

BABY-BOOMERS

TRADICIONAIS



Cinco gerações contemporâneas. Uma descrição

Zilda Knoploch

Teenagers: da informação ao conhecimento

Mário Corso

Geração Y e as novas formas de lidar com o saber

Sidnei Oliveira

Os Ys e as novas relações trabalhistas

E mais:

>> **Anderson dos Santos**
Quase tudo como dantes no
quartel televisivo do futebol
brasileiro

>> **Astor Hexsel**
Internacionalização industrial
e responsabilidade social.
Uma equação difícil

Cinco gerações contemporâneas. Uma descrição

Em menos de 70 anos, cinco gerações deixaram suas marcas na sociedade contemporânea, ditaram tendências, costumes, mudaram comportamentos, sempre tentando definir uma identidade. Hoje, elas convivem e se “reinventam” a partir de um novo paradigma: a tecnologia.

Conhecidas como Y e Z, as gerações do momento são multitarefas, nasceram com o boom tecnológico e não concebem a vida sem a internet. Tais comportamentos causam “estranhamento” aos antecessores, geram conflitos e aproximações.

Buscando uma melhor compreensão de como essas gerações se relacionam e lidam com as novidades tecnológicas, a **IHU On-Line** conversou com especialistas atentos ao comportamento da juventude, hoje.

Autor do livro *Geração Y - O nascimento de uma nova versão de líderes - 2010*, o consultor **Sidnei Oliveira** acredita que o “convívio destas cinco gerações já é, em si, um fato novo”. Para ele, a explosão tecnológica terá maior impacto na maneira como os jovens se relacionam com o trabalho. “As pessoas irão mesclar o trabalho com a vida pessoal e buscarão exercer um pouco mais da vida pessoal no ambiente profissional. Essa talvez seja a grande transformação que veremos nos próximos anos”, prevê.

Na mesma perspectiva, a psicóloga e professora de Gestão da Unisinos, **Patrícia Fagundes**, salienta que o atual conceito de liderança também será alterado em função do comportamento dos jovens. “A tendência é de que tenhamos líderes que compreendam a liderança menos como uma posição, e mais como um processo”.

Na avaliação do psicanalista **Mário Corso**, a principal diferença desta juventude é a condução do saber. Eles estabelecem uma relação de igual com seus superiores e o fato de não respeitarem hierarquias, explica, não deve ser compreendido como um desrespeito, e, sim, como “outra maneira de se portar”.

Zilda Knoploch, antropóloga e consultora de marketing, enfatiza que o acesso ao mundo virtual exige dos jovens teenagers “uma necessidade maior de adaptação” à vida real. Apesar de serem multitarefas, eles “ainda não aprenderam como transformar esta hiperexposição embriagante em conhecimento”. Na mesma direção, a socióloga e pesquisadora do Ibase, **Patrícia Lânes**, lembra que apesar da facilidade de acesso à internet, os jovens de hoje convivem com inúmeros medos.

Já **Daniel Portillo Serrano**, professor das Faculdades Integradas de Bauru - FIB, acredita que a fixação dos jovens pelas tecnologias se justificava muito mais pela novidade do que pela necessidade. Na mesma perspectiva, o jornalista **Juremir Machado** salienta que a internet trouxe muitas facilidades, mas ressalta que “o mundo continua praticamente o mesmo porque a organização da vida vai muito além da tecnologia.

Na visão do psiquiatra **José Outeiral**, as tecnologias criam uma “falsa sensação” de relacionamento afetivo entre a juventude e os sites e redes sociais são utilizados como “uma fuga para as relações periféricas e fugazes.

Por sua vez, a socióloga **Solange Rodrigues**, do Iser Assessoria, analisa o interesse dos jovens pelas religiões e comenta como as redes se tornam um meio para buscar o sagrado.

Tendo em vista o fechamento da planta industrial da Azaleia na última semana, no município de Parobé, RS, o ex-professor da Unisinos e da UFRGS, **Astor Hexsel** e a professora **Yeda Swirski de Souza**, analisam o dilema da internacionalização de empresas nacionais e a responsabilidade social.

O sociólogo **José Rogério Lopes**, ministrante da palestra A imagética da devoção, que ocorre na próxima quinta-feira, 19-05-2011, no IHU, antecipa alguns aspectos de sua apresentação e analisa as imagens religiosas como suporte ritual de demarcação social.

“Quase tudo como dantes no quartel televisivo do futebol brasileiro”, é o tema do artigo de **Anderson David G. dos Santos**, mestrando do PPG em Comunicação da Unisinos. Segundo ele, “o poderio da Rede Globo é reafirmado com imbróglgio dos direitos de transmissão mesmo com limites estabelecidos pelo Cade”.

A todas e todos, uma ótima semana e excelente leitura!

Expediente

IHU On-Line é a revista semanal do Instituto Humanitas Unisinos - IHU - Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. ISSN 1981-8769. Diretor da **Revista IHU On-Line**: Inácio Neutzling (inacio@unisinos.br). Editora executiva: Graziela Wolfart MTB 13159 (graziela@unisinos.br). Redação: Anelise Zanoni MTB 9816 (aneliseza@unisinos.br), Márcia Junges MTB 9447 (mjunges@unisinos.br) e Patricia Fachin MTB 13062 (prfachin@unisinos.br). Revisão: Isaque Correa (icorrea@unisinos.br). Colaboração: César Sanson, André Langer e Darli Sampaio, do Centro de Pesquisa e Apoio aos Trabalhadores - CEPAT, de Curitiba-PR. Projeto gráfico: Bistrô de Design Ltda e Patricia Fachin. Atualização diária do sítio: Inácio Neutzling, Greyce Vargas (greyceellen@unisinos.br), Rafaela Kley e Stefanie Telles. **IHU On-Line** pode ser acessada às segundas-feiras, no sítio www.ihu.unisinos.br. Sua versão impressa circula às terças-feiras, a partir das 8h, na Unisinos. Apoio: Comunidade dos Jesuítas - Residência Conceição. Instituto Humanitas Unisinos - Diretor: Prof. Dr. Inácio Neutzling. Gerente Administrativo: Jacinto Schneider (jacintos@unisinos.br). Endereço: Av. Unisinos, 950 - São Leopoldo, RS. CEP 93022-000 E-mail: ihuonline@unisinos.br. Fone: 51 3591.1122 - ramal 4128. E-mail do IHU: humanitas@unisinos.br - ramal 4121.

LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



Leia nesta edição

PÁGINA 02 | Editorial

A. Tema de capa

» Entrevistas

PÁGINA 06 | Sidnei Oliveira: Os Ys e as novas relações trabalhistas

PÁGINA 09 | Zilda Knoploch: Teenagers: da informação ao conhecimento

PÁGINA 12 | Mário Corso: Geração Y e as novas formas de lidar com o saber

PÁGINA 14 | Daniel Portilho Serrano: Y e Z: duas gerações em busca da novidade

PÁGINA 16 | Depoimentos: Diferentes gerações, novos pensamentos

PÁGINA 21 | José Outeiral: As tecnologias e a falsa sensação de afeto

PÁGINA 22 | Patrícia Fagundes: “A tendência é ver a liderança como um processo sistêmico, e não linear”

PÁGINA 25 | Solange Rodrigues: A busca espiritual da geração Y

PÁGINA 29 | Juremir Machado: Geração Y “parece coisa de revista *Veja*”

PÁGINA 30 | Patrícia Lanês: Uma nova percepção do tempo

B. Destaques da semana

» Brasil em Foco

PÁGINA 35 | Astor Hexsel: Internacionalização industrial e responsabilidade social. Uma equação difícil

PÁGINA 38 | Yeda Swirski de Souza: Novos desafios para a indústria brasileira

» Coluna do Cepos

PÁGINA 40 | Anderson David G. dos Santos: Quase tudo como dantes no quartel televisivo do futebol brasileiro

» Destaques On-Line

PÁGINA 42 | Destaques On-Line

C. IHU em Revista

» Eventos

PÁGINA 48 | José Rogério Lopes: Imagética da devoção, uma geografia do sagrado

» IHU Repórter

PÁGINA 50 | Josefina Maria Fonseca Coutinho



INSTITUTO
HUMANITAS
UNISINOS

IHU ON-LINE

Revista do Instituto Humanitas Unisinos

A.

Tema de Capa

Cinco gerações

TRADICIONAIS (até 1945): É a geração que enfrentou uma grande guerra e passou pela Grande Depressão. Com os países arrasados, precisaram reconstruir o mundo e sobreviver. São práticos, dedicados, gostam de hierarquias rígidas, ficam bastante tempo na mesma empresa e sacrificam-se para alcançar seus objetivos.

BABY-BOOMERS (1946 a 1964): São os filhos do pós-guerra, que romperam padrões e lutaram pela paz. Já não conheceram o mundo destruído e, mais otimistas, puderam pensar em valores pessoais e na boa educação dos filhos. Têm relações de amor e ódio com os superiores, são focados e preferem agir em consenso com os outros.

GERAÇÃO X (1965 a 1978): Nesse período, as condições materiais do planeta permitem pensar em qualidade de vida, liberdade no trabalho e nas relações. Com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, já podem tentar equilibrar vida pessoal e trabalho. Mas, como enfrentaram crises violentas, como a do desemprego na década de 1980, também se tornaram céticos e superprotetores.

GERAÇÃO Y (a partir de 1979): Com o mundo relativamente estável, eles cresceram em uma década de valorização intensa da infância, com internet, computador e educação mais sofisticada que as gerações anteriores. Ganham autoestima e não se sujeitam a atividades que não fazem sentido em longo prazo. Sabem trabalhar em rede e lidam com autoridades como se eles fossem um colega de turma.

GERAÇÃO Z (a partir dos anos 1990 e 2000): nativos digitais, a geração Z nasceu com o boom tecnológico e é familiarizada com todas as tecnologias que surgiram a partir da internet. Extremamente conectados à rede, eles vivem em um mundo virtual e utilizam diversos equipamentos ao mesmo tempo. Entre os traços comportamentais, destaca-se a responsabilidade social e a preocupação com a sustentabilidade do planeta.

Fonte: Revista Galileu, <http://glo.bo/36AolZ>



Os Ys e as novas relações trabalhistas

Para a geração Y, o salário não é o único atrativo na contratação. Segundo o consultor Sidnei Oliveira, os jovens trocam facilmente o dinheiro por novas experiências profissionais e pessoais

POR PATRICIA FACHIN

Com a chegada dos Ys ao mercado de trabalho, a tendência é de que as empresas mudem algumas estratégias para atender as necessidades e ao comportamento desta geração que nasceu no final dos anos 1970 e durante a década de 1980. Algumas transformações já são evidenciadas e o trabalho por resultados é cada vez mais comum. Segundo o administrador e consultor de empresas Sidnei de Oliveira, os trabalhadores passarão a desempenhar as atividades rotineiras em suas casas e algumas profissões permitirão maior flexibilização no horário de trabalho. “As pessoas irão mesclar o trabalho com a vida pessoal e buscarão exercer um pouco mais da vida pessoal no ambiente profissional porque, de alguma maneira, este já está invadindo a vida pessoal por conta dos equipamentos tecnológicos. (...) Essa talvez seja a grande transformação que veremos nos próximos anos”, aponta.

Em entrevista à **IHU On-Line**, concedida por telefone, ele enfatiza que o conceito de trabalho também precisará mudar, tendo em vista o uso constante das tecnologias e o perfil dos novos trabalhadores. “A remuneração vai ter de ser diferente, não mais baseada em hora/trabalho e, sim, na recompensa pelo valor que se agrega ao trabalho, independe de quantas horas sejam dedicadas para isso”. Como trabalho e vida pessoal estarão ainda mais entrelaçados, as pessoas também terão de aprender a gostar da atividade profissional e compreendê-la como uma diversão. “Quando o profissional descobre o trabalho como uma razão da sua existência, começa a se divertir com ele”.

