária está satisfeita com o endomarketing da empresa, embora note que a maior parte das ações seja voltada para o setor de produção.

De acordo com as informações pontuadas acima, é possível visualizar a existência e a coerência das ações de endomarketing nas respectivas empresas. Pontos positivos foram destacados e sugestões podem ser feitas a partir da experiência desses funcionários.

CONSIDERAÇÕES PONTUAIS

As teorias aqui investigadas e discutidas embasam a prática testemunhada pelos dois entrevistados. Embora não suficiente para generalizar, a amostra coletada se faz intrigante. Ambos consideram as ações de endomarketing eficientes dentro de cada empresa, mas a segunda entrevistada aponta uma questão que foi enfatizada por um dos autores: a necessidade de direcionar as mensagens a cada funcionário, mas ao mesmo tempo conseguindo alcançar todas as equipes. O sentimento de exclusão ou deslocamento não contribui para a manutenção de um clima agradável na instituição, o que enfraquece o ritmo de trabalho e a cooperação entre as equipes. A comunicação interna tem papel determinante para atingir e envolver todos os colaboradores, sem distinção. Ações promocionais podem, sim, motivar mais alguns do que outros, mas para que isso não se torne regra é preciso repensar essas estratégias e aproveitar as sugestões dadas nos feedbacks, realizados em ambas as empresas, como norte para novas criações.

A gestão empresarial precisa considerar a relevância da atuação

dos profissionais de comunicação com as estratégias de endomarketing. A comunicação interna é capaz de motivar funcionários, contornar dificuldades, reverter problemas em oportunidades e, mais, proporcionar aos colaboradores um ambiente de trabalho mais saudável e harmônico. Tais ações resultam em um maior entrosamento entre gestores e funcionários, de modo que comunicados sejam facilmente transmitidos e interpretados, agilizando mudanças ou novas práticas. O cliente, receptor final de tal processo, notará a transformação na empresa e perceberá maior qualidade no serviço prestado ou produto vendido. Verá, na postura de quem o atender, que tal empresa cuida do seu funcionário e que esse está ali satisfeito em defendê-la.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEKIN, Saul Faingaus. Conversando sobre Endomarketing. São Paulo: Makron Books, 1995.

BRUM, Analisa de Medeiros. Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa. São Paulo: Integrare Editora, 2010. 255p.

CERQUEIRA, Wilson. Endomarketing: Educação e Cultura para a Qualidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

INKOTTE, Alexandre. Endomarketing: elementos para a construção de um marco teórico. 2000. 144f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2000.

MENDES, Regina. Endomarketing como ferramenta de comunicação com o público interno. Disponível em: http://www.endomarketing.com/diversos/artigo_publico_interno.pdf. Acesso em: 15/12/2012.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. Comunicação Empresarial. São Paulo: Atlas, 2009.

* Mestranda em Comunicação Especializada em Gestão da Comunicação Empresarial e Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Coordenadora do Grupo de Pesquisa. E-mail: beatriz.braga@hotmail.com
** Aluna da Graduação em Marketing e participante do Grupo de Pesquisa. marcella_vasconcelos088@hotmail.com
*** Aluna da Graduação em Marketing e participante do Grupo de Pesquisa. E-mail: thalmadrielle@hotmail.com



ENDOMARKETING: THEORY AND PRACTICE IN BUSINESS MANAGEMENT¹

Beatriz Braga Bezerra*, Marcella Faustino Vasconcelos** e Thalma Drielle Bezerra de Souza***

ABSTRACT: This essay is the subject of a recent field studies in marketing, internal marketing is characterized by the adaptation of traditional marketing tools for the indoor environment of a company. Through internal communication, internal marketing aims to transform the employees in the company's real allies. With the theoretical framework of analyzes Brum (2010), Saul Bekin (1995) and Wilson Cerqueira (1994), the concepts will be detailed on this strategy to then be compared with the statements collected from domestic professionals. The objective is to, with this analysis; evaluate the relevance of internal marketing theories and their applicability with real companies, aiming to broaden the discussion on the topic and gather investigative and bibliographical material, prompting new research or experiments - by theorists and practitioners also.

KEYWORDS: Endomarketing, internal marketing, internal communication, marketing, business management.

INTRODUCTION

Subject of a recent field studies in marketing, internal marketing is characterized by the adaptation of traditional marketing tools for the internal environment of a company. Through internal communication, incentive stock or training employees, the internal marketing aims to train employees of a company to be responsible for it, either in relation to the identity of the company or the products and services sold and delivered. Employees will be real allies of the institution in which they work. As a basis for this study will be used theoretical contributions of: Alexander Inkotte (2000), analyzes Brum (2010), Regina Mendes (2012), Saul Bekin (1995) and Wilson Cerqueira (1994) about the concepts of internal marketing and on the applicability of this strategy. Carolina Tomasi & John Bosco Medeiros (2000) are the source of knowledge about the melting points between internal marketing and corporate communications, and

intriguing question motivating the research.

After detailing the views of the author, will be exhibited testimonies of market professionals to establish a parallel between theory and practice. The objective is to, with this analysis, evaluate the relevance of internal marketing theories and their applicability with real businesses, items consistent and divergent.

With this work, we intend to broaden the discussion on the topic and gather investigative and bibliographical material, prompting new research or experiments - for students and teachers, theorists and practitioners also.

WHAT IS THE MEANING OF ENDOMARKETING?

The expression was in Brazil in 1996 by Saul Faingaus Bekin, business consultant and also the author of several books on the subject. The author understands the internal marketing as a practice that aims to build

loyalty in the workplace and cultivate harmony that strengthens interpersonal relationships (BRUM, 2010).

Bekin (1995) defines the so endomarketing summarized as: "Marketing actions for the internal public enterprises and organizations" (p.17). He explains that these actions aim to tune the attitude of the staff, thus solidifying relationships within the company. For the author, this practice is part of the "notion of customer" on the company's internal procedures, increasing productivity and quality of products and services. That is, employees are captivated by the corporate culture so that they can see the position of the client and their needs. Thus, the communication within the company - the teamwork, cooperation with and integration - is structured in a more organized and homogenous, which reflects treatment with the end customer.

The internal marketing is therefore a set of actions taken by managers of companies towards their employees so that the culture of the

¹Artigo resultante do primeiro semestre de atuação do Grupo de Pesquisa sobre Novas Estratégias de Publicidade na Gestão Empresarial na IBGM. O material aqui coletado não está finalizado, visto que o grupo dará continuidade às pesquisas e entrevistas.

institution is dissipated evenly, seeking a better relationship between internal teams and resulting in increased productivity and quality of work. Communication in this case, the motor acts as internal marketing, basing marketing strategies to win both the workforce, motivated in each function, as the external public, delighted with the service and the relationship built with the company.

VIEWPOINTS ON ENDOMARKETING

Cerqueira (1994) organizes his thoughts for enterprises and employees valuing behavioral issue. For the author, individuals need to be safe in the workplace, properly motivated and engaged by the company culture. He argues that it is important to get as many people involved with the mission and values of the institution, even considering it impossible to reach everyone at the same time.

At some point, those employees who do not identify themselves or are not aware of the culture of the company will be involved. Otherwise, why do they care? They should take action and change their company. The employee needs to associate the company with a cultural value, defined as "anything that encourages us to practice an attitude of predetermined, based on something that we recognize as valid and good for us" (CERQUEIRA, 1994, p.17). The employee must then understand the work as something positive, because only that way will be conquered and act in accordance with the company's practice.

Brum (2010) follows the thinking described by Cerqueira (1994) by enhancing the human potential of each employee and the search for satisfaction in the workplace. The employee's self-esteem and happiness are directly related to organizational climate and hence the productivity index. Although several factors compose the life of each employee, the company can stimulate aspects related to motivation and stability, contributing to the positivity in life of each employee - the democratization of information, for example, is an item that contributes significantly in reducing tension and insecurity among employees.

The author emphasizes, among other issues, the importance of valuing each individual employee within the company. The search marketing - today - reaching, increasingly, person to person. And thus, there is no single model of communication to be followed, but several. Within institutions, the practice of internal

marketing should also consider the effort to differentiate the messages corporativas. Often there is differentiation between sectors, departments or functions, but there are specific messages to be routed individually. The contents of each message can even be the same, but addressing nominal personalized treatment and values the employee.

Bekin (1995) explains that the practice of internal marketing reverses the old thinking of marketing as an activity related to advertising only. He argues, therefore, that all departments should be achieved by the actions of internal marketing. "Marketing should irrigate all sectors of business, from product development area to the front-line staff" (p.22). This practice decentralizes information and proposes a climate conducive to integration and cooperation between internal teams. The "notion of customer" quoted earlier in the conceptualization of internal marketing now joins the "customer orientation", where employees position themselves as solvers of customer demands. And for that to happen, still according Bekin (1995), it is necessary to solidify the business structure, basing it on the information shared appropriately, and also the culture of initiative, collectively stimulated. With this stance, the company will provide employees of useful tools to dissolve the difficulties presented by customers, partners and advocating the company would do and at the same time, leaving explicit to the public the identity of the institution and the satisfaction of serving it.

Practically, this means that the employee must receive enough training, institutional and functional, so you can deal with various complex situations without diverting his conduct of the company culture. This attitude, when well executed by an employee - in the position of serving the public - becomes the "business card" of the institution. And as Bekin (1995) pointed out, when all employees are covered in the same attitude, interpersonal relationships also will sign up within the company, and the positive relationship with the customer will not be a tight action that sector, but the result of an internal collective process.

ENDOMARKETING AND BUSINESS COMMUNICATION

Corporate communication, according to Tomasi & Medeiros (2000) is configured as a summation of methods and techniques targeted for internal and external audiences.

Among these activities are: public relations, advertising, media, marketing, internal marketing, among others. For the authors, the construction of identity and image of the company will depend on their ability to conduct effective communication on all fronts, ie, along the public involved and related values such as citizenship and ethics.

It is essential, therefore, to bring together a team of professionals trained to deal with the creation and development of organizational communication. Journalists, publicists and managers are essential to provide perspectives of press relations, advertising and marketing, respectively. For internal communication, Tomasi & Medeiros (2000) highlighted the importance of the aesthetic quality of the materials. Pamphlets, booklets, videos and even billboards suffer rejection by employees who do not arouse interest or not received due care in preparation. The staff is aware of the company's communication with customers crave and receive the same treatment: a message relevant and quality.

Paul Nassar (2006 apud Tomasi & Medeiros, 2000, p.59) is quoted in saying that internal communication will enable the sharing of messages that motivate, stimulate, differentiate, consider, premium, promote and integrate the employees of a company. Communication within the company can also serve as a channel for facilitating problem solving among employees and managers. The "radio pawn" and rumors do not contribute to the integration between the different hierarchical levels of an organization. Therefore, it should be an urgent concern for managers to dispel rumors that cause instability and threats to employees and therefore the balance of the company. The rumors endomarketing could ease when discussing the "humanization" of marketing. The use of the term "internal communication" as equivalent endomarketing, leave aside the commercialism associated with the term marketing. "If the point is to encourage people to mutually share knowledge, trust and cooperation, preferable to having internal marketing is to know and make internal communication," says Gustavo Matos (2006 apud Tomasi & Medeiros, 2000, p.92). The internal marketing, according to the authors, their actions should be based on: a) the hearing officer to understand their grievances, b) supply demands psychological and physical c) reward you for performance d) respecting their personality,

and e) give security work. The employee would then be not only a barometer of organizational functioning, but important member of the company, which zelaria for its stability and motivation.

There is consensus among the authors cited above, as the humanizing potential of internal marketing or internal communications - regardless of classification - because you do not consistent insistence on internal media such as newspapers and bulletin boards if there is willingness of employees and managers in creating an atmosphere conducive to dialogue and problem solving. The practice of internal communication not only foster productivity and development company, but substantially integration among people and improving the organizational environment.

PRACTICE AND THEORY

From the theories raised, interviewed professionals in different areas of action regarding the practices carried out in the internal marketing companies. The questions dealt specifically the effectiveness and employee engagement in the actions of internal communication.

André Albuquerque (2012), Process Supervisor at Vale (packed in São Luís - MA), said that the actions of internal marketing are important, and especially in the case of companies with many employees. For him, this practice "is a way to create an open channel for communication within companies to employees." At Vale, internal communication is done by the Department of Communication through emails informational, institutional campaigns and newspapers. Posters and publications via the internet complement the actions of the company's internal marketing. The official is said and pleased to see the involvement of all the actions. You can give feedback on the actions through by industry representatives who collect the views of the officials and pass for Communication Management.

Patricia Lima (2012), Commercial Assistant at Vitarella (packed in Jaboatão Guararapes - PE), stressed that the communication industry uses the holidays to perform actions with employees. On Mother's Day, for example, promoters offered course in makeup for women. The product launches are also reported and employees participate in promotional activities. Satisfaction surveys are conducted at least once a year and other media, such as bulletin boards,

act as conduit between employees and managers. There are representatives, similar to Vale, which collect suggestions for improvement in every sector of these actions. The employee is satisfied with the company's internal marketing, although note that most of the actions are directed toward the production sector. According scored above information, you can view the existence and consistency of internal marketing activities in the respective companies. Plus points were highlighted and suggestions can be made based on the experience of these employees.

PUNCTUAL THOUGHTS

The theories discussed here investigated and support practice witnessed by two interviewees. Although not enough to generalize the sample collected becomes intriguing. Both consider the actions of effective internal marketing within each company, but the second interviewee points out an issue that was emphasized by one of the authors: the need to target messages to each employee, but at the same time managing to achieve all teams. The feeling of exclusion or displacement does not contribute to the maintenance of a pleasant climate in the institution, which weakens the pace of work and cooperation between the teams. Internal communication has key role to reach and engage all employees, without distinction. Promotional actions can indeed motivate some more than others, but that it does not become a rule is necessary to rethink these strategies and take the suggestions given us feedback, conducted in both companies, as north for new creations.

The company management needs to consider the relevance of the performance of professional communication with internal marketing strategies. Internal communication can motivate employees, to circumvent difficulties, reverse problems into opportunities and more, providing employees with a work environment more healthy and harmonious. Such actions result in a better relationship between managers and employees, so that communications are transmitted and interpreted easily, streamlining changes or new practices. The client receiving end of such process, notice the transformation in the company and realize higher quality service or product sold. You see, in the posture of those who serve, that this company takes care of its employees and that there is content to

defend it.

REFERENCES

BEKIN, Saul Faingaus. *Conversando sobre Endomarketing*. São Paulo: Makron Books, 1995.

BRUM, Analisa de Medeiros. *Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa*. São Paulo: Integrare Editora, 2010. 255p.

CERQUEIRA, Wilson. *Endomarketing: Educação e Cultura para a Qualidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

INKOTTE, Alexandre. *Endomarketing: elementos para a construção de um marco teórico*. 2000. 144f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2000.

MENDES, Regina. *Endomarketing como ferramenta de comunicação com o público interno*. Disponível em: http://www.endomarketing.com/diversos/artigo_publico_interno.pdf. Acesso em: 15/12/2012.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. *Comunicação Empresarial*. São Paulo: Atlas, 2009.

*Having a Master in Communication at Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Expert in Management of Corporate Communication at FAFIRE and Graduated in Media with specialization in Advertising (UNICAP). E-mail: beatriz.braga@hotmail.com
**Having a graduate in Marketing and study group's member. E-mail: marcella_vasconcelos088@hotmail.com
***Having a graduate in Marketing and study group's member. E-mail: thalmadrielle@hotmail.com

RESENHA COVALESKI, ROGÉRIO. PUBLICIDADE HÍBRIDA. CURITIBA, PR: MAXI EDITORA, 2010. 175P.

Beatriz Braga*

Rogério Covaleski possui mais de 20 anos de atuação no mercado profissional de comunicação e há mais de 10 anos agrega conhecimento também no ambiente acadêmico. Formado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (PUC-PR), especializou-se em Propaganda e Marketing (ISPG/SPEI) e titulou-se Mestre em Comunicação e Linguagens (UTP) e, posteriormente, Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Chegou ao estado pernambucano para integrar o time de professores na Universidade Federal de Pernambuco, onde leciona na Graduação em Publicidade e Propaganda e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Como fruto das pesquisas realizadas no mestrado e doutorado, respectivamente, Covaleski publicou “Cinema, Publicidade e Interfaces” (2009) e “Publicidade Híbrida” (2010), ambos pela Maxi Editora.

A obra em questão trata da reconfiguração do discurso publicitário em função da evolução e transformação constante dos diversos segmentos do mercado, sobretudo no ambiente digital. As tecnologias, equipamentos e linguagens disponíveis atualmente ao consumidor propiciam um consumo cada vez mais individual, o que demanda dos publicitários uma proposta diferente de mensagens anteriores baseadas na emissão de massa.

A mensagem publicitária, segundo Covaleski, aposta na atividade do consumidor, desprezando a inércia destes, antes pressuposta pelos meios de comunicação. O autor propõe que, para atender em parte às novas demandas comunicacionais, se faz necessária uma publicidade híbrida, composta por quatro dimensões fundantes: a) persuasão – um discurso persuasivo diluído em uma narrativa; b) entretenimento – um produto midiático que tenha também a função de entreter o público; c) interação – uma mensagem que motive o consumidor a reagir ativamente; e d) compartilhamento – um conteúdo que contenha alta probabilidade de recomendação.

Ou seja, a publicidade híbrida pretende, com um conteúdo único em cada

mensagem, interagir com o público e persuadi-lo de maneira singular e envolvente, incentivando a partilha desse momento com os demais conectados. Com essa constituição, a publicidade reconfigurada se assume mais próxima do consumidor buscando atender à demanda dessa sociedade em transformação, ou seja, elabora conteúdos também permeados de hibridismos.

Organizado em quatro grandes partes, o livro aborda inicialmente o contexto de ruptura e transição em que se encontra o consumidor e as fusões e misturas necessárias ao discurso publicitário para alcançar esse público. No segundo capítulo são detalhados os quatro aspectos que constituem o formato híbrido do discurso publicitário, anteriormente mencionados. Os itens são conceituados e exemplificados com anúncios que se utilizam dessas características; também são apresentadas informações científicas comprovando índices que subsidiam essa nova configuração da publicidade, como o aumento de grupos de discussão e comunidades virtuais em detrimento dos momentos de convívio presencial. A terceira parte se atém especificamente à leitura e análise de cases, onde são feitos comentários e associações com estudos de outros autores apresentados ao longo do texto. O último capítulo resgata as hipóteses levantadas inicialmente e pontua questões acerca da proposta de uma nova prática publicitária: 1) a convergência midiática tem influência direta na criação de mensagens publicitárias; 2) a utilização de entretenimento e interatividade pela publicidade remodela e une os valores iniciais dessa comunicação: informar e persuadir; e 3) a hibridização da linguagem publicitária resulta em um novo produto midiático: “o entretenimento publicitário interativo”.