Oliveira desenvolve soluções em programas educacionais e comportamentais para mais de 30 mil profissionais em empresas como Vale do Rio Doce, Petrobras, Gerdau, TAM. Formado em Marketing e Administração de Empresas, é autor de vários livros entre os quais citamos *Geração Y - Ser potencial ou ser talento? - Faça por merecer* (São Paulo: Integrare, 2011); *Geração Y - O nascimento de uma nova versão de líderes* (São Paulo: Integrare, 2010); e *Chefe e Funcionário - A batalha Final* (São Paulo: Erica, 1995). Atualmente é sócio-fundador da Kantu Educação Executiva, vice-presidente do Instituto Atlantis de prevenção ambiental, consultor-associado da Empreenda Consultoria e membro da administração da Creditem Cartões de Crédito. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Em seus livros, o senhor destaca que atualmente cinco gerações diferentes convivem mutuamente, de forma consciente e transformando a realidade. Que gerações são essas e como se dá esse processo de convívio?

Sidnei Oliveira - A geração tradicional é formada por pessoas que têm mais de 70 anos de idade. Depois, vem a Baby Boomers, formada pelo pessoal que tem entre 50 e 70 anos. A geração intermediária entre os Baby Boomers e a Y, é a geração X, ou seja, pessoas que têm entre 32 e 50 anos de idade. A geração Y é formada por jovens de

13 a 32 anos. Como existe um intervalo de aproximadamente 20 anos nas gerações, obviamente, há diferença entre um jovem de 14 e outro de 28 anos. A nova geração, que nasceu nos anos 2000, é chamada de Z e, embora ainda não tenha entrado no mercado de trabalho, já ingressou no mercado de consumo e é a primeira geração a entrar com peso no mercado consumidor. Há um grande movimento de marketing considerando o perfil dessas crianças na hora de construir o produto e se comunicar com os consumidores. As empresas, ao invés de se comunicar diretamente com o público, estão se

comunicado com os filhos do público. Está surgindo uma série de propagandas utilizando crianças e respeitando a comunicação infantil como forma de acessar essas gerações.

O convívio destas cinco gerações já é, em si, um fato novo. Como a expectativa de vida das pessoas era de 60 anos, isso não permitia ter tanto gerações convivendo simultaneamente. Todas estão interferindo na sociedade, consumindo. Evidentemente, cada geração tem sua peculiaridade e o que forma a geração não é necessariamente a data de nascimento e, sim, o contexto em que ela viveu enquanto

estava se formando.

Cada uma dessas gerações nasceu em contextos diferentes: a geração tradicional nasceu antes da Segunda Guerra Mundial, durante um período de depressão profunda; a Baby Boomers surgiu nos anos dourados; a X foi criada durante os anos rebeldes; a Y nasceu durante o período de maior crescimento tecnológico e de acesso à tecnologia; e a geração Z nasce no processo de apogeu de toda a tecnologia e da internet.

Aproximações e distâncias

Alguns comportamentos são inerentes a qualquer geração. Fala-se muito da ansiedade da geração Y, que ela questiona demais, que é afobada, ir-reverente. Todas essas características são de jovens, ou seja, os jovens das outras gerações também eram desse jeito. Essas atitudes causam incômodo nas gerações veteranas, que já estão em outra etapa da vida, onde o ritmo não é mais intenso. Evidentemente, isso provoca diferença na percepção do contexto em que as pessoas vivem e causa atrito e distanciamento entre as gerações. Isso não é exclusividade do momento Y, sempre aconteceu.

IHU On-Line - Como a geração Y compreende a formação para o mercado de trabalho e a atividade profissional? Que relações eles esperam constituir no ambiente de trabalho? Quais suas aspirações?

Sidnei Oliveira - A geração Y tem como modelo de aspiração o sucesso ou o insucesso das gerações anteriores: X e Baby Boomers. Os Ys entram no mercado de trabalho querendo crescer, buscando reconhecimento no sentido de ganhos salariais ou privilégios que as gerações mais antigas têm. A geração Y quer ter cargos onde ela possa interferir nas decisões. Essa é uma geração que gosta de mostrar a sua marca e, nesse sentido, não se difere das outras no que se refere às aspirações. A novidade é que a geração Y entra no mercado de trabalho encontrando um cenário diferente do que as outras encontraram na juventude. A X, por exemplo, quando entrou

no mercado de trabalho há 30 anos, se deparou com veteranos que estavam preparados para se aposentar por conta da perspectiva de vida.

Hoje, o jovem da geração Y entra no mercado de trabalho e encontra veteranos que não querem sair da empresa porque têm uma perspectiva de vida mais longa e, obviamente, os funcionários antigos têm a experiência que o jovem não tem. Por isso, os novos profissionais buscam suprir a falta de experiência com maior qualificação.

IHU On-Line - Como as relações de trabalho se modificam a partir da inserção da geração Y no mundo do trabalho?

Sidnei Oliveira - O mercado ficou mais exigente. No passado, o jovem entrava mais cedo no mercado de trabalho porque a preocupação era trabalhar e depois buscar a qualificação. Era co-

“A juventude adia todas as escolhas que pode, inclusive aquelas definitivas como o casamento”

mum entre os jovens de 16, 17 anos trabalhar e depois cursar a faculdade enquanto trabalhavam. Os pais que fizeram essa opção no passado, hoje exigem que o filho primeiro termine a faculdade para depois trabalhar. Na outra ponta, o pai, que é o líder em uma determinada empresa, deseja pessoas mais qualificadas para desempenhar as funções. Para atuar como atendente de um banco há 25 anos, era necessária uma qualificação de ensino fundamental. Hoje, ninguém trabalha nesta função se não estiver cursando faculdade.

Isso deixa o jovem menos habilitado para a vida corporativa. Então, ele tem uma fragilidade que antes não existia. As empresas percebem essa mudança e, para suprir essa fragilidade, recontratam pessoas mais experientes para oxigenar e dar mais

sentimento corporativo nas empresas porque elas não estão encontrando pessoas com experiência de trabalho para entregarem as tarefas.

IHU On-Line - As relações de trabalho tendem a mudar? Em que sentido e como isso poderá transformar o conceito e o significado do que atualmente entendemos por trabalho?