As conclusões do autor reiteram as temáticas discutidas ao longo da obra e que permeiam o universo comunicacional que nos atinge diariamente – persuasão, entretenimento, interação e compartilhamento – comprovando a pertinência e atualidade do tema, instigante e intrigante.

*Mestranda em Comunicação Especializada em Gestão da Comunicação Empresarial e Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Coordenadora do Grupo de Pesquisa.
E-mail: beatriz.braga@hotmail.com

publicidade
híbrida

REVIEW COVALESKI, ROGÉRIO. PUBLICIDADE HÍBRIDA. CURITIBA, PR: MAXI EDITORA, 2010. 175P.

Beatriz Braga*

Covaleski Roger has experienced over 20 years in marketing and communications professional for more than 10 years brings knowledge also in the academic environment. Graduated in Social Communication with specialization in Advertising (PUC-PR), specialized in Advertising and Marketing (ISPG / SPEI) and titrated Master in Communication and Languages (UTP) and later PhD in Communication and Semiotics (PUC-SP). He arrived in Pernambuco state to join the team of teachers at the Federal University of Pernambuco, where he teaches at the Graduate in Advertising and in the Graduate Program in Communication. As a result of research conducted at the master's and doctoral degrees, respectively, Covaleski published "Cinema, Advertising and Interfaces" (2009) and "Hybrid Advertising" (2010), both by MaxiPublisher.

The work in question deals with the reconfiguration of advertising discourse due to the constant evolution and transformation of the various market segments, especially in the digital environment. Technologies, equipment and consumer languages currently available provide an increasingly individual consumption, which demand a different approach to advertising messages based on previous mass issue.

The advertising message, according Covaleski, bet on consumer activity, neglecting the inertia of these before presupposed by the media. The author proposes that, in part to meet the new demands communication, it is necessary publicity hybrid, composed of founding four dimensions: a) persuasion - a persuasive speech on a diluted narrative b) entertainment - a media product that has also function of entertaining audiences; c) interaction - a message that motivates consumers to respond actively and d) sharing - content that contains high probability of recommendation.

I.e., advertising aims hybrid, with a unique content in each message, interact with the public and persuade him uniquely engaging and encouraging the sharing that moment with

others online. With this constitution, advertising reconfigured assumed closer to the consumer seeking to meet the demands of this changing society, ie elaborates also permeated contents of hybridism.

Organized into four major parts, the book first addresses the context of disruption and transition in which the consumer is and mergers and mixtures needed to address advertising to reach this audience. The second chapter details the four aspects that constitute the hybrid format of advertising discourse, previously mentioned. The items are defined and exemplified with ads that use these features, are also presented scientific information proving indexes that support this new configuration of advertising, such as increased discussion groups and virtual communities at the expense of face moments of conviviality.

The third part sticks specifically to reading and analyzing cases where comments are made and associations with studies of other authors presented throughout the text. The last chapter rescues the hypotheses initially and punctuates questions about the proposal of a new advertising practice: 1) media convergence has direct influence on the creation of advertising messages, 2) the use of interactivity and entertainment for advertising remodels and unites the initial values this communication: to inform and persuade, and 3) hybridization of advertising language results in a new media product, "the interactive entertainment advertising."

The author's conclusions reiterate the themes discussed throughout the work and communication that pervade the universe that affects us daily - persuasion, entertainment, interaction, and sharing - demonstrating the relevance and topicality, thought-provoking and intriguing.

*Having a Master in Communication. Expert in Management of Corporate Communication and Graduated in Media with specialization in Advertising.
E-mail: beatriz.braga@hotmail.com

publicidade
híbrida

GESTÃO DO CONHECIMENTO E INTELIGENCIA COMPETITIVA

Metodologias como fonte agregadora de valor para o novo cenário da competitividade empresarial.

Valter de Arruda Rito Filho*

RESUMO: Gestão do conhecimento é um processo articulado para promover o sucesso empresarial através do seu próprio pessoal. Trabalhar o capital intelectual em benefício dos colaboradores bem como resultados para a organização. Então, a necessidade de se realizar um trabalho voltado para o esclarecimento sobre a metodologia da Gestão do Conhecimento para com o novo cenário do mercado brasileiro, devido a constantes avanços tecnológicos vivenciados com o passar dos tempos. Por isso, entende-se que tais estudos devam ser trazidos para o cenário brasileiro, onde as empresas devem apostar em ferramentas de estratégias para gerarem vantagem competitiva e estarem sempre à frente dos concorrentes. As ferramentas da Gestão do Conhecimento foram desenvolvidas justamente para facilitar a vida dos executivos na elaboração de estratégias e tomada de decisão que ditarão o futuro de suas ações.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão do conhecimento, Estratégia, Ferramentas.

A imposição de um produto ou serviço num mercado depende de como a empresa o insere, pois estão sendo avaliados hoje pelos consumidores a qualidade, o preço e a relação custo-benefício, pois ganha um maior número de clientes quem conseguir atender da melhor forma seus desejos e suas necessidades.

As empresas constroem suas vantagens competitivas através de aplicação das cadeias de valores de forma estrategicamente importantes de uma forma mais barata, ou melhor, do que a concorrência (PORTER, 1989).

Pode-se notar um exemplo de competitividade no mercado, a concorrência por quase um século entre a Coca-Cola e a Pepsi. A partir da década de 1970, desenvolveu-se entre essas marcas uma hiper-competição, pela qual cada uma vem estendendo sua marca e desenvolvendo sempre comunicação inovadora para seu público-alvo, chamada nas últimas décadas pelos jornalistas de “a guerra das colas”.

Desde 1886 com a Coca dominando a qualidade de seu produto e ocultando sua fórmula e o início da Pepsi em 1893 como uma marca pequena, essa guerra veio se desenvolvendo ao longo desses anos, travando, até a última década, grandes batalhas de competitividade. São disputas de ações, mudanças de preços, patrocínio em eventos e etc. Sem dúvidas uma das competições de mercado mais tradicionais da história. (D’AVENI, 1995).

Dito contexto de competitividade remete à lógica do conceito de “darwinismo social”, cuja referência implica numa adaptação da teoria da evolução das espécies. Em 1859, Charles Darwin desenvolveu

em sua obra intitulada *A origem das espécies*, uma série de informações obtidas após longa jornada de observações que resultaram no então revolucionário conceito de evolução. Tratava-se do início dos seres vivos que evoluíam através de mudanças do ambiente.

Não obstante, esse conceito se propagou para outras esferas, tais como o mundo corporativo, o mercado e a produção. Onde tudo se evoluía através de mudanças e adaptações do meio externo. E como não é diferentemente no mundo corporativo, onde as empresas se modificam numa constante evolução de acordo com as mudanças em relação ao cenário competitivo.

Atualmente, só sobrevive quem estiver preparado para mudanças. Competitividade é estar à frente da concorrência, criando e desenvolvendo novos mercados, em vez de só esperar o que deverá acontecer para poder daí se movimentar.

As empresas continuam a se movimentar escalada a cima e, depois de atingirem o topo, reiniciam a competição ou saltam para arenas inativas que não tenham sido local de rivalidade no passado (D’AVENI, 1995, p.192).

A competitividade pode ser tratada por duas fases, em função de ambientes estáveis ou de hiper-competitividade.

Na competição em ambientes estáveis, a mobilidade vertical ascendente dos trabalhadores era muito lenta devido ao fato de que as grandes empresas tinham como objetivo manter suas vantagens frente aos concorrentes de menor escala, assim garantindo a esses a permanência no mercado, mas como marca secundária. As empresas menores assumiam esses status por medo de não sobrevi-

ver a uma concorrência desproporcional das grandes marcas.

Em contrapartida, o segundo cenário apresenta os ambientes hiper-competitivos, nos quais as empresas dependem de muitos fatores externos e internos, bem como estratégias para estar à frente do concorrente. Nesse cenário as empresas estão sempre buscando subir níveis, quando notam que seu produto está demasiadamente perdendo mercado, logo se busca outros nichos e assim novas vantagens competitivas, movimentando assim o mercado gerando hiper-competição.

Portanto, é preciso que os gestores estejam informados e que sejam analistas de modo que possam rever sempre suas estratégias conforme o cenário competitivo muda com o tempo para não haver perda de mercado e consecutivamente de receita.

Hiper-competitividade é um ambiente caracterizado por movimentos competitivos, intensos e rápidos nos quais os concorrentes têm que se movimentar rapidamente para construir vantagens e erodir as vantagens de seus rivais. Isso acelera as interações estratégicas dinâmicas entre os concorrentes (D’AVENI, p.195).

É necessário às empresas ditar o ritmo de sua velocidade, mas que seja sempre mais veloz que dos concorrentes, caso contrário, verão os demais tomar em disparada na frente sendo depois quase impossível alcançar os mesmos.

Conhecer o mercado, a concorrência e a sua segmentação, são princípios fundamentais para toda organização.

O desenvolvimento de estratégias competitivas deve ser elaborado

de acordo com estudos de mercado através de análises que devem ser absorvidas de fontes seguras e reais, para que os gestores possam saber onde e com quem terão que disputar fatias de mercado com os concorrentes.

Desde o início do século XX, novos mercados superaquecidos se erguem com um único objetivo: barganhar um maior número de clientes possíveis. Aumentando assim seu market share com o objetivo de deixar para trás a forte concorrência que encontramos entre as empresas. Concorrência, que pode levar qualquer organização a falência se a mesma não tiver uma estratégia bem desenvolvida para ser competitiva.

Sendo assim, com a competitividade aflorando no mundo dos negócios, os gestores tiveram que desenvolver novas metodologias de trabalho tanto para fatores externos quanto fatores internos, que é onde surge a Gestão do Conhecimento, utilizando do capital humano interno como fonte primordial de estratégias empresariais.

É impossível falar de Gestão do Conhecimento sem abordar seus principais pilares de composição: dados, informações e conhecimento.

Dados: é definido pela área de TI. Onde podemos encontrar como conceito em Laudon (2002 apud DAMIANI s/d), definirá o conceito de dados como sendo os fatos brutos, gerados em ambientes físicos ou mesmo organizacionais, que representam os eventos ocorridos em sua fonte.

Informação: é o arranjo dos dados referentes a uma ou mais entidades, de maneira que esse arranjo seja significativo e, num segundo momento, útil para o ser humano Laudon 2002 (apud, DAMIANI s/d).

Conhecimento: segundo Spek & Spijkervet (apud, DAMIANI s/d), conhecimento é o conjunto de idéias, experiências e procedimentos considerados corretos e verdadeiros, que orientam os pensamentos, comportamentos e a comunicação das pessoas.

Então dados, informação e conhecimento formam o conjunto de aplicabilidade em empresa. A informação e o conhecimento andam juntos e assim formam um balanceamento do que foi definido nos dados.

Segundo Davenport e Prusak (apud POMIM, 2002), especificam as virtudes desses três conceitos como mostra na tabela a seguir:

Nota-se que os dados são apenas o princípio, a informação é o meio e o

conhecimento é o fim num processo de tomada de decisão.

DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO		
Dados	Informação	Conhecimento
Simple observações sobre o estado do mundo.	Dados dotados de relevância e propósito.	Informação valiosa da mente humana. Inclui reflexão, síntese, contexto.
Facilmente estruturado. Facilmente obtido por máquinas. Frequentemente quantificado. Facilmente transferível.	Requer unidade de análise. Exige consenso em relação ao significado. Exige necessariamente a mediação humana.	De difícil estruturação. De difícil captura em máquinas. Frequentemente tácito De difícil transferência

Fonte: Pomim, 2002.

O conhecimento na vida de uma pessoa torna-se fundamental quando se busca uma qualificação para o trabalho, sabedoria para saber lidar com a família no seu lar e também manter relações no ciclo de amizade. Antigamente, ser graduado era uma coisa para poucos, o mercado via como um grande diferencial. Nessa última década vimos que a situação está mais em cima, onde que o diploma de bacharel não é mais um grande diferencial, mas sim uma especialização. E mesmo assim, só se sairá bem, aquele que for detentor de conhecimentos para serem aplicados.

Para as empresas também não é muito diferente, pois uma empresa com conhecimento sobre seu mercado, seus funcionários e seu público-alvo torna-se muito forte aos concorrentes.

Pode-se dizer que estamos na era da informação e do conhecimento pelo fato de encontrarmos uma mudança no vocabulário corporativo como, resiliência, equipe, foco, resultados, capital intelectual, satisfação, qualidade, excelência, etc.

Com isso foram se desenvolvendo nas empresas o conceito advindo de conhecimento empresarial, que é o que chamamos de KM (Knowledge Management), no português: (GC) gestão do conhecimento.

GC pode ser definido como, segundo Machado Neto (1998, apud, POMIM, 2002) como:

Conjunto de estratégias para criar, adquirir, compartilhar e utilizar ativos de conhecimento, bem como estabelecer fluxos que garantam a informação necessária no tempo e formato adequados, a fim de auxiliar na geração de idéias, solução de problemas e tomada de decisão.

A gestão do conhecimento está baseada no que se refere a todo tipo de conhecimento das pessoas de uma organização pertence à própria organização. Toda base de conhecimento da organização pertence a todos assim pertencentes a ela. E esse ciclo do conhecimento gera vantagem competitiva a empresa.

Assim a GC diferenciase de outro conceito importantíssimo, Inteligência Competitiva - IC. Na primeira refere-se a uma abordagem interna, onde seu principal pilar são as competências internas, já a IC atua em ambientes externos, foca sua atividade na concorrência.

Os Sistemas de Inteligência Competitiva (SIC) difere dos Sistemas de Gestão do Conhecimento (SGC). Enquanto o primeiro utiliza de informações externas, trazendo-as para o interior da empresa onde os gestores as inserem num sistema para daí desenvolverem estratégias, a segunda preocupa-se mais com as informações de dentro da empresa.

Vale salientar também que os SIC e os SGC podem trabalhar juntos, unindo as informações externas e os conhecimentos internos gerando assim uma forte aliança estratégica empresarial. Como afirma Fuld (2005, apud CARVALHO, s/d), os SIC e os SGC podem funcionar, assim, como compartilhadores de informação, conhecimento e inteligência. O primeiro fortemente voltado à tomada de decisão e o outro em gerenciar, processar e gerar conhecimento interno à organização.

Tanto a IC como a GC são ainda fatores poucos conhecidos entre os gestores das empresas. Como mostra uma pesquisa elaborada pela Cambridge Information Network - CIN (BAUMANN, 2000) com gestores de TI de empresas de todo o mundo, os seguintes fatores foram descobertos:

i. Mais de 90 dos gestores que respondera a pesquisas afirma ter interesse em implementar sistemas e ferramentas de apoio a GC intranet, data warehou-

se;
 ii. Apenas 8 têm iniciativas de GC, onde que esse problema se dá pelo fato de: os conceitos de GC ainda não estão difundidos entre os stakeholders, as soluções de GC ainda estão imaturas e a mentalidade objetiva/financista (Ben Acounter) normalmente se sobrepõe aos benefícios intuitivos.

O que deixa claro que ambos os conceitos devem ser mais estudados e desenvolvidos por empresas de todo tipo de porte, a fim de obter maior vantagem competitiva.

Como já foi indagado anteriormente sobre os Sistemas de Gestão do Conhecimento, em relação a sua aplicabilidade, não se pode deixar de mencionar também as ferramentas que os gestores contam em todo esse processo de implementação de SGC. Dentre as ferramentas mais importantes que os especialistas de IC utilizam para gerarem vantagem competitiva para a organização, podem ser listados:

Então as ferramentas que agregam valor à atividade de gestão do conhecimento conforme visto na tabela anterior, trás muitos benefícios para a organização. Por isso que os gestores devem sempre unir o conhecimento com a tecnologia para resultar no produto acabado, o conhecimento.

Quanto mais ferramentas e opções as empresas tiverem, melhores relatórios gerenciais terão para assim serem trabalhados em favor das estratégias da empresa.

O conhecimento dos gestores quando a IC e GC ainda precisam ser mais analisados e pesquisados, dessa forma poderão gerar vantagem competitiva para esse novo cenário que a cada era se desenha como mais competitiva e exigente, forçando os gestores a desenvolverem novas estratégias e diferenciais para as novas tendências de mercado.

CONCLUSÃO

É notório que é Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva são metodologias interessantes e ao mesmo tempo desafiadora para as empresas nesse novo cenário de competição no mercado. O capital intelectual dos funcionários são ativos intangíveis que devem ser trabalhados e aplicados no ambiente corporativo.

Nesse novo cenário, as empresas que obterão o sucesso empresarial são aquelas que conseguirão trabalhar as informações e ao mesmo

tempo também, extrair informações inteligentes aos seus negócios através de seus colaboradores. Trabalhar a Gestão do Conhecimento com o capital intelectual do corpo funcional da empresa desenvolvendo estratégias de dentro para fora da empresa, bem como saber analisar as informações de fora para dentro da empresa. Tudo isso através do poder que cada um pode gerar num processo de desenvolvimento pessoal e empresarial.

Bem como aliar as estratégias da Inteligência Competitiva descobrindo novas estratégias, que diferencia as empresas de seus concorrentes torna fundamental para sua sobrevivência no mercado competitivo.

Então aliando estratégias de competitividade com as forças internas com o corporativo da empresa, os gestores têm na mão insumos de competitividade, precisando apenas analisar as melhores estratégias a serem traçadas para cada concorrente e visando sempre seu público-alvo, para fidelizá-los e conquistar novos espaços também.