Sidnei Oliveira - Dependendo do ramo de atividade, o trabalho vai sofrer grandes transformações. Nós vamos ouvir falar cada vez mais em trabalho por projetos; o horário de trabalho tende a se flexibilizar na maioria das profissões; vai ter de se abrir espaço para o trabalho remoto - não estou dizendo que todo mundo vai trabalhar em casa -, mas em algumas circunstâncias as pessoas vão trabalhar remotamente. É evidente que não estou falando de algumas funções que dependem do ambiente profissional, como, por exemplo, no caso de pilotos de aviões, enfermeiros.

De qualquer modo, as relações de trabalho irão se modificar. As pessoas irão mesclar o trabalho com a vida pessoal e buscarão exercer um pouco mais da vida pessoal no ambiente de profissional porque, de alguma maneira, este já está invadindo a vida pessoal por conta dos equipamentos tecnológicos. Hoje, uma pessoa leva parte do trabalho para casa quando tem um notebook, quando responde um relatório por e-mail, quando é acionada pelo celular no final de semana. Então, naturalmente a vida pessoal vai invadir o trabalho. Essa talvez seja a grande transformação que veremos nos próximos anos.

IHU On-Line - A precarização do trabalho deve aumentar com estas transformações? Como fica a questão da remuneração salarial neste caso?

Sidnei Oliveira - O conceito de trabalho vai ter de mudar. O conceito de oito horas de trabalho está fragilizado. As pessoas vão perceber que trabalham bem mais do que antes e isso já está acontecendo. A remuneração terá de ser diferente, não mais baseada em trabalho/hora e, sim, na recompensa pelo valor que se agrega ao trabalho,

independe de quantas horas sejam dedicadas para isso.

Meu trabalho hoje independe da relação trabalho/hora. Neste momento em que concedo a entrevista, estou trabalhando. Em seguida, quando estiver na sala de espera do aeroporto, estarei trabalhando. Vou ter de otimizar minhas atividades para contemplar minha vida pessoal no trabalho. A melhor forma de fazer isso é trazer o trabalho para a vida pessoal e não ficar focado naquela ideia de que só se trabalha no horário determinado. Essa relação precisa se tornar mais flexível. Percebo que algumas pessoas já estão exercendo isso e algumas empresas estão percebendo os ganhos que têm quando flexibilizam o trabalho.

IHU On-Line - E como fica a questão do lazer nesta nova compreensão de trabalho?

Sidnei Oliveira - As pessoas poderão ter lazer enquanto trabalham, ou seja, poderão ouvir música no trabalho, navegar na internet para programar as férias. Vamos ter de descobrir um ponto de equilíbrio. Muitas pessoas, quando estão reunidas com a família, no domingo, atendem ao telefone celular ou tem de ir para o computador resolver um problema de trabalho porque é necessário. Em relação ao que já foi almejado no passado, quando se tinham horários definidos para trabalho e lazer, podemos considerar que esta nova configuração trabalhista melhorar ou piorar. Na prática, se encontrarmos um ponto de equilíbrio, esta realidade pode ser legal e muitos vão se divertir no trabalho. Os aposentados de hoje estão descobrindo que curtiam a vida trabalhando e estão querendo voltar para o trabalho. Então, é como se mudássemos o modelo mental do que é trabalho. O modelo *trabalho-castigo-sofrimento* tende a mudar para a concepção de trabalho parte como da vida, divertimento. Quando o profissional descobre o trabalho como uma razão da sua existência, começa a se divertir com ele. Obviamente, para isso acontecer, a pessoa precisa se sentir bem com o que ela faz. As empresas estão começando a perceber que, quanto mais flexível for a relação com os funcionários, mais eles estarão felizes e

irá relacionar trabalho com prazer.

Por outro lado, penso que tem uma fantasia de fazermos apenas aquilo que gostamos. É um nirvana: todo mundo está buscando fazer o que gosta, mas não procuram gostar do que fazem. Esta talvez seja a chave de felicidade para o trabalho. As pessoas não acham motivação no trabalho e pensam que estão na empresa apenas para ganhar dinheiro. Se esta for a única motivação, elas nunca serão felizes.

IHU On-Line - Por que o reconhecimento e o feedback são tão importantes para a geração Y?

Sidnei Oliveira - Tenho uma teoria não científica, mas que dá uma explicação razoável. A geração Y nasceu

**“É uma geração que
nunca teve
acompanhamento direto
no dia a dia, ou seja, é a
primeira geração que se
criou praticamente
sozinha, com os pais
trabalhando o
tempo todo”**

sob uma nova vertente educacional do elogio e parte da sua criação se deu por meio de jogos eletrônicos como videogames. Esses jogos têm uma característica em comum: sempre dão feedback e apresentam a performance do jogador. Alguém que recebeu feedback constante dos pais, professores e jogos, se acostumou a querer saber o tempo todo como está seu desempenho. É uma geração que nunca teve acompanhamento direto no dia a dia, ou seja, é a primeira geração que se criou praticamente sozinha, com os pais trabalhando o tempo todo. É uma geração carente do feedback. Naturalmente, ela entra no mercado de trabalho querendo saber o seu de-

sempenho. Por outro lado, a geração X cresceu sem ganhar nenhum feedback. Então, o líder de hoje reclama e acha estranha a necessidade da geração Y. Esse é um ponto de conflito dentro das empresas.

Tenho dito para os líderes terem paciência e darem o feedback. Para os jovens, ressalto que não terão todo o feedback que gostariam de receber e que devem aprender a conviver com isso.

IHU On-Line - Essa geração tem mais dificuldade para lidar com o fracasso?

Sidnei Oliveira - Sim. Por conta de todo esse cenário que descrevi, essa geração não foi estimulada a fracassar e, sim, a vencer. Os filhos têm de ser um sucesso. Essa é uma geração que tem medo de fracassar, não foi estimulada a perder. Uso como referência o próprio videogame: no jogo, as crianças não perdem; sempre ganham, nem que para isso seja preciso reiniciar o game. A estrutura social exige que ele seja prodígio em tudo que faz. Mas como ele não lida com o fracasso, fica ansioso e não faz boas escolhas ou, simplesmente, não faz escolhas. A juventude adia todas as escolhas que pode, inclusive aquelas definitivas como casamento. O jovem tem medo de escolher a pessoa errada, de assumir a responsabilidade de constituir família e não dar conta, de trabalhar em uma empresa e ser penalizado. O jovem de hoje pede feedback, mas não recebe bem o feedback negativo.

IHU On-Line - O que já mudou no mercado de trabalho a partir da atuação da geração Y?

Sidnei Oliveira - Tenho percebido que as empresas estão se dando conta de que o fenômeno existe, ou seja, profissionais são mais qualificados em um aspecto e menos experientes em outros. As empresas começam a se preparar para receber esses jovens, a tentar flexibilizar seus processos internos para adequar à expectativa desses trabalhadores. Esse ainda é um movimento muito especulativo nas empresas. Nenhuma organização consegue dizer que está acertando com esse público. Esse é um movimento recente, de dois, três anos. As empresas

estão experimentando mudar as rotinas internas, mas nem todo processo é fácil e rápido de mudar. As empresas vão arriscar alternativas e tentar lidar com o desconforto que trazem.

IHU On-Line - A formação para o trabalho terá de acompanhar esse processo de mudança?

Sidnei Oliveira - Certamente. O modelo educacional precisa urgentemente passar por profundas transformações porque o jovem não está aderindo mais ao modelo expositivo de sala de aula. Os professores não são ouvidos e o aluno está buscando novas formas de se qualificar. Se as universidades não mudarem a forma de ensino, elas perderão alunos.

IHU On-Line - Que relação a geração Y estabelece com o salário? Dizem que essa geração gosta de ganhar algo que vá além do salário porque este dinheiro serve apenas para pagar as contas. Como vê essa questão?

Sidnei Oliveira - Essa geração ultrapassa o interesse pelo salário. Ela percebe que tem outros ganhos que não necessariamente os financeiros. Os Ys valorizam a questão financeira, sim, mas trocam facilmente o dinheiro por uma experiência boa e nova. É uma geração muito mais sensível à experiência de vida inédita.

As empresas podem conquistar os jovens com uma oportunidade de trabalho ganhando metade do salário, desde que proporcione a ele uma viagem internacional. Tem muita empresa no mundo percebendo isso e oferecendo vaga de trabalho temporário em um ambiente diferente. As organizações que perceberam isso estão recrutando jovens brasileiros para trabalharem no exterior com um salário de 300 dólares, mais casa e alimentação. Os jovens abandonam salários de mil dólares para ganhar 300 em Singapura, pela experiência. O jovem quer curtir a vida antes, não quer esperar o final da vida para conhecer o mundo. Os profissionais querem trabalhar em empresas que lhes deem condições de estudar, de fazer cursos, de crescer na capacidade de gerar novos projetos. Isso tem mais valor do que o próprio salário.

Teenagers: da informação ao conhecimento

Os Ys têm mais metas pessoais do que profissionais, querem trabalhar menos, ter mais liberdade e flexibilidade, constata Zilda Knoploch

POR PATRICIA FACHIN

Eles nasceram em uma sociedade tecnológica sem fronteiras, onde é possível ter acesso a qualquer lugar do mundo sem sair de casa. Apesar destas facilidades, os teenagers enfrentam uma necessidade maior de adaptação à vida real. Isso porque, segundo Zilda Knoploch, os Ys e os Zs vivem em um período de contradição em diversos aspectos da vida humana. Ela cita como exemplo a liberdade sexual em um mundo “assombrado pela Aids, onde a vivência desta liberdade não é mais possível como foi para os Baby Boomers”. Além do mais, as referências familiares não são as mesmas, as experiências pessoais são descartáveis e superficiais, refletindo na vida profissional. Esse paradoxo se reflete na “ansiedade constante por mudar de trabalho, de amizades, de relacionamentos, de atividades”, constata.

Mestre em Antropologia, Zilda estuda o comportamento dos teenagers, jovens da geração Y e Z, e enfatiza que, apesar de serem considerados “multitarefa” por usarem simultaneamente vários itens tecnológicos e bastante informados, “ainda não aprenderam como transformar esta hiperexposição embriagante em conhecimento”. Em função disto, a pesquisadora aposta na retomada de valores preponderantes em outras gerações. “Há movimentos cíclicos ao longo da história que nos mostram que, em certos momentos, os jovens sentem necessidade de retornar a alguns valores mais tradicionais, como forma de terem mais segurança”, aponta, em entrevista concedida à **IHU On-Line** por e-mail.

Mestre em Antropologia Social pelo Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Zilda Knoploch é pós-graduada em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM e membro da Enfoque Pesquisa de Marketing. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Como as gerações Y e Z lidam com o consumo?

Zilda Knoploch - As novas gerações - aqui considero a geração Y, que hoje tem entre 18 e 30 anos, e a “@” ou Z como alguns a chamam, que é ainda adolescente, não está no mercado de trabalho, mas nas escolas - são gerações com mais poder em relação às marcas. Estes jovens são mais *marketing literate*, ou seja, conhecem mais sobre comunicação e são mais

críticos em relação às mensagens que as propagandas lhes remetem. Eles não são diferentes das gerações anteriores no tocante a terem no consumo uma das suas formas de expressão. No entanto, eles interagem com as marcas, não desejam mais serem meros receptores de mensagens, como foram os consumidores da época anterior às redes sociais e às tecnologias de informação. Cada um dos jovens é potencialmente um

formador de opinião. E isto afeta suas relações de consumo.

IHU On-Line - Quais eram e quais são hoje as principais diferenças entre as gerações? Percebe uma diferença mais acentuada entre as gerações de hoje e as de trinta, quarenta anos atrás?

Zilda Knoploch - As principais diferenças entre estas gerações, como é o caso de qualquer outro período histórico, baseiam-se em dois conjuntos de circunstâncias: o contexto (social, econômico, político e tecnológico) e as suas aspirações, que são fortemente influenciadas por este contexto.