Ferramenta	Princ. Aplicabilidade	Benefícios	Diferencial
Simple observações sobre o estado do mundo.	Sistemas que relatam todos os acontecimentos da empresa, cruzando informações sem serem necessárias várias consultas.	Identificação de novos entrantes e prospecções de mercado.	Mapeamento de competidores detalhados. Grande fonte de dados gerando novos subgrupos de dados.
Data Warehouse	Sistemas que registram todo o histórico de uma organização.	Evita novos erros através dos acontecimentos históricos.	Dados inalterados. Repositório centralizado de dados.
Customer Relationship Management CRM	Ferramenta que serve às empresas consolidar todas as informações de seus clientes potenciais e prospectivos	Fidelização de clientes potenciais e prospectivos.	Foco no cliente. Interação entre ambas as partes, garantindo a empresa ganhar fatias de mercado.

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

REFERÊNCIAS

- ALVO Conhecimento, 2008. Você sabe o que é Data Warehouse?. Disponível em: <http://www.alvoconhecimento.com.br/index.php/2008/04/02/voce-sabe-o-que-e-data-warehouse>. Acessado em: 07/11/2010
- CANONGIA, M. Santos; Zackiewicz. Foresight, Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento: Instrumentos Para A Gestão Da Inovação. Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), 2004.
- CARVALHO, Gomes de. Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva: Sistemas Complementares.s/d
- DAMIANI, Wagner Bronze. Gestão de dados: um Levantamento de seu Estado-da-Arte. Administração de São Paulo da Fundação Getulio Vargas Disponível em: <http://www.damiani.net/gestaodedados.pdf>. Acessado em: 20/10/2010.
- D'AVENI, Richard A., Hipercompetição Campus, 1994.
- MENDES, Antonio, da Silva Filho. Era da Informação. Revista Espaço Acadêmico. Ano 1. n 2. Julho de 2001. Disponível em: http://www.espacoacademico.com.br/002/02col_mendes.htm. Acessado em: 10/11/2010
- POMIM, Marta Ligia Valentim. Inteligência Competitiva em Organizações: dado, informação e conhecimento. Revista de Ciência da Informação - v.3 n.4. Disponível em: http://dgz.org.br/ago02/Art_02.htm. Acessado em: 08/10/2010.
- PORTER, Estratégia Competitiva. Campus, 1989

*Mestrando em Ciência da Educação Ambiental. Especialista em Engenharia da Produção, Analista de Inteligência Competitiva.
 E-mail: valter-rito@bol.com.br

KNOWLEDGE MANAGEMENT AND COMPETITIVE INTELLIGENCE

Methodologies aggregating value as a source for the new scenario of business competitiveness

Valter de Arruda Rito Filho*

ABSTRACT: Knowledge management is a process articulated to promote business success through its own staff. Working intellectual capital for the benefit of employees and results for the organization. So the need to carry out work aimed at the clarification of the methodology of Knowledge Management with the new scenario for the Brazilian market due to constant technological advances experienced with the passing of time. Therefore, it is understood that such studies should be brought to the Brazilian scenario, where companies must invest in tools strategies to generate competitive advantage and be one step ahead of competitors. The tools of knowledge management have been developed precisely to make life easier for executives to develop strategies and decision making that will dictate the future of their actions.

KEYWORDS: Knowledge management. Strategies. Tools.

The imposition of a product or service in a market depends on how the company operates, because they are being assessed today by consumers the quality, price and cost-effective, because it holds a greater number of customers who get the best meet your desires and their needs.

Companies build their competitive advantage through the application of value chains so strategically important for a cheaper or better than the competition (Porter, 1989).

It may be noted an example of market competition, competition for nearly a century between Coca-Cola and Pepsi. From the 1970s, developed between those marks hyper-competition, in which each is extending its brand and always developing innovative communication to your target audience, journalists called, in recent decades, by the "cola war".

Since 1886, Coca dominates the quality of their product and protects their formula and the beginning of Pepsi in 1893 as a small brand. These two companies started a fight for customers. This war has been developing over the years, fighting until the last decade, major battles of competitiveness. They are disputes of shares, price changes, etc., and sponsorship at events. Without doubt one of the most traditional market competitions in history. (D'AVENI, 1995).

Said context of competitiveness refers to the logic of the concept of "social darwismo" whose reference implies an adaptation of the theory of evolution.

In 1859, Charles Darwin developed in his work entitled *The Origin of Species*, a series of information obtained after long journey from observations that resulted in the then revolutionary concept of evolution. It

was the beginning of living beings that evolved through changing environment.

Nevertheless, this concept spread to other spheres, such as the corporate world, the market and production. Where everything is evolving through changes and adaptations of the external environment. And how is not unlike the corporate world, where companies are modified in a constantly changing according to the changes in relation to the competitive landscape.

Currently, only those who are prepared to survive changes. Competitiveness is staying ahead of the competition by creating and developing new markets, rather than just wait what will happen to be able to move there.

Companies continue to move up the climb and, after reaching the top, resume or jump to the competition arenas that have not been inactive local rivalry in the past (D'Aveni, 1995, p.192).

Competitiveness can be treated through two phases, due to stable environments or hyper-competitiveness.

Competition in stable environments, vertically upward mobility of workers was very slow due to the fact that large companies aimed to keep its advantages against competitors smaller scale, thus ensuring these stay in the market, but as a secondary brand. Smaller companies assumed such status for fear of not surviving a disproportionate competition from big brands.

In contrast, the second scenario shows the hyper-competitive environments, where companies depend on many external and internal factors, as well as strategies to stay ahead of the competition. In this scenario companies are always looking to climb levels,

when they notice that their product is losing too much market soon seek other niches and thus new competitive advantages, thus moving the market generating hyper-competition.

Therefore, it is necessary that managers are informed and are analysts so that they can always revise their strategies as the competitive landscape changes over time so there is no loss of market share and revenue consecutively.

Hyper-competitiveness is an environment characterized by competitive moves, intense and rapid in which competitors have to move quickly to build advantages and erode the advantages of their rivals. This, speeds up dynamic strategic interactions among competitors (D'AVENI, p.195).

It is necessary for companies to dictate the pace of your speed, but it is always faster than the competitors, otherwise others take summer racing in front after being nearly impossible to achieve the same.

Knowing your market, your competition and segmentation are fundamental principles for the entire organization.

The development of competitive strategies should be developed according to market research through analysis that must be absorbed from reliable sources and real, so that managers can know where and with whom they will have to compete in market share with competitors.

Since the early twentieth century, new markets overheated stand with one goal: to bargain a greater number of potential customers. Thereby increasing its market share in order to leave behind a strong competition between the companies we found.

Competition, which can lead any organization bankruptcy if it does not have a well-developed strategy to be competitive.

Thus, with the surfacing competitiveness in the business world, managers had to develop new methods of work for both external factors as internal factors, that is where there is the Knowledge Management using internal human capital as a primary source of business strategies.

It is impossible to speak of Knowledge Management without addressing its main pillars of composition: data, information and knowledge.

Data: is defined by IT. Where can we find such concept in Laudon (2002 apud DAMIANI s / d), define the concept of data as the raw facts, generated in physical or organizational, representing the events of its source.

Information: is the arrangement of data for one or more entities, so this arrangement is significant and, second, useful for humans Laudon 2002 (apud, DAMIANI s / d).

Knowledge: according Spijkervet & Spek (apud, DAMIANI s / d), knowledge is the set of ideas, experiences and considered correct and true procedures that guide the thoughts, behaviors and communication of people.

So data, information and knowledge form the set of applicability to business. Information and knowledge go together and so form a balancing of what was defined in the data.

According to Davenport and Prusak (cited POMIM, 2002), specify the virtues of these three concepts as shown in the following table:

DATA, INFORMATION AND KNOWLEDGE		
Data	Information	Knowledge
Simple observations about the state of the world.	Data endowed with relevance and purpose	Valuable information of the human mind Includes reflection, synthesis, context
Highly structured. Easily obtained by machines. Often quantified. Easily transferable.	Requires unit of analysis. Requires consensus on the meaning. Necessarily requires human mediation.	Difficult to structure. Difficult to capture on machines. Often tacit. Difficult to transfer.

Source: Pomim, 2002.

Note that the data is only the beginning, information is knowledge and the means is the end of a process of decision making.

Knowledge in a person's life becomes essential when seeking a qualification for the job, give wisdom to know with the family at their home and also maintain relations of friendship in the cycle. Formerly, it was something to be graded for the few, the market saw as a key differentiator. In this last decade we have seen that the situation is more upon where the bachelor's degree is no longer a big difference, but a specialization. And even then, only will do well, who has obtained knowledge to be applied.

For business is not much different, because a company with knowledge about your market, your employee and your audience becomes very strong competitors.

You could say that we are in the era of information and knowledge because we find a change in vocabulary as corporate, resilience, team focus, results, intellectual capital, satisfaction, quality, excellence, etc..

With that in companies were developing the concept arising from business knowledge, which is what we call KM (Knowledge Management), in Portuguese: (GC) Gestão do Conhecimento. KM can be defined as, according to Machado Neto (1998, apud, POMIM, 2002) as "set of strategies to create, acquire, share and use knowledge assets as well as establish flows to ensure the necessary information in time and format appropriate to assist in the generation of ideas, problem solving and decision making."

Knowledge management is based with regard to any kind of knowledge of the people of an organization belongs to the organization itself. Every knowledge base of the organization belongs to all belonging to it well. And this cycle of knowledge creates competitive advantage the company. Thus, the KM differentiates another important concept, Competitive Intelligence - CI. The first refers to an internal approach, where its main pillar are the internal powers, since the IC operates outdoors, focuses its activity on competition.

The Competitive Intelligence Systems (CIS) differs from Knowledge Management Systems (CMS). While the first use of external information, bringing

them into the company where managers the part of a system to develop strategies hence, the second is more concerned with the information within the enterprise.

It is worth noting also that the SIC and GSC can work together, combining external information and knowledge internally generating a strong strategic business alliance. As stated Fuld (2005, cited in OAK. S / d), the SIC and GSC may work as well as sharers of information, knowledge and intelligence. The first strongly oriented to decision making and the other to manage, process and generate knowledge internal to the organization.

Both the IC as the Knowledge Manage are still a few factors known among corporate managers. As shown by a survey prepared by Cambridge Information Network - RCN (BAUMANN, 2000) with IT managers from companies around the world, the following factors were discovered:

i. Over 90 of managers who responded to research claims to have interest in implementing systems and tools to support KM intranet, data warehouse;

ii. Only 8 have KM initiatives where this problem occurs because of: the concepts of KM are not yet widespread among stakeholders, KM solutions are still immature and objective mindset / financier (Ben Acounter) usually overlaps the benefits intuitive.

This fact clarify that both concepts should be further studied and developed for companies of all types of businesses in order to gain greater competitive advantage.

As was asked previously about Knowledge Management Systems, in relation to its applicability, one cannot fail to mention the tools that managers have in this whole process of implementing KMS. Among the most important tools that experts use the IC to generate competitive advantage for the organization, can be listed:

Tool	Main Applicability	Benefits	Differential
Data Mining	Systems that report all the happenings of the company, crossing information without requiring multiple queries	Identification of new entrants and market research.	Detailed mapping of competitors. Large data source generating new data subgroups.
Data Warehouse	Systems that record the entire history of an organization.	Avoid new mistakes through historical events.	Data unchanged. Centralized data repository.
Customer Relationship Management CRM	Tool that serves to companies consolidate all the information your potential customer and prospective	Customer loyalty and potential prospects.	Focused on the customer. Interaction between company and customer, ensuring the company gain market share.

Source: Elaborated by the author himself.

So the tools that add value to the activity of knowledge management as seen in the previous table, behind many benefits to the organization. Why managers should always unite knowledge with technology to result in the finished product knowledge.

Companies, using more tools and options, will develop better management reports. Those management reports will work well in favor of the strategies of the company.

The knowledge of managers when the CI and KM need to be further analyzed and researched thus can generate competitive advantage for this new scenario was that each is designed as a more competitive and demanding, forcing managers to develop new strategies and differentials for new market trends.

FINAL THOUGHTS

It is well known that Knowledge Management and Competitive Intelligence methodologies are interesting and at the same time challenging for companies in this new scenario of market competition. The intellectual capital of the employees is intangible assets that should be applied and worked in the corporate environment.

In this new scenario, the companies that will gain business success are those that will be able to work with information while also extract intelligent information to its business through its employees. Combining Knowledge Management with the Intellectual Capital of the company's workforce developing strategies from inside out of the company, and also knowing how to analyze the information from outside the company. All this through the power that each can generate a process of personal development and business.

As well as combining the strategies of Competitive Intelligence discovering new strategies that differentiate companies from their competitors becomes crucial for survival in the competitive market.

So combining competitiveness strategies with the internal force with the company's corporate, managers have supplies on hand for competitiveness, needing only analyze the best strategies to be drawn for each competitor and always aiming at your target audience, and keeps them to conquer new spaces also.

REFERENCES

- ALVO Conhecimento, 2008. Você sabe o que é Data Warehouse?. Disponível em: <http://www.alvoconhecimento.com.br/index.php/2008/04/02/voce-sabe-o-que-e-data-warehouse>. Acessado em: 07/11/2010
- CANONGIA, M. Santos; Zackiewicz. Foresight, Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento: Instrumentos Para A Gestão Da Inovação. Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), 2004.
- CARVALHO, Gomes de. Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva: Sistemas Complementares. s/d
- DAMINIANI, Wagner Bronze. Gestão de dados: um Levantamento de seu Estado-da-Arte. Administração de São Paulo da Fundação Getulio Vargas Disponível em: <http://www.damiani.net/gestaodedados.pdf>. Acessado em: 20/10/2010.
- D'AVENI, Richard A., Hipercompetição Campus, 1994.
- MENDES, Antonio, da Silva Filho. Era da Informação. Revista Espaço Acadêmico. Ano 1. n 2. Julho de 2001. Disponível em:

http://www.espacoacademico.com.br/002/02col_mendes.htm. Acessado em: 10/11/2010

POMIM, Marta Ligia Valentim. Inteligência Competitiva em Organizações: dado, informação e conhecimento. Revista de Ciência da Informação - v.3 n.4. Disponível em: http://dgz.org.br/ago02/Art_02.htm. Acessado em: 08/10/2010.

PORTER, Estratégia Competitiva. Campus, 1989

*Having a Master in Environmental Science Education. Expert in Production Engineering and Competitive Intelligence Analyst. E-mail: valter-rito@bol.com.br



REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FERRAMENTA AUXILIAR NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES

Iana Bezerra Lima*

RESUMO: O objetivo desse estudo foi analisar as redes sociais virtuais como ferramenta auxiliar no processo de recrutamento e seleção de pessoas nas organizações. A pesquisa caracteriza-se como bibliográfica. Identificou-se uso destas ferramentas tão valorizadas que podem tornar explícito características sociais, pessoais e psicológicas, tornando-se uma fonte de informação para as organizações. Destacando que os gestores de recursos humanos não podem ignorar o impacto que as redes podem exercer sobre suas atividades, pois apenas por meio das redes sociais virtuais não é o suficiente – ainda que facilitem – mas jamais poderão substituir as relações interpessoais. Além disso, incluindo a ótica de candidatos que estejam buscando vagas de emprego, a fim de verificar se há uma inquietação com seus perfis nas redes sociais virtuais bem como se usam essa tecnologia para buscar as vagas oferecidas.

PALAVRAS-CHAVES: Redes sociais, recrutamento, seleção, pessoas.

INTRODUÇÃO

À medida que adentramos no século XXI mudanças no cenário mundial acontecem em uma velocidade inimaginável. O que hoje é de fundamental importância, amanhã poderá cair no esquecimento. Isto ocorre devido às mudanças econômicas, sociais, políticas, entre outras, que produzem forças devastadoras, trazendo imprevisibilidade e incerteza para as organizações.

Dentro desse cenário, a gestão de recursos humanos também tem sofrido um impacto absoluto em que até mesmo sua denominação tem sido substituída por termos como gestão de talentos humanos, gestão de parceiros ou colaboradores, gestão do capital humano, administração do capital intelectual e gestão de pessoas. Toda essa mudança se dá pelo fato de se valorizar as características e diferenças individuais das pessoas, como também suas personalidades, inteligência, conhecimento, habilidades e atitudes.

Tendo em vista a real importância que as pessoas sustentam para a

sobrevivência das organizações, faz-se necessário ter a pessoa certa, no lugar certo. Para tanto, o subsistema adiciona pessoas do processo de gestão com pessoas para recrutar e selecionar, satisfazendo a necessidade da organização. Diante deste fato, uma das maneiras de buscar, atrair e selecionar pessoas que se identifiquem com as exigências da organização é utilizar meios de comunicação.

De acordo com Afonso (2009), o desenvolvimento da tecnologia e da internet trouxe novas formas de relacionamentos, comunicação e organização das atividades humanas, como a utilização das redes sociais virtuais. Os profissionais da área de recursos humanos estão avaliando se as informações do perfil dos candidatos nas redes sociais podem se enquadrar para a contratação dessas pessoas.

A fim de compreender melhor o funcionamento do recrutamento e seleção de pessoas com a ferramenta das redes sociais virtuais, considera-se relevante estudo desta natureza, uma vez que encontrado esses trabalhos na literatura científica desperta-

ria nos gestores de recursos humanos e nos profissionais da área o interesse de desenvolver metodologias mais adequadas para o processo de recrutamento e seleção virtual, tendo mais verdade nas informações que são postadas no ambiente virtual. Assim sendo, esse estudo pretende contribuir tanto para o avanço do conhecimento científico, como para proporcionar uma metodologia mais adequada nas redes sociais virtuais ligadas ao processo de recrutamento e seleção.

Neste contexto, a presente pesquisa verificou analisar as redes sociais virtuais como ferramenta auxiliar no processo de recrutamento e seleção de pessoas nas organizações.

Assim sendo, o estudo que será apresentado a seguir, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, onde foi utilizada referências bibliográficas, pesquisas no scielo e google acadêmico.

A seguir aborda-se uma breve introdução sobre processo de recrutamento e seleção, redes sociais, bem como a questão das redes sociais

virtuais como ferramenta no processo de recrutamento e seleção de pessoal. Na sequência têm-se as considerações finais.

Espera-se que a realização desse estudo contribua para a compreensão de algumas questões da utilização das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção de pessoas e que incentive o surgimento de novos questionamentos e novas pesquisas nesse âmbito, visto a escassez de investigações sobre este tema.

PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAL

O processo de recrutamento e seleção de pessoas é uma das práticas da gestão com pessoas, onde foi originário da divulgação e do desenvolvimento do humanismo e das tecnologias nas organizações, devido a diversos fatores contextuais caracterizados no final do século XIX e o início do século XX.

O desenvolvimento econômico e tecnológico, as experiências e princípios humanistas, a exasperação das relações de trabalho e a evolução das ciências comportamentais descreveram neste contexto que acelerou o processo de industrialização e, consequentemente, a intensa mecanização baseada em tecnologia aplicada nas indústrias do ocidente.

Diante deste panorama, houve um avanço na sofisticação do trabalho que exigia uma demanda por colaboradores que possuíssem habilidades variadas para as atividades a serem executadas. Então, atrair e reter talentos adequados para a organização começou a ser uma preocupação de quem selecionava e treinava, o que acabou influenciando no desenvolvimento do subsistema de recrutamento e seleção e por conseguinte da gestão com pessoas.

O recrutamento e seleção são processos que fazem parte da rotina da organização no tocante ao preenchimento de uma vaga em aberto, a qual precisa ser preenchida nos procedimentos de admissão de pessoal (FRANÇA, 2013).

O processo de recrutamento e seleção é uma ferramenta muito importante para as organizações que se preocupam em se manter no mercado competitivo, na qual há investimento nos indivíduos que recrutam e selecionam os candidatos. França (2013, p.29) complementa esta ideia,

vivemos um momento histórico em que a competição e a sustentabilidade é um fator presente nas organiza-

ções, e isso se reflete também na concorrência por profissionais que agregam características e valores que determinam um diferencial de qualidade para as empresas.

Nesse sentido, o Recrutamento e a Seleção de Pessoal têm por objetivo prover pessoas capazes e motivadas que busquem desempenhar a missão da empresa e a estratégia proposta por ela. O recrutamento é a fase inicial de um processo que termina com o contrato definitivo. De acordo com Lacombe (2011, p.81),

o recrutamento abrange o conjunto de práticas e processos usados para atrair candidatos para as vagas existentes ou potenciais. Ele deve ser efetuado em uma unidade centralizada, e é uma atividade permanente, sendo apenas intensificadas nas ocasiões em que existem vagas.

O recrutamento dá contribuições para o processo de seleção. Se não houver candidatos com potencial para o preenchimento da vaga, não há como efetuar a próxima etapa que é a seleção. Entende-se que o processo de recrutamento necessita de criatividade para atrair o máximo possível de pessoas com o perfil desejado. É importante que se tenha a descrição detalhada do cargo, como pré-requisitos e competências necessárias, bem como trabalhar a adequação das expectativas dos candidatos, direcionando suas capacidades e interesses à necessidade do trabalho (FRANÇA, 2013).

A seleção tem início após se formar uma lista de candidatos ao cargo disponível e compreende as etapas de preenchimento do formulário adequado, condução de uma entrevista, realização dos testes necessários, confirmação das referências e a decisão de contratação ou não.

De acordo com Lacombe (2011, p.97), "a seleção abrange o conjunto de práticas e processos usados para escolher, dentre os candidatos disponíveis, aquele que parece ser o mais adequado para a vaga existente." Importante salientar que a seleção deve considerar a cultura da empresa e os valores e crenças do candidato, pois o mesmo deve ter condições para se adaptar a essa cultura.

Para o preparo dessas etapas, o subsistema de recrutamento e seleção de pessoal deve ser competente e flexível, a fim de identificar, atrair, escolher e contratar os melhores profissionais que estão inseridos no

mercado de trabalho, contando ainda com os recursos da internet nos processos seletivos.

Com o advento da internet, os sistemas de informação para recursos humanos têm promovido uma avassaladora mudança nas organizações. Para tanto, um exemplo é o e-recruiting, recrutamento realizado através da internet que, segundo Williams e Verhoen (apud GOMES, SCHERER, LÖBLER, 2012, p. 3), "tem como forma mais tradicional adicionar um link de recrutamento no site da empresa ou utilizar sites especializados em recrutamento de funcionários".

Para Afonso (2009), o uso das redes sociais tornou-se meio de divulgação de vagas de emprego e fonte para caça de profissionais. As empresas estão utilizando cada vez mais as redes sociais e sua aceitação e utilização está mudando o estilo como indivíduos e organizações se relacionam com o meio. Sendo assim, os gestores de recursos humanos não podem ignorar o impacto que as redes sociais podem ter em suas atividades (BARNES e BARNES, 2009). Vale ressaltar que a seleção de pessoal apenas por meio das redes sociais não basta, a tecnologia por si só não é o suficiente, pois a mesma pode facilitar a vida das pessoas, mas jamais poderá substituir as relações interpessoais, ou seja, o contato com o outro (MACUCCI e MATIAS, 2002).

REDES SOCIAIS

Entende-se que este assunto é bastante dialogado por inúmeros autores, mas poucos discutem como estas redes são formadas pela sociedade. Para as ciências sociais, redes referem-se à sociedade como um conjunto de relações e funções dos seres humanos que desenvolvem ao longo de suas vidas, tanto no seu lar, na escola, no profissional (TOMAÉL, 2005). Nesta configuração, as pessoas desenvolvem complexas redes sociais com base em uma infinidade de distintas relações e interações, as quais influenciam as decisões e os comportamentos dos indivíduos.

Com o avassalador crescimento das redes sociais como a internet a partir do século XXI, tem se intensificado o interesse pelos estudos e pesquisas nesta área do conhecimento. Buscando um maior entendimento do que seriam as redes sociais na internet, podemos destacar a ótica de Afonso (2009, p.31) quando relata que redes seriam como "grandes repositórios de informações, em milhões de pessoas com objetivos comuns que

compartilham experiências de vida de maneira colaborativa e espontâneas”.

Na ótica de Barnes e Barnes (2009), os sites de redes sociais podem proporcionar um canal de comunicação unificado, em que a quantidade de informações e a coparticipação coletiva podem ocorrer dentro de um conjunto de repositório de conteúdos virtuais. Dentre as diversas redes sociais disponíveis na internet, podemos destacar o Facebook, blogues, Wordpress, LinkedIn, Twitter, Youtube, Wikipédia, entre outros.

Nos sites de relacionamento, os usuários criam um perfil no qual podem postar fotos, vídeos, mensagens, adicionar outros usuários como contatos, mandar recados, criar discussões, além de colocar informações pessoais e profissionais (SANTOS, 2010). Santos salienta ainda que nos blogs, o usuário cria uma conta no desejo de ter um ambiente virtual para escrever sobre diversos assuntos, onde outros usuários podem fazer comentários sobre os assuntos expostos.

As redes sociais da internet podem ser utilizadas tanto por interesse pessoais quanto profissional. Além dessas redes, há outras que são formadas somente com foco profissional, onde há a possibilidade de manter atualizado o networking virtual, devem ser atualizadas com todas as informações profissionais possíveis, realizações relevantes e resultados alcançados. Seus membros são interligados pelas comunidades conforme a classificação de seu trabalho, a sua formação, o seu conhecimento. Essa rede social é representada pelo LinkedIn, uma ferramenta muito valorizada pelos técnicos de recursos humanos (AFONSO, 2009).

Analisando os tipos de redes sociais destacadas, todas oferecem a possibilidade de inserção de empresas, através da criação do seu perfil, fato que vem ocorrendo em escala mundial devido aos benefícios que essa tecnologia pode oferecer. Destaca-se ainda como um benefício distinto das redes sociais virtuais por suas características de espontaneidade e pontualidade, onde a velocidade de entrada no mercado é essencial, além da base de usuários crescente e diversificada (SANTOS, 2010).

Pode-se perceber que o uso destas ferramentas tão valorizadas que são as redes sociais virtuais podem tornar explícito características sociais, pessoais e psicológicas, com base em seus estilos de vida e interesses, tornando-se uma fonte de informação

para as organizações, o que poderá ser utilizada com estratégia de recrutamento e seleção pela área de recursos humanos.

REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FERRAMENTA NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAL

Com o grande avanço da interatividade proporcionada pelo mundo virtual, ou melhor, pela internet, a tecnologia das redes sociais está sendo a cada dia mais cultivada por pesquisadores, profissionais das diversas áreas do conhecimento, estudantes, consumidores, ou por pessoas interessadas nesta temática em questão (MÁXIMO, 2009).

Percebe-se que a tecnologia de informação tem sido empregada pelas organizações como um canal facilitador de iniciativas estratégicas e competitivas. A gestão de recursos humanos ou gestão com pessoas é um dos subsistemas da organização tem utilizados estas vantagens da tecnologia para contribuir de forma efetiva, eficaz e eficiente, no que se tange para o negócio da organização e que seja bem sucedido.

Nesse cenário atual e tendências para o futuro das organizações, as redes sociais virtuais, os gestores de recursos humanos já podem contar com esta tecnologia para expressar e investigar na internet como uma nova ferramenta do processo recrutamento e seleção de pessoas nas organizações (AFONSO, 2009).

Não obstante, é preciso se apropriar destas novas tecnologias, técnicas e procedimentos no que concerne ao processo de recrutamento e seleção de pessoas. Os serviços on-line de emprego proveem acesso de informação livre aos candidatos, desta forma entende-se que é uma oportunidade para usar o nome e a imagem da empresa, do marketing relacional, entre outras metodologias para atrair competências dos candidatos (CAPELLI, 2001).

O recrutamento on-line torna o processo mais barato e fácil de contratar pessoas experientes. Por outro lado, impulsiona a contratação de um profissional externo em detrimento do desenvolvimento e colocação interna. Um aspecto a ser considerado é a facilidade. Outro ponto a ser considerado, é que devido à facilidade do recrutamento on-line, torna-se fácil para os funcionários receber e aceitar outras propostas de emprego, ainda que não estejam a procura.

Atualmente, as empresas têm

utilizado a ferramenta das redes sociais virtuais para realizar o processo de recrutamento e seleção de pessoal. Afonso (2009), resalta que as organizações que realizam o recrutamento por meio das redes sociais virtuais estão além da visualização dos currículos vitae, uma vez investigam também a verdade das informações repassadas. O que é observado nestes processos são o perfil técnico (as qualificações, as competências, o desempenho, as experiências) e o perfil comportamental (que envolve os traços de personalidade, inteligência). A forma de avaliação virtual oferece uma gama de informações pessoais que são uma representação dos comportamentos e interações com outras pessoas nas redes virtuais e podem de fato prover informações peculiares não localizadas com outros métodos de seleção (KLUEMPER E ROSEN, 2009).

Porém, fica evidente que o contato humano não deve ser substituído por essa tecnologia, sendo fonte de informação suplementar para realização do processo, além de não ter custo e o oferecimento de ampla compreensão para obter agilidade nas informações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização desse estudo, pode-se verificar que o objetivo proposto de analisar as redes sociais virtuais como ferramenta auxiliar no processo de recrutamento e seleção de pessoas nas organizações foi atingido. Além disso, as questões que nos nortearam foram respondidas. O processo de recrutamento e seleção pôde ser identificado, destacando-se a utilização das redes sociais virtuais.

Detectamos que o uso destas ferramentas tão valorizadas que são as redes sociais virtuais podem tornar explícitas características sociais, pessoais e psicológicas, tornando-se uma fonte de informação para as organizações.

Assim sendo, fica evidenciado que o processo de recrutamento e seleção de pessoas apenas por meio das redes sociais virtuais não é o suficiente. Pode facilitar a vida das pessoas, mas jamais poderá substituir as relações interpessoais.

Diante disso, sugere-se com estudos futuros a ampliação dessa pesquisa sobre as temáticas em questão, incluindo a ótica de candidatos que estejam buscando vagas de emprego, a fim de verificar se há uma inquietação com seus perfis nas redes sociais virtuais, bem como se a utilização dessa tecnologia visa a busca das

vagas oferecidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFONSO, A.S. Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos. 2009. 170f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em: www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/processaArquivo.php?...11013. Acesso em: 10/03/13.

BARNES, N. D. e BARNES, F. R. Equipping your organization for the social networking game. *Information Management Journal*. v. 43, n.6, p. 28-33, 2009. Disponível em: content.amaa.org/.../IMM_1109_equipping_you. Acesso em 10/03/13.

CAPELLI, P. Making the Most of On-Line Recruiting – How the Web Changes Recruiting. *Harvard Business Review*. v.79, n.3, March, 2001. Disponível em: hbr.org/.../making-the-most-of-on-line-recruitin... Acesso em: 10/03/13.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Práticas de recursos humanos – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2013.
GOMES, Tarizi Ciocari; SCHERER, Laura Alves; LÖBLER, Mauri Leodir. Uso das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção de pessoal: uma análise na perspectiva de profissionais de recursos humanos. SIMPOI, Anais, 2012. Disponível em: www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/.../E2012_T00264_PCN12758.p. Acesso em 01/03/2013

KLUEMPER, D.H.; ROSEN, P.A. Future employment selection methods: evaluating social networking web sites. *Journal of Managerial Psychology*. v.24, n.6, p.567-580, 2009. Disponível em: DH Kluemper, PA Rosen - *Journal of Managerial Psychology*, 2009 - emeraldinsight.com Acesso em: 12/03/13.

LACOMBE, Francisco. Recursos Humanos: princípios e tendências. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2011.

MÁXIMO, R. S. A. Oportunidades e Desafios para a Comunicação em Mídias Sociais Virtuais: Um estudo sobre as empresas operadoras de telefonia celular. 2009. 66f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

Disponível em: www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/15310/15310_1.PDF
Acesso em: 10/03/13.

MACUCCI, J.V.; MATIAS, J.M. Tecnologia da Informação e seu impacto na Gestão de Pessoas. In: BOOG, G.; BOOG, M. (coord.) Manual de gestão de pessoas e equipes: Estratégias e Tendências. v.1. São Paulo: Editora Gente, 2002.

SANTOS, V.S.; PORTO, E.; ALTURAS, B. Análise de Mecanismos de Controle de Acesso nas Redes Sociais. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*. p.50-60. Jul-Set. 2010. Disponível em: www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?pid=S1645...script=sci. Acesso em: 12/03/13.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. *Revista Ciência da Informação*. Brasília, v.34, n.2, p.93-104, Maio/Ago. 2005. Disponível em: www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf. Acesso em: 10/03/2013.

*Psicóloga. Mestranda em Psicanálise na Educação e Saúde pelo programa de pós-graduação UNIDERC/FUNESO. Especialista em Gestão Pública e Sociedade pelo programa de pós-graduação da UFT. Especialista em Gestão Hospitalar e Terapia Familiar pelo programa de pós-graduação em ciências da saúde UFPE. Professora da Graduação e Pós-graduação da Faculdade IBGM. Recife (PE), Brasil. E-mail: raio_soll@hotmail.com



SOCIAL NETWORKS AS A VIRTUAL AUXILIAR TOOL IN THE PROCESS OF RECRUITMENT AND SELECTION OF PEOPLE IN ORGANIZATIONS

Iana Bezerra Lima*

ABSTRACT: The aim of this study was to analyze the virtual social networks as an auxiliary tool in the process of recruitment and selection of people in organizations. The research is characterized as literature. Identified using these tools that are so valued virtual social networks can make explicit the social, personal and psychological, becoming a source of information for organizations. Emphasizing that the human resource managers cannot ignore the impact that social media can have on their activities, because only through virtual social networks is not enough, you can make life easier for people, but can never replace interpersonal relationships. In addition, including the optics of candidates who are seeking jobs in order to check if there is restlessness with their virtual profiles on social networks as well as use this technology to get the job offered.

KEYWORDS: Social networks, recruitment, selection, people.

INTRODUCTION

As we enter the twenty-first century, increasingly, changes in the global scenario, it happens at a speed unimaginable. What is crucial today, tomorrow there will be more, much rather, is already antiquated, outdated. This occurs due to changing economic, social, political and other, producing devastating forces, bringing unpredictability and uncertainty for organizations.

In this scenario, the management of human resources, has also been impacted absolute, where even its name, has been replaced by terms such as talent management human management, partners or contributors, human capital management, management of intellectual capital and management with people. All this change, give up because of valuing individual differences and the characteristics of the people, but also their personalities, intelligence, knowledge, skills and attitudes.

Given the importance that real people are for the survival of organizations, it is necessary to have the right person in the right place.

Therefore, the subsystem add people management process with people, is responsible for meeting this need, where it recruits and selects people to meet the need of the organization.

Given this fact, one of the ways to seek, attract and select people who fit the requirements of the organization is to use media.

According to Afonso (2009), the development of technology and the Internet has brought new forms of relationships, communication and organization of human activities such as the use of virtual social networks. Professionals in the field of human resources are evaluating whether the profile information of the candidates in social networks can fall for hiring these people.

In order to better understand the functioning of the recruitment and selection of people with the tool of virtual social networks, given that it is considered relevant study of this nature, since these works found in the literature arouse in human resources managers and professionals in the interest of developing the most suitable methodologies for the

recruitment and selection process virtual, with more truth in the information that are posted in the virtual environment. Therefore, this study aims to contribute both to the advancement of scientific knowledge, and to provide an appropriate methodology in virtual network partners related to recruitment and selection.

In this context, the present study found analyze virtual social networks as an auxiliary tool in the process of recruitment and selection of people in organizations.

Therefore, the study will be presented below, it is a literature search, which was used references, research in scielo, google scholar.

The following discussion focuses on a brief introduction about recruitment and selection, social networks, as well as the issue of virtual social networks as a tool in the process of recruitment and selection of staff. In the sequel have been the final considerations.

It is expected that the completion of this study contribute to the understanding of some issues in the use of virtual social networks in the process

of recruitment and selection of people and to encourage the emergence of new questions and new research in this field, given the scarcity of research on this theme.

RECRUITMENT PROCESS AND SELECTION OF PERSONNEL

The process of recruitment and selection of persons is one of the management practices with people, which was originating promotion and development of humanism and technology in organizations due to various contextual factors characterized the late nineteenth and early twentieth century.

The economic and technological development, experiences and humanistic principles, the exasperation of labor relations and the evolution of behavioral sciences described in this context, which accelerated the process of industrialization and hence the intense mechanization based on technology used in the industries of the West.

Against this background, there have been advances in the sophistication of the work that required a demand for employees who possess varied skills to the activities to be executed. So, to attract and retain talent suitable for the organization began to be a concern himself selected and trained, which ended up influencing the development subsystem recruitment and selection, and therefore of the management with people.

The recruitment and selection processes that are part of the routine of the organization regarding the filling of a vacancy in, which must be filled in admission procedures of personnel (FRANCE, 2013).