Assim, se olharmos os fatos a partir destes respectivos contextos, iremos notar que a geração X se caracterizou por um individualismo em função de terem metas em vez dos ideais da geração Baby Boomer, e assim o trabalho é a sua ferramenta para atingir um objetivo de estabilidade material. Esta geração já recebeu influência dos novos papéis feminino e masculino, que começaram a se redefinir a partir do advento da pílula anticoncepcional, que tornou possível a mulheres da geração anterior (Baby Boomers) decidirem se queriam mesmo ser apenas mães de família ou se desejavam controlar a vinda de seus filhos, para se tornarem mais realizadas no mercado de trabalho. Nesta geração, cresceu o número de divórcios e a adaptação a um mundo com famílias menos tradicionais fez parte do contexto.

Já a geração Y, que hoje está com 18 a 30 anos, vive uma necessidade ainda maior de adaptação. Além de viver num mundo mais violento do que seus pais viveram, as novas tecnologias nasceram quando eles estavam saindo da adolescência e eles passam a usufruir dessas vantagens na fase de “adultecência”, quando já estão com um pé na vida adulta, mas o outro, ainda não. Eles vivem a contradição de terem total liberdade sexual, mas num mundo assombrado pela Aids, em que a vivência desta liberdade não é mais possível como o foi entre seus avós, os Baby Boomers, livres para exercer sua sexualidade, e o faziam sem medo. Suas referências familiares já não são mais as mesmas. As famílias tradicionais já são exceção para esta geração. E os novos papéis femininos e masculinos

“A tecnologia tem tido um papel excepcionalmente diferenciador. Basta pensar nas formas que cada uma destas gerações tinha para se comunicar, se educar e vivenciar seu meio”

estão trazendo muitas opções até para os relacionamentos. Estes últimos, cada vez mais superficiais e descartáveis tanto se exercitam na vida pessoal como na vida profissional: uma ansiedade constante por mudar de trabalho, de amizades, de relacionamentos, de atividades.

Sobre a mais nova geração @, há muito pouco ainda para sermos assertivos: eles ainda não saíram da adolescência e, sim, são nativos digitais: sua relação com a tecnologia é natural. Eles nasceram e cresceram junto com as tecnologias. E isto já faz toda a diferença em suas jovens vidas.

IHU On-Line - Em que aspectos elas se assemelham?

Zilda Knoploch - Quando olhamos para os momentos em que estas gerações estavam na mesma idade, ou seja, quando eram crianças e ou adolescentes, o que há e sempre haverá em comum é a necessidade de construir sua identidade, de se desligar do domínio da sua família, criar sua independência. O que diferencia estas gerações, entretanto, é o contexto das famílias - maior ou menor tradicionalismo, relações de poder ou de autoridade - e as formas de que eles dispõem para exercer esta conquista de espaço pessoal, independência e sua própria identidade. Neste caso, a tecnologia tem tido um papel excepcionalmente diferenciador. Basta pensar nas formas que cada uma destas gerações tinha para se comunicar, se educar e vivenciar seu meio. Juventude da geração X: sem celular, sem internet, sem cartão

de crédito, sem TV fechada, sem games; geração Y, como os itens anteriores, porém na sua maioria vivendo na casa dos seus pais até bem mais tarde, sem seu espaço privativo, o qual passaram a criar dentro da sua casa, no seu quarto, com sua TV, seus games, seus celulares. E a geração @, que chega com tudo isso à sua disposição, sendo, inclusive a que ensina seus pais e avós (das gerações X e Baby Boomers) a usar estes recursos.

IHU On-Line - Quais são os valores dos teenagers?

Zilda Knoploch - Os teenagers de hoje ainda estão num processo de formar seus valores. Neste sentido ainda são muito influenciados pela geração anterior, Y, com a qual ainda dividem muitas características e, possivelmente, da qual absorverão ainda muitos dos valores. Estes teenagers são, igualmente, multitarefas, podem usar - e usam - simultaneamente vários itens de conteúdo e comunicação (TV, computador, celular, iPod). Mas com o fenômeno da convergência, eles tenderão a se expressar pela telas dos tablets. Eles são um tanto egocêntricos e autocentrados, um tanto exibicionistas e encontram nas redes sociais sua possibilidade de viver uma cultura de microcelebridades. Eles têm uma forma mais natural de sexualidade, estimulada pelo conteúdo a que são expostos, quase sempre sem supervisão dos seus pais. E esta nova sensualidade é uma das bases do sucesso de ícones como Lady Gaga¹, Shakira², e outros pop stars que entram

1 Stefani Joanne Angelina Germanotta (1986): mais conhecida pelo nome artístico Lady Gaga, é uma cantora, compositora e produtora musical dos Estados Unidos. É inspirada por artistas e grupos de glam rock como David Bowie e Queen, além de cantores de música pop como Cher, Cyndi Lauper, Elton John, Madonna, Grace Jones e Michael Jackson. Declarou que a moda é uma fonte de inspiração para a sua composição e apresentações. Confira nas **Notícias Diárias** do site do Instituto Humanitas Unisinos: *Lady Gaga em perspectiva teológica*, publicada em 08-05-2011, disponível em <http://bit.ly/m7KLZn>; *Deus em Lady Gaga: um hino aos marginalizados*, publicada em 07-05-2011, disponível em <http://bit.ly/myTzNi>; *O fim do sexo na era de Lady Gaga*, publicada em 15-10-2010, disponível em <http://bit.ly/91pZQC>. (Nota da IHU On-Line)

2 Shakira Isabel Mebarak Ripoll (1977): cantora, compositora, coreógrafa, produtora, filantropa, dançarina e atriz colombiana. Vencedora de 2 prêmios Grammy, 8 Latin Grammy, 4 VMA, 1 EMA, 2 AMA, 3 BMA, 20 Latin Billboard Awards e 3 WMAe 4 NRJ Music Awards. Shakira já vendeu mais de 92 milhões de álbuns no

em suas telas sem qualquer restrição. Eles são impacientes, como a geração Y, e acreditamos que serão ainda mais, pois sua noção de tempo e de velocidade, cunhada pela velocidade da internet banda larga, os torna mais exigentes e mais angustiados em consumir e produzir mais e mais informação: seja vídeos, fotos e diálogos em “real time”.