The recruitment and selection is a very important tool for organizations that are concerned with keeping the competitive market, in which there is investment in individuals who recruit and select candidates. France (2013, p.29) complements this idea,

[...]live a historic moment in the competition and sustainability is a factor present in organizations, and this is reflected also in competition for professionals that add features and values that determine differential quality for companies.

In this sense, the Recruitment and Selection of Personnel aim to provide capable and motivated people who seek to play the company's mission and strategy proposed by it. Recruitment is the initial phase of a

process that ends with the final contract. According to Lacombe (2011, p.81),

the recruitment covers the practices and processes used to attract candidates for the vacancies existing or potential. It should be done in a centralized unit, and is an ongoing activity, and only stepped on occasions when vacancies exist.

Recruitment gives contributions to the selection process. If there are no qualified candidates to fill the vacancy, there is no way to make the next step is the selection. It is understood that the recruitment process needs creativity to attract as much people as possible to the desired profile. It is important to have a detailed description of the position, such as pre-requisites and skills, as well as the appropriateness of the work expectations of candidates, directing their skills and interests to the necessity of work (FRANCE, 2013). The selection begins after graduating a list of candidates for the position available and comprises the steps of filling out the appropriate form, conducting an interview, required tests, confirmation of references and hiring decision or not.

According to Lacombe (2011, p.97), "the selection covers the practices and processes used to choose among the available candidates, who seems to be the most suitable for the vacancy exists." Important to note that the selection should consider the company's culture and the values and beliefs of the candidate, because it must be able to adapt to this culture.

For the preparation of these steps, the subsystem of recruitment and selection of staff must be competent and flexible in order to identify, attract, select and hire the best professionals that are inserted in the labor market, with the advantage of Internet resources in the processes selective.

With the advent of internet, information systems for human resources have promoted an overwhelming change in organizations. To this end, an example is e-recruiting, recruiting done over the internet which, according to Williams and Verhoen (apud GOMES, SCHERER, LÖBLER, 2012, p. 3), "has the most traditional way to add a link recruitment site company or use sites that specialize in recruiting staff."

To Afonso (2009), the use of social networks has become the means of dissemination of job vacancies and professional source for hunting. Com-

panies are increasingly using social networks and their acceptance and use is changing the style as individuals and organizations relate to the middle. Thus, the human resource managers cannot ignore the impact that social media can have on their activities (Barnes and Barnes, 2009). It is noteworthy that the personnel selection only through social networks is not enough, the technology alone is not enough, because it can make life easier for people, but can never replace interpersonal relationships, ie the contact the other (MACUCCI and MATIAS, 2002).

SOCIAL NETWORKS

It is understood that this issue is quite dialogued by numerous authors on the topic of social networks, but few discuss how these networks are formed by society. For the social sciences, networks refer to society as a set of relations and functions of humans develop throughout their lives, both at home, at school, in the professional (TOMAÉL, 2005). In this configuration, people develop complex social networks based on a multitude of different relationships and interactions which influence the decisions and behavior of individuals. With the overwhelming growth of social networks as the internet from the twenty-first century, has intensified the interest in studies and research in this area of knowledge. Seeking a greater understanding of what would be the social networks on the Internet, we can highlight the optical Afonso (2009, p.31) reports that when networks would be partners as "large repositories of information on millions of people with common goals who share experiences Life collaboratively and spontaneous."

In optical Barnes and Barnes (2009), consider that social networking sites can provide a unified communication channel, where the amount of information and collective co-participation, can occur within a set of virtual content repository.

Among the many social networks available on the internet, we can highlight: facebook, blogs, wordpress, linkedin, twitter, you tube, Wikipedia, among others.

On social networking sites, users create a profile where they can post photos, videos, posts, add other users as contacts, send messages, create discussions, besides putting personal and professional information (SANTOS, 2010). Santos also stresses that in blogs, the user creates an account on the desire to have a virtual

environment to write on various subjects, where other users can comment on the issues exposed.

The social networks of the internet can be used for both personal and professional interest. In addition to these networks, there are others that are formed only with professional focus, which allows keeping the virtual networking, should be updated with all the professional information possible, relevant accomplishments and achievements. Where members are interconnected by communities classified according to their work, their training, their knowledge. This social network is represented by linkedin, a tool much appreciates the technical human resources (Afonso, 2009).

Analyzing the types of social networks highlighted, all offer the possibility of inclusion of companies through the creation of your profile, a fact that has been occurring on a global scale due to the benefits that this technology can offer. Also stands out as a distinct benefit of virtual social networks, characteristics of spontaneity and punctuality, where speed to market is essential, in addition to the user base growing and diverse (SANTOS, 2010).

It can be noticed that the use of these tools that are so valued virtual social networks can make explicit the social, personal and psychological, based on their lifestyles and interests, becoming a source of information for organizations, which may be used for recruitment and selection strategy for human resources.

SOCIAL NETWORKS AS A VIRTUAL TOOL IN THE PROCESS OF RECRUITMENT AND SELECTION OF STAFF

With the breakthrough of the interactive features of the virtual world, or rather, the internet, social networking technology is being increasingly cultivated by researchers, professionals from different fields of knowledge, students, consumers, or people interested in this topic question (MAX 2009).

Realize that information technology has been used by organizations as a channel enabler of strategic initiatives and competitive. The human resource management or management with people is one of the subsystems of the organization has used these advantages of technology to contribute effectively, efficiently and effectively, as it pertains to the business of the organization and be successful.

In this current scenario and trends for

the future of organizations, virtual social networks, human resources managers can now rely on this technology to express and investigate the Internet as a new tool in the recruitment and selection process of people in organizations (Afonso, 2009.)

Nevertheless, it is necessary to appropriate these new technologies, techniques and procedures in relation to the recruitment and selection of people. The online services employment reactions come from access free information to candidates, so we understand that it is an opportunity to use the name and image of the company, the relationship marketing, among other methodologies to attract skills of candidates (CAPELLI, 2001.) The online recruitment makes the process cheaper and easier to hire experienced people, on the other hand, boosts hiring an outside professional at the expense of internal development and placement. One aspect to be considered is the ease. Another point to be considered is that due to the ease of online recruitment, as it makes it easier for employees to receive and accept other job offers, although they are not looking for new positions.

Currently companies have used the tool of virtual social networks to conduct the recruitment process and the recruitment and selection of staff. Afonso (2009), resalta that organizations conduct recruitment through virtual social networks, are the viewing of *curricula vitae*, also investigate the truth of the information passed. What is observed in these processes are the technical profile (qualifications, skills, performance, experiments) and behavioral profile (which involves personality traits, intelligence). The evaluation of virtual offers a range of personal information is a representation of the behavior and interactions with other people in virtual networks, and can indeed provide unique information not found with other selection methods (Kluemper ANDROSEN, 2009).

However, it is evident that human contact is not replaced by this technology, but it fits like a supplementary information to carry out the process, and not cost, has a broad understanding to obtain information speed.

FINAL THOUGHTS

With the completion of this study, it can be seen that the proposed objective of analyzing the virtual social networks as an auxiliary tool in the process of recruitment and selection of people in organizations has

been reached. Moreover, the questions that guided this study were answered. The process of recruitment and selection could be identified, highlighting the use of virtual social networks.

In this study, it could be seen that the use of these tools that are so valued virtual social networks can make explicit the social, personal and psychological, becoming a source of information for organizations.

Thus, it is pointed out that. The process of recruitment and selection of people only through virtual social networks, not enough, not enough, you can make life easier for people, but can never replace interpersonal relationships.

Therefore, it is suggested that future studies suggest the expansion of this research on the issues in question, including the perspective of candidates who are seeking jobs in order to check if there is a concern over their profiles in social networks and virtual how to use this technology to get the job offered.

REFERENCES

- AFONSO, A.S. Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos. 2009. 170f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em: www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/processaArquivo.php?...11013. Acesso em: 10/03/13.
- BARNES, N. D. e BARNES, F. R. Equipping your organization for the social networking game. *Information Management Journal*. v. 43, n.6, p. 28-33, 2009. Disponível em: content.ama-assn.org/.../IMM_1109_equipping_you. Acesso em 10/03/13.
- CAPELLI, P. Making the Most of On-Line Recruiting – How the Web Changes Recruiting. *Harvard Business Review*. v.79, n.3, March, 2001. Disponível em: hbr.org/.../making-the-most-of-online-recruiting... Acesso em: 10/03/13.
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Práticas de recursos humanos – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2013.
- GOMES, Tarizi Cioccarri; SCHERER, Laura Alves; LÖBLER, Mauri Leodir. Uso das redes sociais virtuais no processo de recrutamento e seleção de pessoal: uma análise na perspectiva de profissionais de recursos humanos. SIMPOI, Anais, 2012. Disponível

em: www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/.../E2012_T00264_PCN12758.p. Acesso em 01/03/2013

KLUEMPER, D.H.; ROSEN, P.A. Future employment selection methods: evaluating social networking web sites. *Journal of Managerial Psychology*. v.24, n.6, p.567-580, 2009. Disponível em: DH Kluemper, PA Rosen - *Journal of Managerial Psychology*, 2009 - emeraldinsight.com. Acesso em: 12/03/13.

LACOMBE, Francisco. Recursos Humanos: princípios e tendências. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2011.

MÁXIMO, R. S. A. Oportunidades e Desafios para a Comunicação em Mídias Sociais Virtuais: Um estudo sobre as empresas operadoras de telefonia celular. 2009. 66f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/15310/15310_1.PDF. Acesso em: 10/03/13

MACUCCI, J.V.; MATIAS, J.M. Tecnologia da Informação e seu impacto na Gestão de Pessoas. In: BOOG, G.; BOOG, M. (coord.) Manual de gestão de pessoas e equipes: Estratégias e Tendências. v.1. São Paulo: Editora Gente, 2002.

SANTOS, V.S.; PORTO, E.; ALTURAS, B. Análise de Mecanismos de Controle de Acesso nas Redes Sociais. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*. p.50-60. Jul-Set. 2010. Disponível em: www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?pid=S1645...script=sci. Acesso em: 12/03/13.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. *Revista Ciência da Informação*. Brasília, v.34, n.2, p.93-104, Maio/Ago. 2005. Disponível em: www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf. Acesso em: 10/03/2013.

*Psychologist. Having a Master in Psychoanalysis on Education at UNIDERC/FUNESO. Specialist in Public Management and Society at UFT. Specialist in Hospital Management and Family Therapy. E-mail: raio_soll@hotmail.com



Resenha de **ANDERSON, Chris.**

FREE GRÁTIS: O FUTURO DOS PREÇOS

Rio de Janeiro: **CAMPUS**, 2009.

Gilberto Lapa*

Será um sonho? Um mundo onde bens e serviços são entregues de forma gratuita e as empresas, mesmo assim, conseguem ganhar dinheiro e crescer, podendo vir a figurar entre as maiores e mais valorizadas do mundo. Parece utopia? Esta é a ideia central defendida por Chris Anderson no livro *Free (Grátis): o futuro dos preços*.

O autor, que ficou conhecido pela publicação do best-seller *A Cauda Longa* – fenômeno mundial de vendas –, é físico, jornalista especializado em tecnologia e fundamenta suas ideias em pesquisas baseadas em dados científicos e empresariais, apontando tendências e caminhos para quem, de algum modo, compete (ou pretende vir a competir) através da internet. Ele argumenta de forma convincente que, em muitas situações, as empresas podem lucrar mais dando as coisas de graça do que cobrando por elas. Muito mais que um truque promocional, o “Grátis” é uma estratégia de negócios.

A discussão sobre o Grátis não é uma particularidade das transações via web. King Gillette, para viabilizar sua invenção de 1903, passou a comercializar barbeadores com margens muito baixas, uma vez que a venda de lâminas é que contribuíam para os resultados financeiros de seu negócio. E, para não ir muito longe, o negócio de emissoras de rádio não é viabilizado pelo pagamento de músicas e notícias por parte de seus ouvintes, mas sim da publicidade comercializada junto aos seus anunciantes.

Com o crescimento das comunicações e transações comerciais via internet, a discussão sobre valor dos intangíveis tem crescido em importância e frequência. Enquanto a valorização de uma consulta médica,

um parecer advocatício ou a solução de um problema de engenharia envolvem discussões polêmicas, o Google resolve muitos problemas de conhecimento de forma gratuita. Embora o usuário pague pelo acesso à internet, tenha custos com os equipamentos e a energia, o serviço em si prestado pelo Google é gratuito. E o Google Inc. é hoje uma das marcas de maior valor no mundo, além de faturamento crescente.

As várias modalidades de “grátis” podem envolver produtos pagos subsidiando produtos grátis (compre uma escova e leve um creme dental), pagar mais caro subsidiando o grátis (televisão aberta x preços dos anúncios) e pagantes subsidiando não pagantes (mulher só paga meia entrada). Boa parte deste movimento de “coisas sendo oferecidas gratuitamente” é consequência dos ganhos de produtividade empresarial, como jornal gratuito, redução de preços em medicina (pois os serviços de diagnóstico serão prestados por softwares e equipamentos), redução de custos logísticos, ou seja, o famoso “frete grátis”. O autor cita o caso da Banda Calypso, que distribui CDs gratuitamente como forma de tornar sua música conhecida, pois a banda está no negócio de shows e não em venda de CDs.

Mas é na web que o Grátis se torna mais evidente e mais crescente. A web se tornou o território do grátis por razões econômicas, dado que o custo marginal de todas as coisas on line aproxima-se do zero. Paradoxalmente, a ideia de que “informação é poder” contrasta com a tendência de disponibilizar conteúdo gratuitamente. Se a informação torna-se valiosa – isto é válido para informação escassa, a informação abundante tende a ser

grátis. Algo como: uma consulta sobre como resolver um problema, de forma generalizada você encontra na internet, mas se você quer resolver um problema específico, a adequação da solução envolve um custo, que certamente vai ser alto. O software livre está acessível a qualquer um, mas um sistema ajustado às suas necessidades requer desenvolvimento e acarreta custos superiores.

O Google, ícone desta economia do Grátis, conseguiu desenvolver um modelo de negócio que se torna melhor a cada vez que um usuário acessa links de páginas, aumentando sua capacidade de pesquisa e refinamento.

Enfim, se você ou sua empresa atua via Internet, deve considerar, fortemente, a possibilidade de entregar algum tipo de serviço gratuito como forma de dar continuidade aos seus negócios futuros.

AS 10 REGRAS DO GRÁTIS

1. Se for digital, mais cedo ou mais tarde será Grátis;
2. Os átomos não fazem mais tanta questão de ser Grátis;
3. Não há como impedir o Grátis;
4. É possível ganhar dinheiro com o Grátis;
5. Redefina seu mercado;
6. Arredonde para baixo;
7. Mais cedo ou mais tarde, você concorrerá com o Grátis;
8. Adote o desperdício;
9. O Grátis faz as outras coisas terem valor;
10. Administre para a abundância, não para a escassez.

*Administrador/Analista em Geociências. Serviço Geológico do Brasil – CPRM.

¹ Cf. ANDERSON, Chris. *Free: the future of a radical price*. New York: Hyperion, 2009.



Review of **ANDERSON, Chris.**

FREE GRÁTIS: O FUTURO DOS PREÇOS

Rio de Janeiro: **CAMPUS**, 2009.¹

Gilberto Lapa*

Is it a dream? A world where goods and services are delivered for free and businesses still manage to make money and grow and could be among the largest and most valued companies in the world - seems utopia? This is the central idea advocated by Chris Anderson in his book *Free: The future prices*.

The author, who was known by the publication of the bestseller *The Long Tail* - a phenomenon worldwide sales, is physical, and journalist specializing in technology, and based their ideas with research based on scientific data and business trends and paths pointing to anyone, otherwise, it is (or intends to compete) over the internet. He argues convincingly that, in many situations, businesses can profit more from giving things grace than charging for them. Much more than a promotional trick, the "Free" is a business strategy.

The discussion on the Free is not a peculiarity of transactions via the web. King Gillette, to enable his invention in 1903 it was selling shavers with very low margins, since the sale of blades is that contributed to the financial results of your business. And, not to go too far, the business of radio is not enabled by payment music and news from their listeners, but advertising sold alongside its advertisers.

With the growth of communications and business transactions via the Internet, the discussion about the value of intangible assets has grown in importance and frequency. While the value of a medical opinion advocacy, or solving an engineering problem involving controversial discussions, Google solves many problems of knowledge, for free. Although you pay for internet access, costs have the equipment, and energy, the service

itself, provided by Google, is free. And Google Inc. is today one of the most valuable brands in the world, growing beyond billing.

The various forms of "free" may involve: paid products subsidizing free products (buy a toothbrush and mild toothpaste); pay more subsidizing the free (open television ad prices x), and payers subsidize nonpaying (women only pay half price). Much of this movement of "things being offered for free" is a result of gains in business productivity, as free newspaper, reduction in medicine prices, because the services will be provided by diagnostic software and equipment, reduction of logistics costs - the famous "Freight Free". The author cites the case of Banda Calypso, which distributes free CDs as a way to make their music known as a group is in the business of shows, and not for sale of CDs.

But, it is online that 'free' becomes more evident, and it is growing more. The web has become the territory of the free economic reasons, since the marginal cost of all things online approximates zero. Paradoxically the idea that "information is power" contrasts with the trend of providing content for free. If information becomes valuable - this applies to scarce information, the information tends to be abundant free. Something like: a consultation on how to solve a problem so widespread you find on the internet, but if you want to solve a specific problem, the adequacy of the solution involves a cost, which will surely be high. The free software is available to anyone, but a system tailored to your needs requires development and entails higher costs.

Google, this icon of the free economy, managed to develop a

business model that becomes better every time a user accesses page links, increasing your ability to research and refinement.

Anyway, if you or your business operates on the Internet, you should consider strongly the possibility of returning (at least some) free services as a way to continue its current and future business.

THE 10 RULES OF FREE

1. If it's digital, sooner or later will be Free;
2. Atoms can easily be Free;
3. Free is inevitable;
4. You can make money with Free;
5. Refine your target;
6. Round down the prices;
7. Sooner or later, you will compete with Free;
8. Adopt wasting;
9. The free conditions the prices of other products;
10. Manage for abundance, not scarcity.

*Administrator / Geosciences Analyst.
Brazil's Geological Survey - CPRM.

¹ Cf. ANDERSON, Chris. *Free: the future of a radical price*. New York: Hyperion, 2009.



DEMITIDAS DO CARGO DE MÃE OS IMPACTOS NA VIDA PROFISSIONAL DE MULHERES DIANTE DO DILEMA DA PROFISSÃO E VIDA FAMILIAR

Paloma Pereira de Almeida* e Eduardo de Aquino Fonseca**

RESUMO: A mulher conseguiu emancipar-se profissionalmente, mas continua com toda a responsabilidade sobre a casa e o cuidado com os filhos. Essa dicotomia gera uma nova identidade feminina que busca excelência em todas as áreas de sua vida e que tem como característica maior a fragmentação. O novo contexto feminino tem gerado um sofrimento que atinge seu espaço de trabalho e cabe aos gestores, sejam eles psicólogos ou administradores, atentarem de forma preventiva e interventiva para esses funcionários que tem crescido nas empresas ocupando, inclusive, cargos de chefia. Este artigo apresenta os resultados de um estudo que investigou os impactos causados na vida profissional de mulheres nesse contexto, buscando compreender suas estratégias de conciliação com os mundos público e privado. Os resultados, de modo geral, apontam para o fato de que, apesar de todo o trabalho e malabarismos adotados por essas mulheres, a vida profissional ocupa um espaço tão importante na vida delas quanto a maternidade: já não basta ser apenas mãe para sentir-se satisfeita. Esse novo olhar traz conseqüências importantes para a vida da família contemporânea e dados relevantes para os gestores de pessoas atuantes nas organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher, gênero, trabalho.

INTRODUÇÃO

Rocha-Coutinho (2003) nos proporciona uma visão geral do arranjo familiar na época do Brasil Colonial. De acordo com a autora, o estereótipo comum da família patriarcal brasileira existia o pater famílias que era autoritário e rodeado de escravas concubinas e dominava tudo: a economia, a política, seus parentes e agregados, seus filhos e sua esposa submissa.

No entanto, é importante ressaltar que não só existiram mulheres submissas nessa época. Houve também várias matriarcas que por

ausência ou fraqueza do pai ou do marido tiveram que gerir fazendas e dirigir a política partidária sozinhas e de forma bem sucedida (Freyre, 1951 In Rocha-Coutinho, 2003). Mas a atuação dessas matriarcas em nada modificou a sociedade patriarcal brasileira. Isto porque a atuação dessas mulheres era a de patriarcas, suas formas de domínio eram masculinas e não femininas. Elas acabavam, então, reproduzindo o modelo masculino de gestão, reforçando ainda mais a patriarcalidade. Nas palavras de Gilberto Freyre:

(...) houve matriarcas no Brasil patriarcal apenas como equivalentes de patriarcas, isto é, considerando-se matriarcas aquelas mulheres que, por ausência ou fraqueza do pai ou do marido, e dando expansão a predisposições, ou características masculinóides de personalidade, foram às vezes os 'homens de suas casas' (Freyre, 1951, p. 86 In Rocha-Coutinho, 2003, p.68)

Embora tenham existido diversas matriarcas, o estereótipo de mulher mais comum era o da "muito boa, muito generosa, muito devota" (p.69). Aquela, como assinala Rocha-Coutinho (2003), companheira de

sofrimentos e experiências de opressão dos filhos, pessoa em quem vários deles buscavam refúgio e consolo em seu temor e terror ao pai patriarcal. Assim, a característica desse período foi a santificação da mulher brasileira e sua permanência no interior da casa, junto aos seus filhos, familiares, escravos e agregados.

De acordo com Bruschini (2007), as últimas décadas do século XX foram marcadas por importantes transformações demográficas, culturais e sociais que influenciaram fortemente o aumento do trabalho feminino: a queda da taxa de fecundidade¹, uma maior expectativa de vida ao nascer para as mulheres² e o crescimento acentuado de arranjos familiares chefiados por mulheres são os acontecimentos que merecem maior destaque.

O gênero, nesse sentido, deve ser entendido como constituinte da identidade dos sujeitos. Com esse novo perfil de trabalhadoras foi surgindo uma nova identidade feminina que é marcada pela divisão da mulher entre o trabalho e a família. As mulheres conseguiram se emancipar profissionalmente e tornaram-se independentes financeiramente. Mas, Rocha-Coutinho (2003), baseada em suas pesquisas relativas ao tema, nos diz que é na interseção carreira-família que vão se configurar os maiores impasses enfrentados interna e externamente por grande parte das mulheres de classe média em seu percurso singular de atuação nos mundos público e privado. Bruschini (2007) resume bem essa questão:

Entretanto, apesar de todas essas mudanças, muita coisa continua igual: as mulheres permanecem como as principais responsáveis pelas atividades domésticas e cuidados com os filhos e demais familiares, o que representa uma sobrecarga para aquelas que também realizam atividades econômicas. (p. 571)

A combinação dessas duas esferas tem gerado um conflito relevante no ambiente de trabalho. Segundo Rocha-Coutinho (2003), a mulher atual parece ainda oscilar muito entre os dois modelos femininos a que esteve exposta: a “boa” mãe, que sobrepõe a família a qualquer outra atividade, e a profissional, competente e independente. Por isso, essa autora nos traz a idéia de uma “identidade fragmentada” vivenciada pelas mulheres atuais.

Sendo assim, torna-se urgente que as empresas e mais especifica-

mente os gestores de pessoas, sejam eles psicólogos ou administradores, voltem seus olhares preventivos e interventivos para esse sofrimento tão atual e tão forte que tem afetado esses “novos” funcionários. E, para que isso aconteça de forma mais consistente e efetiva, é de fundamental importância conhecer as consequências que esse conflito tem gerado nas mulheres dentro do seu contexto de trabalho.

METODOLOGIA

A pesquisa de campo contou com uma amostra de 10 mulheres que trabalham, todas em cargo de chefia, pertencentes à classe média, e com filhos entre 0 a 13 anos. Essas mulheres foram entrevistadas em seus locais de trabalho e todas as entrevistas foram semi-estruturadas.

DISCUSSÃO TEÓRICA

· Identidade Fragmentada

O sentimento de divisão nas mulheres entrevistadas é especialmente marcante e encontrado em todas as falas, seja de modo explícito ou não, como no caso da entrevistada L.:

“Ah, a gente se sente dividida, né? Angustiado... [pausa] acho que é essa a palavra, angústia... uma divisão mesmo, a gente sofre mas tem que levantar a cabeça e enfrentar. Não dá pra parar. Não dá pra também ficar remoendo essas angústias se não você não segue em frente.”

· Sentimento de Completude

Pudemos concluir que hoje a mulher não se sente mais completa apenas com a maternidade. A vida profissional constituiu-se como outro lado da vida, gerando assim um sentimento de completude. Ter uma profissão não aparece na fala das entrevistadas como mais uma opção de vida adulta, mas, antes, como constituinte de uma nova identidade feminina. Mesmo com todo o desgaste físico e emocional que gera articular o mundo do trabalho com o do cuidado dos filhos, as mulheres se mantêm ligadas ao trabalho porque este funciona como uma fonte de prazer que as torna mulheres, não apenas mães.

· Rede de Apoio

A rede de apoio foi citada por todas as mulheres como essenciais no êxito dessa conciliação. É composta, principalmente, pelos avós. São eles que ficam com as crianças enquanto a mãe está trabalhando. Também faz parte desse rede a escola/hotelzinho e a babá. Essas são peças fundamentais no cotidiano das mulheres-profissionais. Um dado que conside-

ramos bastante interessante, encontrado no discurso das entrevistas, foi o fato da presença da chefia nessa rede de apoio, como nos traz L.:

“Mas eu contei muito com o apoio dos chefes que pelo fato de eu sempre demonstrar uma responsabilidade, interesse, uma preocupação com o andamento do trabalho, nos momentos que eu precisei me dedicar à família, aos filhos, eu pude contar com eles”.

· Momentos-Chave com os filhos

A partir da análise das entrevistas, percebemos esses momentos como aqueles em que as mulheres, mesmo não dedicando o tempo que gostaria aos seus filhos, podem sentir que ainda são mães de fato. Caso alguém tire esses momentos do cotidiano com seus filhos, a culpa certamente aumentaria.

“...eu tento compensar... Eu consigo colocar ela pra dormir e é um momento de muita intimidade que eu gosto de preservar.” (M., 1 filho)

“Eu acordo ele, e a gente vivencia isso e é muito forte... Final de semana a gente procura tá sempre muito junto...” (V., 2 filhos)

· Atuação Paterna

Parece que nosso passado patriarcal ainda está vivo em nossos inconscientes, fazendo com que toda a responsabilidade ainda recaia sobre a mulher. Desse modo, os homens/pais se mantêm ainda no papel de provedor.

Algo que nos chamou a atenção foi o fato do pai ser, ao mesmo tempo, um ajudador e divisor. Ele ajuda a mulher em casa com os filhos, faz alguma atividade doméstica, mas funciona também como mais um que cobrará a atenção dessa mulher. A entrevistada E. nos chama a atenção quando diz que

“...era um suporte de presença já que eu não estava, aí pelo menos ele estava presente, né? Conversava... [com as crianças] (...) Mas ao mesmo tempo era um divisor. Esse é o grande conflito. Porque ao mesmo tempo que divide e ajuda a estrutura, a conciliar essa vida profissional com familiar é uma pessoa que também exige tua atenção, que te tira dos teus filhos, né? Então, funciona também como um divisor em determinados momentos”

· Maternidade Facilitando a Atuação Profissional

Esse foi o dado que mais nos chamou a atenção, pois muda o cenário de

¹Ver em Revista ETHOS o gráfico: “número de filhos por mulher caiu”, p. 19) ²Ver em Revista ETHOS o gráfico: “domicílios chefiados por mulheres”, p. 27)



FIRED FROM THE CHARGE OF MOTHER: THE IMPACTS ON THE PROFESSIONAL LIVES OF WOMEN FACING THE DILEMMA OF PROFESSION AND FAMILY LIFE

Paloma Pereira de Almeida* e Eduardo de Aquino Fonseca**

ABSTRACT: The woman managed to free themselves professionally, but still with all the responsibility on the home and caring for children. This dichotomy creates a new female identity that seeks excellence in all areas of your life and that is characterized by greater fragmentation. The new context has generated a female suffering that reaches your workspace and it is up to managers, whether psychologists or administrators, so pay attention to preventive and interventional those employees who have grown up in companies occupying, including management positions. This article presents the results of a study investigating the impacts on the life of women in this context, seeking to understand their strategies for reconciliation with the public and private worlds. The results generally point to the fact that despite all the work and juggling adopted by these women, life occupies an area so important in their lives as motherhood: no longer enough to just be mom feel is satisfied. This new look brings important consequences for family life and contemporary data relevant for managers of people working in organizations.

KEYWORDS: Woman, mother, gender, work.

INTRODUCTION

Rocha-Coutinho (2003) gives us an overview of the living arrangements at the time of colonial Brazil. According to the author, the common stereotype of the patriarchal family there was the Brazilian who was authoritarian paterfamilias surrounded by slaves and concubines, dominated everything: the economy, politics, family, and household, his children and his submissive wife.

However, it is important to note that not only submissive women existed at that time. There were also several matriarchs that by absence or weakness of the father or husband

had to manage farms and direct partisan politics alone and so successful (Freyre, 1951 In Rocha-Coutinho, 2003). But the performance of these matriarchs nothing changed in the Brazilian patriarchal society. This is because the actions of these women were that of patriarchs, its forms of domination were male and not female. They had just then playing the male model management, further reinforcing the patriarchality. In the words of Gilberto Freyre:

[...]matriarchs were in Brazil patriarchal, just as equivalent patriarchs, i.e. considering matriarchs those women who,

by the absence or weakness of the father or husband, and giving the expansion predispositions, personality or male characteristic were sometimes men of their homes. (Freyre, 1951, p. 86 In Rocha-Coutinho, 2003, p.68)

Although there have been several matriarchs, the most common stereotype of women was the "very good, very generous, very devout" (p. 69). That, as pointed Rocha-Coutinho (2003), companion experiences of oppression and suffering of children, a person with several of them sought refuge and solace in their fear and

terror to the patriarchal father. Thus, the characteristic of this period was the sanctification of the Brazilian woman and her stay inside the house, with her children, family, and household slaves.

According to Bruschini (2007), the last decades of the twentieth century were marked by important demographic, cultural and social factors that strongly influenced the increase of female labor: the fall in the fertility rate, a higher life expectancy at birth for women and the rapid growth of female-headed family arrangements are the events that deserve greater emphasis.

The genre, in this sense, should be understood as a constituent of the identity of the subjects. With this new profile of workers has emerged a new female identity that is marked by women's division between work and family. The women were able to emancipate themselves professionally become financially independent. But Rocha-Coutinho (2003), based on his research on the subject, tells us that the intersection is career-family that will set up the biggest dilemmas faced internally and externally by most middle-class women in their unique journey performance in the public and private worlds. Bruschini (2007) sums up this issue:

"However, despite all these changes, much remains the same: women remain the primary responsibility for housework and child care and other family members, which represents a burden for those who also perform economic activities." (p.571)

The combination of these two spheres has generated a significant conflict in the workplace. According to Rocha-Coutinho (2003), the modern woman seems very still oscillate between the two female models to which he was exposed: the "good" mother, that overrides any other family activity, and professional, competent and independent. Therefore, this author brings the idea of a "fragmented identity" experienced by women today.

Therefore, it is urgent that companies and more specifically the managers of people, be they psychologists or administrators, their gazes back to preventive and interventional this suffering so current and so strong that it has affected these "new" employees. And for that to happen more consistently and effectively, is of fundamental importance to know the consequences that this has generated

conflict on women within the context of their work.

METHODOLOGY

The field research involved a sample of 10 women working, all in management positions, belonging to the middle class, and with children between 0-13 years. These women were interviewed in their workplaces and all interviews were semi-structured.

THEORETICAL ARGUMENTS

Fragmented identity

The sense of division in the women interviewed is especially striking and found in every speech, whether explicitly or not, as in the case of the interviewee L.:

"We feel partitioned, you know? Anguished... [pause] I think that's the word, anguish ... partitioned indeed, we suffer but it's necessary to keep our heads up high and face it. We need to go on. We can't live anguished, otherwise we couldn't move on."

Feeling of Fullness

We can conclude that today's woman no longer feels complete only with motherhood. Working life was constituted as another side of life, thus creating a feeling of completeness. Having a job does not appear in the speech of the interviewees as another option to adulthood, but rather as a component of a new female identity. Even with all the physical and emotional exhaustion that generates articulate the world of work with the care of children; women remain connected to work because it acts as a source of pleasure that makes women, not just mothers.

Network support

The support network was cited by all women as essential to the success of this reconciliation. It is composed mainly by grandparents. They are staying with the children while the mother is working. Also, it's part of this network the school / kindergarten and babysitters. These are fundamental in everyday professional women. A very interesting fact can be found in one of the interviewed L.:

"But I counted much on the support of my bosses. Maybe because I always demonstrate a liability, interest, and concern for the progress of the work, whenever I needed to devote myself to my family, children, I could count on them".

· Key moments with children
From the analysis of the interviews, we realize the referring moments as those in which women, not devoting the time as they would like to their children, may feel that they are still mothers. If anyone takes these moments away from their children, the guilt would certainly increase.

"...I try to compensate ... at least I can put her to sleep and it is a moment of great intimacy that I certainly like to preserve." (M., mother of one child)

"I gentle wake him up, and we live that, and it's very strong moment ... At weekends, we always try to be together..." (V., mother of two children)

Father's Role

It seems that our patriarchal past is still alive in our unconscious, causing all responsibility still falls on the woman. Thus, men / fathers still remain in the role of provider. Something that caught our attention was the fact that the father be at the same time, a helper and splitter. It helps the woman at home with the children, do some domestic activity, but also acts as an additional charge to the attention of this woman. The interviewee E. calls our attention when he says that:

"... He was a presence support since I could not be there, then at least he was there, right? He talked ... [with the children] (...) But at the same time he was a divisor. This is the great conflict. Because while it divides and help the structure, to reconcile this with family life is a person who also requires your attention, that takes you away from your children, right? Then, also acts as a divider at certain times".

· Maternity Facilitating Professional Practice

This was the data that mostly called our attention, because it changes the scenario disadvantage of women with children under professional. From formal general, women who have children is seen as someone who will have a lower yield compared to a male employee. Such as the "automatic liability", as we shall see, changes the game in favor of these women:

"My son does not stop me from being a good professional, on the contrary, he motivates me to be better at work, because the responsibility of having a child creates, directly, to have a stable situation. How can I give him a better quality of life if don't work? The child

¹See the chart on ETHOS Magazine: "número de filhos por mulher caiu", p. 19) ²See the chart on ETHOS Magazine: "domicílios chefiados por mulheres", p. 27)



brings to the mother an automatic responsibility. I was far less concerned about having a job before than I am now that I have a son. Before, I usually managed on my own..." (C., mother of one child).

• **Unfavorable Organizational Culture**

The influence that organizational culture has on its staff affects not only the professional space, but also their daily lives outside of the company, thus constituting an organizational climate that is not favorable. This view is clearly perceived by these women and this directly affects their income and job satisfaction, making even with an item that is crucial in choosing the company you want to work, as the interviewee brings V., mother of two children:

"...your boss doesn't want to know if your kid had hidden your keys. If you didn't take care of them, you deal with it. He just doesn't want to know, he wants you to do your job, to be punctual, and to produce. (...) Not so long ago I worked in a determined company, before I come to work in here, and that was one of the reasons that made me leave the other job, because the pressure was high and my boss didn't think about my family life. (...) Before I was afraid to negotiate and lose my place".

• **Strategies / Organizational Interventions**

The strategies have been suggested based on the demand of the women themselves. Simple strategies, but that would facilitate their daily life.

- **Awareness work with the manages:** It would be a work of rescue of family life with business managers. As already said, the heads can be part of the support network of women, and for that to happen, we need to discard the image that women with children are less competent and become more flexible regarding working hours. It would be important to work well with the organizational culture, make it more egalitarian. Thus, the company became a partner of that woman conciliation and many would not fail to work because of the children.

- **Home-Office/Flexible Schedule:** The biggest complaint of women working is the issue of workload. Greater flexibility or even the Home-Office (work at home), would greatly facilitate the daily lives of these women.