Por isto tudo, sua relação com seus avós, da Geração X ou Baby Boomer, causa a estes crescente angústia: o que posso ensinar para estes netos? Como entender o que eles falam? Como estabelecer um diálogo? Como traçar limites?

IHU On-Line - Quem são os heróis e os mitos destas novas gerações?

Zilda Knoploch - Os heróis e mitos das novas gerações (Y e @) são as celebridades do mundo musical e dos esportes. Não são os políticos, nem os cientistas, nem os empresários. E o herói máximo (heroína) é a Mãe. Há uma crescente descrença em relação a figuras públicas, governantes, legisladores. Um vazio de lideranças. Um culto a realização rápida, sem tanto esforço, talvez com algum talento, mas não necessariamente. Vide as celebridades geradas pelo BBB.

IHU On-Line - Como as antigas gerações podem compreender e se comunicar com a juventude?

Zilda Knoploch - Esta é uma resposta que vale muitos milhões de dólares, não é? Não há uma fórmula. Temos que acompanhar estas gerações através de pesquisas, como empresas vêm fazendo ao longo de pelo menos 20 anos. Hoje, ao pesquisar as várias gerações que convivem na nossa sociedade, observamos como elas se relacionam, e que desafios cada uma tem tido para manter um diálogo produtivo. Da mesma forma, as marcas precisam deste acompanhamento a fim de poder serem relevantes para estes jovens de hoje. E isto quer dizer: estabelecer conversas, diálogos, em vez dos monólogos que eram não só aceitáveis, como a única forma possível antes das novas tecnologias. E acompanhar

o mundo segundo a BMI, sendo uma das maiores vendedoras de discos nos anos 2000. Uma das melhores cantoras latinas de todos os tempos, hoje é a que está mais na mídia e suas músicas sempre no topo das paradas de todo mundo. (Nota da IHU On-Line)

como as tecnologias afetam estas relações, como venho fazendo e orientando muitos dos meus clientes no meio empresarial.

IHU On-Line - Como o comportamento das gerações X e Y refletem no mercado de trabalho? Quais os limites e as possibilidades dessa relação?

Zilda Knoploch - As gerações X e Y são muito diferentes quando o tema é o mercado de trabalho. Há grandes conflitos decorrentes deste gap. Se para a geração X, a produtividade e a objetividade são valores predominantes para atingir metas, para a geração Y, as metas no trabalho não as sensibilizam. Eles têm mais metas pessoais, querem trabalhar menos, ter mais liberdade, mais flexibilidade. E, principalmente, não aceitam bem as hierarquias tradicionais no trabalho. Isto gera um imenso conflito no ambiente funcional e uma grande insegurança - por parte da geração X - de como lidar com estes jovens, que, em grande parte, têm excesso de autoconfiança e pouca noção de circunstâncias. Eles são, quase sempre, vistos como difíceis de liderar. Eles não querem líderes no ambiente de trabalho, nem querem liderar. Querem relações de igual para igual. Por outro lado, falta-lhes o conhecimento que a geração X detém, e este é o trunfo desta geração neste relacionamento delicadíssimo. Afinal, as empresas precisam destes jovens Y, pois eles serão os futuros gestores, quando a geração X começar a se retirar.

IHU On-Line - A senhora menciona que a sociedade ainda não assimilou como entender os teenagers, como entrar no seu mundo e projetar seu comportamento quando assumirem o papel adulto. O que podemos esperar desta geração nos próximos anos?

Zilda Knoploch - Eles vão crescer e viver seus próprios desafios, de crescer num mundo mais dominado pela tecnologia, que deixa de ser vantagem competitiva, já que todos a dominarão. Eles vivem numa era que já classifico como a era do conhecimento, e não mais da informação. Os Y são superinformados, mas ainda não aprenderam como transformar esta hiperexposição embriagante em co-

nhecimento. Creio que os atuais teenagers deverão se encaminhar mais nesta direção. Há movimentos cíclicos ao longo da história que nos mostram que, em certos momentos, os jovens sentem necessidade de retornar a alguns valores mais tradicionais, como forma de terem mais segurança. Isto já se delineia um pouco, ao vermos um movimento meio “retrô” em vários aspectos do consumo. A música é um deles (os jovens estão curtindo os Rolling Stones e Paul McCartney, sexagenários, junto de seus pais e avós). De toda a forma, vejo que o ambiente social como um todo (família, escola, empresas, política, economia) será afetado e afetará as novas possibilidades que a tecnologia disponibiliza às novas gerações, acelerando seu processo de educação, de informação, de formação e até, infelizmente, de deformação. Todos teremos que reinventar muitas das nossas práticas de relacionamento com os jovens, tanto no plano da família quanto nas outras instâncias da sociedade que estão em mutação a cada geração. Só reforço que tudo com eles é muito mais rápido. A sociedade, entretanto, em muitas coisas, como a infraestrutura, os programas educacionais, as ferramentas de inserção tecnológica, não tem se mostrado ágil e daí decorrem e decorrerão muitos abismos a serem vencidos.

IHU On-Line - Quais são as pretensões profissionais das novas gerações?

Zilda Knoploch - Os jovens Y querem menos rigidez, mais liberdade, e não darão o sangue para crescer nas empresas como a geração anterior fazia. Eles são superficiais e impacientes e sua vida pessoal tem prioridade sobre a vida empresarial. Isto já causa grandes conflitos. A geração @ tenderá a aumentar este tipo de comportamento. Porém, à medida que vai encontrar superiores da geração Y, o conflito que hoje existe no ambiente de trabalho tende a ser menor. Vamos vivenciar cada vez mais trabalhos remotos, flexibilidade de horário, bancos de horas, remuneração baseada em cumprimento de metas e não de horário. O resto é um pouco de futurologia.