- **Kindergarten funded by the company / Partnerships with schools:**

A partnership with schools and / or kindergarten facilitates the daily lives of women in the financial field and also in relation to school transport.

- **Office-Boy service to workers:** Every time is precious and should not be worn in banks or other spaces that make women lose very little of their time devoted to their children. Thus, a service offered by the Office-boy companies could contribute to the increase of time with their children.

- **Entertainers for vacation period:** The vacations are the cause for great concern for mothers, often the mother's vacation does not coincide with the vacation of children. Therefore, it would be interesting to hire entertainers in this period since that is when the children are in full time indoors, and thus the charges of lack of time increases.

REFERENCES

BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha. Trabalho e Gênero no Brasil nos Últimos Dez Anos. Cadernos de Pesquisa, v. 37, n. 132, p. 537-572, set/dez 2007.
 ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. O papel de homens e mulheres na família: podemos falar em reestruturação? Psicologia Clínica, Rio de Janeiro, v.15, n.02, p.93-107, 2003.

* Psychologist, Master in Psychology at Universidade Federal de Pernambuco and Human Resources Manager. Postgraduate Professor.
 ** Psychologist and Master in Psychology at Universidade Federal de Pernambuco. Postgraduate Professor at Faculdade Frassinetti do Recife - FAFIRE. Coordinator at Núcleo de Pesquisa e Iniciação Científica da FAFIRE - NUPIC.



ZONA DA MATA NORTE DE PERNAMBUCO FUTURO POLO LOGÍSTICO DO ESTADO

Fabiane Veras*, José Geraldo Wanderley Neto** e Thiago Barrozo Leandro Wanderley***

RESUMO: A economia brasileira como um todo vem passando por um crescimento acelerado em seus diversos segmentos, trazendo desenvolvimento socioeconômico e ambiental, que deve ser o legado desta década para as demais. Focando na Região Nordeste, hoje considerada a “menina dos olhos” da economia brasileira e de diversas empresas nacionais e internacionais, se pode visualizar o quão distante esteve este movimento (crescimento da economia) nas últimas décadas, e por que não falar, desde sempre. A necessidade iminente de investimentos em infraestrutura, desenvolvimento de mão de obra qualificada e outras áreas sociais e ambientais talvez devesse frear o crescimento da região, porém vemos que a necessidade trouxe investidores públicos e privados de todo o globo acreditando na capacidade de retorno financeiro e otimização de suas operações na Região Nordeste do Brasil. A entrada da FIAT neste cenário, implantando uma unidade no município de Goiana, Zona da Mata Norte de Pernambuco, evidencia ainda mais estas necessidades, pois tomando por base o histórico de sua “irmã”, a cidade de Ipojuca, buscará tal desenvolvimento corrigindo ao mesmo tempo as falhas tentando reduzir ao máximo o gap e trazendo resultados mais expressivos e rápidos. Trazemos neste estudo uma visão sobre as estruturas de condomínios logísticos nesta nova região. Se levarmos em consideração o tempo que levou para a consolidação deste segmento na área de SUAPE e a velocidade com que vem sendo erguida naquela região, certamente os que buscam investir neste negócio na região da Zona da Mata Norte precisarão ser mais ágeis e empreendedores, dada a imensa demanda.

PALAVRAS-CHAVE: Plataformas logísticas; Condomínios Logísticos; Zona da Mata Norte de Pernambuco; Transportes; Estratégias.

INTRODUÇÃO

Com a globalização, torna-se necessário desenvolver um diferencial entre as empresas para manter a competitividade no mercado, buscando novas posturas, novas tecnologias e novos processos organizacionais. As empresas devem procurar serviços no momento e no local desejado, através de um eficaz gerenciamento dos seus produtos em estoque. Desta forma, as metodologias de condomínios logísticos, aliados às novas tecnologias de sistemas de informação, têm

como objetivo desenvolver controles eficientes e eficazes sob as atividades de entrada, estocagem, manipulação e distribuição dos produtos. Nesse sentido, a gestão da logística se torna fundamental e estrategicamente importante para o crescimento de Pernambuco, principalmente nas áreas de Suape e abrangendo no município de Goiana e Região do Litoral Norte.

Portanto, o presente estudo foi concebido a partir da análise de empreendimentos como a FIAT,

empresas farmacológicas, entre outras e discorre sobre a necessidade de instalação de condomínios logísticos para suporte a estes empreendimentos que serão instalados no município de Goiana.

Com a grande demanda de investimentos na região de Suape, identifica-se o início da superlotação na estrutura do local. Já é notória a necessidade de uma nova área de investimentos para abrigar a demanda que excede os municípios da Zona da Mata Sul.

Devido à superlotação na região de Suape, acontece ausência de estrutura física para elaboração de novos projetos estrangeiros, facilitando grande migração de mão de obra das empresas e, consequentemente, causando alerta para as autoridades do Estado de Pernambuco. Exemplo disto é a transferência da planta industrial da Fiat do Cabo de Santo Agostinho para o município de Goiana.

São inúmeras possibilidades geradas dentro deste projeto de expansão, trazendo melhoria na qualidade de vida da região, desenvolvimento e capacitação de mão de obra local, infraestrutura viária, além da potencialização nos outros setores como o turístico, serviços e comercial na região.

Com isso, buscam-se as oportunidades na área que abrange as cidades de Ilha de Itamaracá, Itapissuma, Igarassu e Goiana. Municípios anteriormente voltados à cultura da cana-de-açúcar, porém com uma pequena estrutura industrial precisam se preparar (e sua população) para este novo momento econômico no Estado de Pernambuco.

Com base no exposto acima, este artigo teve como objetivo geral: buscar alternativa à descentralização de investimentos logísticos da região de Suape, tratando o litoral norte e cidades ligadas como região de grande potencial de desenvolvimento econômico e logístico nos seus diversos fatores como o farmacológico e o automotivo. E objetivos específicos: 1) Identificar principais causas da locomoção; 2) Analisar a sugestão de uma nova estrutura logística de apoio à indústria automotiva, com foco numa maior eficiência nos processos logísticos.

PLANEJAMENTO LOGÍSTICO NA REGIÃO

Devido à necessidade de desafogar o fluxo urbano dos grandes centros, surgiu no Brasil, na década de 90, notadamente em São Paulo, um número de Condomínios Logísticos que buscava contornar o problema do tráfego de veículos na capital. A partir daquele momento, os polos produtivos passaram a migrar com mais frequência para longe dos grandes centros urbanos.

Até 2003, os investimentos em condomínios logísticos eram capitalizados em grande parte por Pessoas Físicas. Em 2004, este mercado desacelerou e em meados de 2006 tornou a registrar aquecimento. Mas foi a

partir de 2008, atrelado à crise econômica e quando o Brasil passou a fazer parte de um seleto grupo de países prósperos a investimentos, que houve uma explosão no mercado imobiliário voltado a este segmento. Uma quantidade sem precedentes de condomínios logísticos espalharam-se pelo Brasil para atender as empresas que buscam soluções para aperfeiçoar suas operações.

Conforme ainda com a Revista Logística¹, esses espaços são dotados de tecnologia de ponta e utilizam as mais modernas operações visando a melhor utilização de seus recursos (como reutilização da água das chuvas para irrigação, sanitários, utilização de fontes alternativas de energia, represamento de água das chuvas evitando assim alagamentos nos locais onde estão instalados) e mantendo espaço disponível para futuras ampliações. Todo este escopo ainda pode trazer um “selo verde” para o condomínio que acaba “selando” também seus clientes.

Já a jornalista Martha Furtado, da Revista Intra Logística, diz que este fenômeno aportou em Pernambuco muito recentemente. Com a explosão econômica de Suape, atrelado a várias empresas que “ancoraram” no estado, ficou mais que explícita a necessidade da implantação deste tipo de negócio na região. Por volta de 2010, começou a tomar corpo o erguimento de condomínios logísticos, principalmente no município do Cabo de Santo Agostinho, novamente voltado à estratégia de “fugir dos grandes centros”. Áreas imensas onde antigamente predominavam a cultura da cana de açúcar agora deram lugar às máquinas, pessoas, estruturas, armazéns metálicos, blocos de concreto, etc. Este é o cenário, talvez mais claro da virada econômica da região.

Voltando para a Região do Litoral Norte de Pernambuco, também conseguimos identificar estes cenários. Por exemplo, as antigas fábricas da cidade do Paulista, às margens da rodovia PE-15, em Abreu e Lima, um “recente” polo industrial, ainda com espaços e processos logísticos a desenvolver, assim como o bairro de Paratibe com suas antigas fábricas têxteis, alimentícias que hoje abrigam empresas de diversos segmentos em suas estruturas.

A região que abrigará o polo automotivo do estado, também possui cenário semelhante ao do seu par no Sul, porém com áreas muito maiores e bem menos densas. Terrenos enormes, onde também

predominavam a cultura da cana, já estão sendo exploradas por investidores de diversas regiões e poder financeiro buscando a melhor localização de seus empreendimentos que mudarão para sempre a economia e consequentemente a cultura das cidades que abrigarão os condomínios logísticos no Litoral Sul. Segundo Ronald H. Ballou (2006, p. 398), diz que:

Planejar o projeto das instalações envolve principalmente as decisões de longo prazo necessárias para estabelecer uma eficiente estocagem temporária dos produtos e fluxo dos produtos na estrutura. Decisões desse tipo exigem um elevado investimento de capital que compromete a empresa com um projeto para muitos anos. No entanto, um cuidado planejamento do projeto pode igualmente representar muitos anos de eficiente operação.

E para as cidades que contemplam tal área, é, sem dúvida, uma grande oportunidade de se desenvolverem econômica, social e ecologicamente. Não apenas o setor logístico/industrial sofrerá a metamorfose iminente, mas até mesmo o comércio de cidades como Paulista e Abreu e Lima, serviços do município de Itapissuma e os atrativos turísticos de Igarassu e Ilha de Itamaracá sofrerão interferências positivas deste processo. Desde que sejam respeitadas e não repetidas as falhas supracitadas em Suape.

É lícito tratar com atenção essa revolução de condomínios logísticos que surgem no Brasil e que têm chegado cada vez mais ao estado de Pernambuco. A facilidade de locação desse tipo de serviço está tornando a logística em si bem mais eficiente e eficaz em sua produção.

VANTAGENS COMPETITIVAS PARA AS ORGANIZAÇÕES COM A UTILIZAÇÃO DE PLATAFORMAS OU CONDOMÍNIOS LOGÍSTICOS

Existem inúmeras vantagens para as empresas que se instalam em condomínios logísticos. De acordo com Duarte (2004), referente ainda ao artigo de Desenvolvimento de Plataformas Logísticas:

Com modificações como estas apresentadas, a região passa a oferecer vantagens diante de outras regiões e mercados, proporcionados flexibilidade e rapidez na prestação de serviços e consequentemente minimização de custos logísticos, valorizando os serviços e os investimentos locais e proporcionando o desenvolvimento

¹ Cf - Radical Energia in Revista Logística. Aumento da demanda por condomínios logísticos. Disponível no site: <http://www.racional.com/pdf/220.pdf> Acessado em: 05 de jul. de 2012

de vantagens competitivas, responsáveis pelo desenvolvimento regional, ampliação e divulgação da cultura local e geração de recursos para a região.

A estrutura “terceirizada” permite as empresas armazenadas uma otimização de seu tempo e capital para focar no seu nicho de serviço/produto, deixando questões como área comum, manutenção, segurança, controles internos e tributação para quem controla o condomínio, assim estas responsabilidades não caem sobre os ombros dos clientes alocados nestas áreas.

Além disto, questões de redução de custo também são levadas em consideração. Como não precisarão arcar com contratos de segurança, coleta de detritos, ambientação, manutenção da área comum (calçadas, pavimentação, canalização de águas pluviais) sobrarão mais recursos para a utilização em outros setores da empresa. Mesmo as empresas que prestam serviços a quem utiliza os serviços dos condomínios logísticos são potenciais beneficiados. A empresa de transportes, por exemplo, que trabalham para diferentes clientes de um mesmo condomínio, otimizam tempo, já que o deslocamento torna-se unívoco, mesmo atendendo a mais de um cliente, economizando combustível, manutenção de veículos, simplificando buscas por endereços, etc. Há ainda a possibilidade de aperfeiçoar estratégias, além da ampliação da área de cobertura.

A parte de tributação também há de ser considerada, uma vez que impostos incidentes sobre a utilização de terreno entre outros é arcada com a administradora do condomínio, sendo assim, seus clientes não precisam se preocupar com este tipo de burocracia.

Naturalmente, o fato de estar armazenado num condomínio logístico barateia muito as operações dos condôminos, dependendo da especificidade do negócio. Digamos que uma empresa de cosméticos a nível mundial precise escoar seus produtos em determinada região e não tem a necessidade de possuir uma área própria para isto, precisando apenas de um ponto para armazenamento e distribuição. Neste caso, o mais interessante é locar uma quantidade de metros quadrados suficiente para operar sua estratégia, pagando um preço combinado por determinado período de tempo. Isto já é suficiente para que tal empresa estoque seus produtos, desenvolva suas estratégias de distribuição e solicite a seus fornecedores seus serviços em local

determinado. Eis a ideia dos condomínios logísticos.

Depois de cumprido este período de contrato, dependendo da estratégia da empresa, há a perfeita possibilidade de migração para outra região sem a necessidade de preocupação com o “peso morto” deixado na sua estrutura, nem com qualquer tipo de acordo comercial com a área ou tributações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como base uma grande proposta para a instalação de Plataformas Logísticas, com o crescimento notório de Suape, na região do Litoral Norte, como forma descentralização das grandes empresas de logística que estão instaladas e ou em vias de instalação no Estado. Transformando o município de Goiana junto aos municípios vizinhos como Abreu e Lima, Itapissuma, Igarassu e Itamaracá em um novo polo logístico do Estado, proporcionando novos postos de empregos para a população. Em contrapartida, o estado vizinho, a Paraíba, busca crescimento no que se diz a respeito à empregabilidade, turismo e ao seu cartão postal. Some-se a isso o ótimo estado em que se encontram avenidas e BR's, fator favorável às atividades logísticas.

Este estudo enfatiza a importância do município Goiana, Pernambuco, que se tornará uma região de grande valia para o Nordeste e para o Brasil com a instalação de grandes empresas do setor automotivo acarretando assim o surgimento de novas empresas de logística, inicialmente em estruturas de condomínios e futuramente formando uma Plataforma Logística, visando atender a demanda do setor Automotivo que será base do desenvolvimento econômico da região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimento Logístico Empresarial. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

_____. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo. Atlas. 2006

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Fiat aceita transferir fábrica para Goiana. Pernambuco, 2011. V. 1. Disponível no site: <http://www.dpnet.com.br/nota.asp?materia=20110707124306>. Acesso em: 30 jun. 2011.

FLEURRY, Paulo Fernando. Logística

empresarial: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2009.

ESPECIAL DIÁRIO DE PERNAMBUCO: De Suape a Goiana. Diário de Pernambuco, Recife, p.1, 22 de mai. 2012.

SANTO, Andrea Espírito Santo. Condomínios Logísticos: resistentes à crise. P. 40 _51, nº 29, Revista Mundo Logística. Curitiba-PR: Ed. Mundo, 2012.

Intra Logística: Movimentação e Armazenagem de Materiais. Sucesso absoluto. Disponível no Site: <http://www.imam.com.br/revistaintralogistica/edicao250/condominios-logisticos-cada-vez-mais-atraentes>. Acessado em: 05 de jul. de 2012.

Radical Energia. Revista Logística. Aumento da demanda por condomínios logísticos. Disponível no site: em: 05 de jul. de 2012. [PDF].

DUARTE, P. C. (2004) – Desenvolvimento de um mapa estratégico para apoiar a implantação de uma Plataforma Logística. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Porto Alegre.

*Professora do curso de Pós-graduação das disciplinas de Análise de Incoterms e Logística Portuária. E-mail: fabiane.veras@ibest.com.br
**Aluno da Pós-graduação em Logística e Comércio Exterior da Faculdade IBGM. E-mail: jose.wanderley@casacivil.pe.gov.br
***Aluno da Pós-graduação em Logística e Comércio Exterior da Faculdade IBGM. E-mail: barrozo.t@gmail.com



ZONA DA MATA NORTE DE PERNAMBUCO FUTURE STATE OF LOGISTICS POLO

Fabiane Veras*, José Geraldo Wanderley Neto** e Thiago Barrozo Leandro Wanderley***

ABSTRACT: The Brazilian economy has experienced rapid growth in its various segments, bringing socio-economic development and environmental, that must be the legacy of this decade to the other. Focusing on the northeast, now considered the "apple of the eye" of the Brazilian economy and several national and international companies, you can see how far was this movement (economic growth) in recent decades, and why not talk, ever. The imminent need for investments in infrastructure, development of skilled labor and other social and environmental areas should perhaps stop the growth of the region, but we see the need to bring public and private investors around the globe believe in the ability of financial return and optimization its operations in the Northeast region of Brazil. The entry of FIAT in this scenario, implementing a manufacturing unit of its vehicles in the city of Goiás, the North Forest Zone of Pernambuco, further highlights these needs as building on the history of his "sister", the city of Ipojuca, seek such development while correcting the flaws trying to minimizing the gap and bringing more significant results and fast. This study bring insight into the structures of logistics condominiums in this new region. If we take into account the time it took for the consolidation of this segment in the area SUAPE and speed that has been erected in the area, certainly those who seek to invest in this business in the Zona da Mata Norte need to be more nimble and entrepreneurial and since demand is immense.

KEYWORDS: Logistics platforms; Condos Logistics; Northern Zona da Mata of Pernambuco; Transport; Strategies.

INTRODUCTION

With globalization, it becomes necessary to develop a differential among the companies to remain competitive in the market, seeking new positions, new technologies and new processes. Companies should seek services at the time and in the desired location, through an effective management of their products in stock. Thus, the methodologies of condominiums logistics, allied to new technologies of information systems, aim to develop efficient and effective controls on the activities of input, storage, handling and distribution of products. In this sense, logistics man-

agement makes key and strategically important for the growth of Pernambuco mainly in the areas of Suape, covering the city of Goiás and the North Coast Region.

Therefore, this study was designed based on the analysis of projects as FIAT, and manufacturers together, and among others, discusses the need for installation of condominiums logistical support for these projects to be installed in the city of Goiás.

With the great demand for investment in the region of Suape, identifies the beginning of overcrowding in the site structure. It is evident the need for a

new area of investment demand for housing exceeds that municipalities Zona da Mata Sul Due to overcrowding in the region of Suape happens absence of physical infrastructure for development of new foreign projects, great migration of manpower companies. Cause to alert the authorities of the State of Pernambuco. An example is the transfer of the industrial plant of Fiat Cape St. Augustine for the city of Goiás.

There are countless possibilities generated within this expansion project, bringing improvement in the quality of life of the region, development and training of local manpower,

road infrastructure beyond potentiation in other sectors such as tourism, services and trade in the region.

With that, the opportunities are sought in the area encompassing the cities of Itamaracá, Itapissuma, Igarassu and Goiás. Municipalities, previously focused on the culture of sugar cane, but with a small industrial structure need to prepare (and its population) for this new economy in the state of Pernambuco.

Based on the above this article aimed to: Find alternative to decentralization of logistical investment of Suape region, treating the northern coast and cities linked as a region with great potential for economic development and logistics in its various factors, such as: chemistry, pharmacy and automotive. And specific objectives: 1) Identify the main causes of locomotion, 2) Analyze the suggestion of a new logistical structure to support the automotive industry, with a focus on greater efficiency in logistics processes.

LOGISTIC PLANNING REGION

Because of the need to vent the flow of large urban centers emerged in Brazil in the 90s, especially in São Paulo a number of charges Logistic seeking to circumvent the problem of vehicular traffic in the capital. From that moment the production centers began to move more frequently away from large urban centers.

By 2003 investments in logistics condominiums were capitalized largely by Individuals in 2004 this market has slowed, and in mid-2006 has a heating register. But it was from 2008, linked to the economic crisis and when Brazil became part of a select group of countries prosperous investments there was an explosion in the housing market back to this segment. An unprecedented amount of logistics condominiums spread throughout Brazil to meet companies seeking solutions to improve their operations.

As yet Logistics Magazine with these spaces are endowed with the latest technology and use the latest operations to the best use of their resources (such as reuse of rainwater for irrigation, toilets, use of alternative energy sources, impoundment of water avoiding flooding rains in places where they are installed) and keeping space available for future expansion. All this scope can still bring a "green label" for the condo that just "sealing" also its customers.

Already a journalist Martha Furtado of Intra Logistics Magazine, says that this phenomenon recently arrived in Pernambuco. With the economic boom of Suape, linked to several companies that "anchored" in the state, which became more explicit the need for the implementation of this type of business in the region. Around 2010, began to take shape the erection of logistics condominiums, mainly in the city of Cabo de Santo Agostinho, again returned to the strategy of "getting away from major centers." Huge areas where formerly predominant culture of sugarcane now gave way to machines, people, structures, metal structures, concrete blocks, etc.. This is the scenario, perhaps the clearest facing economic region.

Returning to the North Coast Region of Pernambuco, also managed to identify these scenarios. For example, the old factories in the city of São Paulo, on the banks of the PE-15 highway in Abreu e Lima a 'recent' industrial hub, even with spaces and logistics processes to develop the neighborhood Paratibe with their old textile mills, food which today house various enterprises in their structures.

The region that will house the automotive hub of the state, also has similar scenario to that of your partner in the South, but with much larger areas and less dense. Huge land, which also dominated the sugarcane crop, are already being exploited by investors from different regions and financial power seeking the best location for your endeavors that will forever change the economy and consequently the culture of the cities that will house the logistics condominiums in South Coast . According to Ronald H. Ballou (2006, p. 398), says that:

Plan the project facilities primarily involve the long-term decisions necessary to establish an efficient temporary storage of products and product flow in the structure. Such decisions require a high capital investment which commits the company to a project for many years. However, a careful planning of the project can also represent many years of efficient operation.

And for cities that contemplate such area is undoubtedly a great opportunity to develop economically, socially and ecologically. Not just the logistics sector / industry will suffer imminent metamorphosis, but even the trade in cities like São Paulo and Abreu e Lima, council services

Itapissuma and tourist attractions and Igarassu Island Itamaracá suffer, positive interference in this process. Since, to be respected and not repeat the failures that occurred in Suape which such aforementioned.

So, with that revolution logistics condominiums that arise in the present in Brazil and getting closer to the state of Pernambuco. The ease of renting them to be increasingly abundant and making logistic itself, much more efficient and effective in its production.

COMPETITIVE ADVANTAGES FOR ORGANIZATIONS TO USE LOGISTICS PLATFORMS OR CONDO

There are numerous advantages to companies that settle in logistics condominiums. According to Duarte (2004) also refers to Article Development of Logistics Platforms:

With these modifications as presented, the region will offer advantages over other regions and markets, provided flexibility and speed in service delivery and consequently minimizing logistics costs, enhancing services and local investment and proportionate development of competitive advantages, responsible for regional development, expansion and promotion of local culture and generation of resources for the region.

The structure "outsourced" allows companies stored an optimization of their time and capital to focus on your niche product / service, leaving issues such as common area maintenance, security, internal controls and taxation for who controls the condo, so these responsibilities not fall on the shoulders of customers allocated to these areas.

In addition, cost reduction issues are also considered. How not need to pay for security contracts, collecting debris, setting, common area maintenance (driveways, paving, channeling rainwater) spare more resources for use in other sectors of the company. Even companies that provide services to those who use the services of logistics condominiums are benefited. For example, transport companies working for different clients in the same condominium, optimize time, since the offset is one, even serving more than one customer, save fuel, maintenance of their vehicles, difficulties with addresses, etc.. Can refine their strategies even expanding its coverage area.

¹ Cf - Radical Energia in Revista Logística. Aumento da demanda por condomínios logísticos. Disponível no site: <http://www.racional.com/pdf/220.pdf> Accessed: 05 de jul. de 2012

Part of taxation must also be considered, since taxes on the use of land and other arcade is with building management, so customers do not need to worry about this kind of bureaucracy.

The fact of being stored in a condominium lot cheapens logistical operations of the joint owners, of course, depending on the nature of each business. Example, say that a cosmetic company worldwide need to drain their products in a particular region and not have the need to have a proper area for this, needing only a point to storage and distribution. In this case, the most interesting place is an amount sufficient to operate m of its strategy, paying an agreed price for a specified period of time. This is already sufficient for the company stock their products, develop their distribution strategies and request their suppliers their services at a designated place. This is the idea of the logistics condominiums.

Upon completion of this contract period, depending on the strategy of the company, may very well migrate to another region without worrying about the "dead weight" left in its structure, nor with any trade agreements with the area or taxation.

FINAL THOUGHT

This study was based, to a great proposal for the installation of Logistics Platforms, which had a huge growth in Suape, in the North Coast, as a form of decentralization large logistics companies that are installed and will be installed in the state. Transforming the city of Goiás with municipalities as neighbors: Abreu e Lima, Itapissuma, Igarassu and Itamaracá in a new logistics hub in the state and providing new job opportunities for the population. By contrast, the neighboring state as the Paraíba seeking growth in what is said about employability, tourism and your postcard city. Along with this, the state comes with great match and growth in relation to logistics, due to the avenues and BR's, which in turn is in great condition.

This study emphasizes the importance of one municipality Goiás / PE, which will become an area of great importance for the Northeast and Brazil with the installation of large automotive companies.

Taking thus the result of new logistics companies, initially in structures of condominiums and eventually forming a logistics platform, to meet the demand of the Automotive that will be the basis of the region's economic development.

REFERENCES

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimento Logístico Empresarial. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

_____. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo. Atlas. 2006

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Fiat aceita transferir fábrica para Goiana. Pernambuco, 2011. V. 1. Disponível no site: <http://www.dpnet.com.br/nota.asp?materia=20110707124306>. Acesso em: 30 jun. 2011.

FLEURRY, Paulo Fernando. Logística empresarial: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2009.

ESPECIAL DIÁRIO DE PERNAMBUCO: De Suape a Goiana. Diário de Pernambuco, Recife, p.1, 22 de mai. 2012.

SANTO, Andrea Espírito Santo. Condomínios Logísticos: resistentes à crise. P. 40 _51, nº 29, Revista Mundo Logística. Curitiba-PR: Ed. Mundo, 2012.

Intra Logística: Movimentação e Armazenagem de Materiais. Sucesso absoluto. Disponível no Site: <http://www.imam.com.br/revistaintralogistica/edicao250/condominios-logisticos-cada-vez-mais-atraentes>. Acessado em: 05 de jul. de 2012.

Radical Energia. Revista Logística. Aumento da demanda por condomínios logísticos. Disponível no site: em: 05 de jul. de 2012. [PDF].

DUARTE, P. C. (2004) – Desenvolvimento de um mapa estratégico para apoiar a implantação de uma Plataforma Logística. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Porto Alegre.

*Postgraduate Professor of Analysis Incoterms and Port Logistics. E-mail: fabiane.veras@ibest.com.br
**Having a Postgraduate in Logistics and Foreign Trade at IBGM. E-mail: jose.wanderley@casacivil.pe.gov.br
***Having a Postgraduate in Logistics and Foreign Trade at IBGM. E-mail: barrozo.t@gmail.com



TEXTO DE SAÍDA

FUTURO

O SENTIDO DO SUJEITO DO CONHECIMENTO

Klever Cavalcanti*

“Integrando a informação aos objetos do dia a dia não somente irá nos ajudar a eliminar esse abismo digital, a separação entre esses dois mundos, mas também irá nos ajudar de alguma forma a nos mantermos humanos, a estarmos mais conectados com o nosso mundo físico. E nos ajudará na verdade, a não sermos máquina sentada à frente de outras máquinas.” (Pranav Mistry)

Quando falamos de futuro, não há como evitar o pensamento da inovação. Será que temos a medida exata do que é inovar? O trabalho seminal de Schumpeter teoriza sobre o papel fundamental do progresso econômico através do progresso técnico. Schumpeter criou uma linha divisória entre dois tipos de descoberta: a invenção e a inovação, estabelecendo que a inovação se diferencia por estar vinculada a uma ganho econômico. Lembrando que inovação não é simplesmente algo novo. É algo que traz resultados para a empresa. A inovação é explorada de uma nova ideia com sucesso, resultando em grande retorno. Nesse sentido, inovação não deve ser vista somente como o desenvolvimento de um novo produto. Pode também estar vinculada a novos modelos de negócio, mercados e serviços, novas formas de gestão, ao desenvolvimento de uma marca, à criação de plataformas tecnológicas e, até mesmo, à formação de canais de distribuição.

Ano de 2013: perguntara-me se estávamos vivendo o futuro. Respondi que sim. Sempre estaremos vivendo o futuro. Nós humanos somos sempre futuro. A tecnologia e o conhecimento

são apenas uma gota na nossa vida, banhar-se desses pingos como a tecnologia e o conhecimento nos mostram quanto estamos susceptíveis às mudanças. Sentimos a necessidade de mudar sem mesmo antes saber exatamente o porquê. Atualmente, há uma necessidade de termos tudo. A tecnologia entra na nossa vida em todos os sentidos. Como saber ao certo em que ponto nós estamos, será que futuro chegou ou ainda irá chegar? Essas e outras perguntas mexem com os nossos sentidos. Agora imaginemos se todos nós tivéssemos o sexto sentido desenvolvido, isso vai muito além do que meditação ou desenvolvimento mental interno. Computação Pervasiva ou Ubíqua, o fato de estar presente em toda parte ao mesmo tempo, ou seja, qual for nome para damos ao futuro.

O que será mostrado agora chega bem perto ou próximo do futuro ou será que já vivemos no futuro? A ideia vem da pesquisadora Pattie Maes do MediaLabs do MIT (Massachusetts Institute of Technology), coordenado por Pranav Mistry, no qual foram destaque na apresentação ao TED (Technology, Entertainment, Design Conference), que é um dos maiores, se não o maior dos institutos de pesquisa científica do mundo. Um dispositivo que se veste com um projetor que abre caminho para uma profunda interação com o meio à sua volta. Quem já assistiu “Minority Report” tem a medida. Colocado no pescoço como se fosse um colar, no qual seria composto por uma câmera web simples, um projetor portátil alimentado por pilhas, um celular e um pequeno espelho. Através da webcam que

consegue interpretar os gestos das mãos, se comunica com o celular que ao acessar a internet fornece ao usuário as informações do objeto ou pessoa colocado no campo de visão, na parede da sua casa, na roupa de uma pessoa à sua frente, apenas refletindo as informações correspondentes aquilo que estamos segurando ou olhando, como também efetuar ligações telefônicas, ver as horas em um relógio virtual, ler os dados de um livro (autor, sinopse, etc.) antes de comprá-lo. E todo este processo de conhecimento está disponível através de simples gestos manuais. Pense num Google vinte quatro horas com você, sem a necessidade de pegar o celular abrir o browser e pesquisar a informação que desejamos, sem intermediários e sem perda tempo: basta um olhar e a imagem refletirá onde desejarmos. Teremos a possibilidade de tirar fotos com as mãos, realizando o enquadramento exatamente daquilo que queremos. Imagine apertar a mão de uma pessoa e todas as informações correspondentes àquela pessoa refletissem na roupa dela mesma: como e onde nasceu, onde mora, se participa de alguma rede de conteúdo, entre outras informações. Pode-se dizer que o futuro custa em torno U\$ 350,00. O futuro nada mais é que o reflexo daquilo que criamos. Viva o futuro!

*Mestrando em Ciências da Educação e Especialista em Redes de Computadores pela UMC (Universidade de Mogi das Cruzes). E-mail: klever.cavalcanti@ig.com.br



TEXT OUTPUT FUTURE THE SENSE OF SUBJECT OF KNOWLEDGE

Klever Cavalcanti*

"Integrating information to everyday objects will not only help us to get rid of the digital divide, the gap between these two worlds, but will also help us, in some way, to stay human, to be more connected to our physical world. And it will help us, actually, not be machines sitting in front of other machines." (Pranav Mistry)

When we talk about the future cannot help but think of Innovation. Did many people know what it really means INNOVATION by innovation studies refer to the seminal work of Schumpeter, which assigns it the role of boosting economic progress through technical progress. Schumpeter created a dividing line between two types of discovery: the invention and innovation, establishing that innovation is distinguished by being tied to an economic gain. Remember that innovation is not simply something new. It's something that brings results for the company. Innovation is explored from a new idea successfully, resulting in big returns. In this sense, innovation should not be seen only as the development of a new product. It can also be linked to new business models, markets and services, new ways of managing, developing a brand, the creation of technology platforms and even the formation of distribution channels. With an understanding of what innovation.

Year 2013, asked me if we were living the future, replied that yes, we are always living in the future. We humans are the future of all technology and knowledge are just a drop in our lives, bathe these drops as tech-

nology and knowledge show us how we are likely to change. Which for years has been growing at a frightening. We feel the need without even before you know it, today there is a need for us all. The technology enters our lives in every way. How to know for sure at what point we are, that future will be reached or will reach? These and other questions stir our senses. Now imagine if we all had the sixth sense developed, it goes far beyond what internal meditation or mental development. Ubiquitous and Pervasive Computing, the fact of being present everywhere at the same time, or whatever name we give to the future.

What is shown now comes very close or near future or will ever live in the future? The idea comes from the MediaLabs researcher Pattie Maes of MIT (Massachusetts Institute of Technology), coordinated by Pranav Mistry, which were highlighted in the presentation to the TED (Technology, Entertainment, Design Conference), which is one of the largest, if not the greatest scientific research institutes of the world. A device that wears a projector that paves the way for profound interaction with the environment around them, imagine "Minority Report." Placed on the neck like a necklace, which would be composed of: a simple web camera, a portable projector powered by batteries, a cell phone and a small mirror. Through the webcam that can interpret hand gestures, communicates with the cell phone to access the internet provides the user information of the object or person placed in the field of view, on the wall of his home in the clothes of a

person in front only relevant information reflecting what we are holding or looking, as well, make phone calls, view the time in a virtual clock, the data read from a book (author, synopsis, etc.). before buying it. And all of this knowledge is available, from simple hand gestures. Think Google a twenty four hours with you, without the need to pick up the phone open your browser and search the information we want, we would lose a lot of time, just look and image reflect where we want and we can also take pictures with your hands just doing framing what we want and take the picture. Imagine shaking hands with a person and all information relevant to that person reflected in the clothes herself, as where he was born, where you live is part of a network of content and other information. Do you know how much will cost the future? US\$ 350.00 dollars. The future is nothing but the reflection of what we create, live the future.

*Having a Master in Educational Sciences and expert in Computer Networks at Universidade de Mogi das Cruzes (UMC).
E-mail: klever.cavalcanti@ig.com.br



PÓS-GRADUAÇÃO EM SAÚDE

FISIOLOGIA
DO EXERCÍCIO

SAÚDE PÚBLICA NA
ATENÇÃO BÁSICA

ENFERMAGEM
DO TRABALHO

PSICOLOGIA
ESPORTIVA

GESTÃO
ESPORTIVA

TERAPIAS MANUAIS
E POSTURAIS

PÓSIBGM
PÓS-GRADUAÇÃO FACULDADE IBGM
VOCÊ, EVOLUÍDO.

FACULDADE
IBGM

IBS INSTITUTO
BRASILEIRO
DE SAÚDE

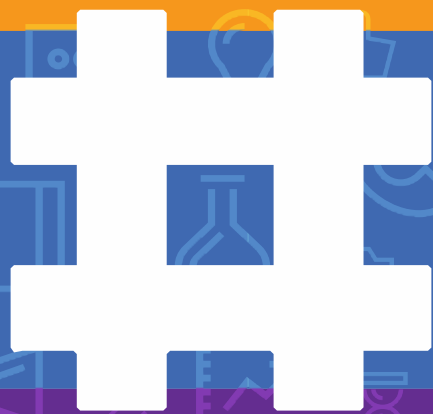
Informações
& Inscrições:

[f/faculdadeibgm](https://www.facebook.com/faculdadeibgm)

[@posibgm](https://www.instagram.com/posibgm)

www.ibgm.org/pos

[81 3036-0040](tel:813036-0040)



A FACULDADE

MAIS

DIFERENTE

DO BRASIL

FACULDADE

IBGM

IBS

INSTITUTO
BRASILEIRO
DE SAÚDE