Geração Y e as novas formas de lidar com o saber

Para o psicanalista Mário Corso, a geração Y é levemente contraditória: quer ser independente, mas pouco rompe a relação com os pais

POR PATRICIA FACHIN

A partir da experiência e do contato com jovens no consultório, o psicanalista Mário Corso observa que o comportamento da chamada geração Y é diferente da juventude dos anos 1980, ou seja, daqueles jovens que nasceram entre as décadas de 1960 e 1970. A maneira como eles lidam com o saber, segundo Corso, é o aspecto que mais os difere de seus antecessores. “A cultura tradicional de que o ancião era o sábio foi decaindo com as últimas gerações e a geração Y levou isso ao paroxismo, ao ponto máximo, e inverteu essa questão: a idade não é garantia de nenhuma sabedoria para eles e isso leva a uma série de mal entendidos no sistema de aprendizagem, pois vários professores não conseguem lecionar para essa geração”. O fato de não respeitar a hierarquia, segundo Corso, não deve ser compreendido como um desrespeito, “não se trata disso e, sim, de outra maneira de se portar”.

Na entrevista que segue, concedida à **IHU On-Line** por telefone, o psicanalista explica que, em geral, os jovens de hoje pertencem a um modelo familiar mais estreito, em que os filhos convivem com a exigência do não fracasso constantemente. “Os pais desta geração colocam os filhos em uma injunção de gozo da vida, ou seja, como eles não têm nada para transmitir, resta ter uma vida para ser gozada. Isso é difícil de levar, porque o gozar a vida se torna um imperativo a partir do qual o indivíduo é obrigado a ter prazer, muito prazer”.

Corso também compartilha da opinião de que os Ys são mais ansiosos em relação aos jovens das gerações anteriores e esclarece que, na psicanálise, este sentimento é compreendido como angústia e “se instala quando as pessoas não sabem para onde ir”.

Membro da Associação Psicanalítica de Porto Alegre - Appoa, Mário Corso é graduado em Psicologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Escreveu os livros *Monstruário* (Porto Alegre: Tomo Editorial, 2002), *Fadas no divã* (Porto Alegre: Artmed, 2006) e *A Psicanálise na Terra do Nunca* (Porto Alegre: Artmed, 2011), os dois últimos em parceria com Diana Lichtenstein Corso. Confira a entrevista.

IHU On-Line - A partir da sua experiência clínica, que novidades percebe no comportamento da chamada geração Y?

Mário Corso - O que mais me chama atenção nesta geração é a maneira como lidam com o saber. Eles já nasceram com um esquema pedagógico diferente dos outros. Desde pequenos tiveram a liberdade de escolher o que queriam aprender e tudo isso influenciou no jeito deles viverem. O aluno de hoje pode estudar temas com os quais se identifica e essa influência pedagógica o contamina no bom sentido.

Esses jovens têm uma peculiaridade de não admitir a alteridade do saber, que era uma questão bastante clássica

no ensino. Eles percebem o professor como um facilitador, não reconhecem a sabedoria da geração anterior e a tratam de igual para igual, argumentando que essa é uma geração um pouco mais vivida. Aí tem uma influência dos pais, que foram pouco confiantes na sua própria sabedoria e nos valores que tinham de transmitir.

A cultura tradicional de que o ancião era o sábio foi decaindo com as últimas gerações e a geração Y levou isso ao paroxismo, ao ponto máximo, e inverteu essa questão: a idade não é garantia de nenhuma sabedoria para eles e isso leva a uma série de mal-entendidos no sistema de aprendizagem, pois vários professores não conseguem

lecionar para essa geração.

Para se apropriarem do saber, eles precisam falar sobre aquilo; querem participar da aula, serem escutados pelo professor, mesmo quando não sabem opinar sobre determinado assunto. Mas esse é o jeito deles de se apropriarem da novidade. É outra maneira de se portar e isso gera confusões em aula, porque parece que eles agem com desrespeito, quando, em verdade, não se trata disso, mas, sim, de outra maneira de se portar.

A assimetria hierárquica não é respeitada por esta geração; são o avesso do Exército, totalmente democrática e tem dificuldade de perceber e admitir as hierarquias do mundo. São bastante

anarquistas no sentido político do ideal de um mundo pouco hierarquizado.

Não sei qual será o resultado deste comportamento. Só podemos analisar os efeitos de uma geração depois de colher os frutos. Sinceramente não há como saber que tipo de sujeito irá se formar.

IHU On-Line - A individualidade também pode ser considerada uma característica desses jovens?

Mário Corso - Não acredito, embora o individualismo esteja consolidado desde o século XX. Diria que a geração Y é mais preocupada com o meio ambiente e é mais fácil convencer um jovem de 20 do que um indivíduo de 70 anos a recolher o lixo seco, por exemplo. Nesse sentido, quem é o mais individualista? Se eles fossem tão individualistas, teriam como ideal um lugar de uma assimetria forte. As pessoas confundem individualismo com egoísmo e com indivíduos autocentrados. Penso que os jovens são um pouco autocentrados; têm dificuldades de aprender com a experiência alheia.

IHU On-Line - Muitos especialistas caracterizam a geração Y como ansiosa. Essa é uma particularidade desta geração, ou pode ser atribuída aos jovens, independentemente do momento histórico em que vivem? Em que medida a ansiedade é um reflexo da cultura de redes?

Mário Corso - Para falar dos jovens de hoje, temos de falar um pouco sobre quem são os pais desta geração. A ansiedade deles está ligada ao tipo de educação que os pais deram, a qual foi bastante vazia. Que valores os pais passaram para esses filhos? Quando perguntamos a alguns pais o que eles querem que os filhos sejam, respondem que desejam a felicidade, que se realizem. Este desígnio é intransitivo. Ser feliz é genérico, não diz nada. Aliás, quem deseja que o filho seja infeliz? Esses pais não dizem absolutamente nada para seus filhos, ao contrário da geração anterior, que transmitia uma visão sólida que orientava em uma direção, embora os filhos optassem, às vezes, por outros caminhos. Os pais desta geração colocam os filhos em uma injunção de gozo da vida, ou seja, como eles não têm nada para transmitir, resta ter

uma vida para ser gozada. Isso é difícil de levar, porque o gozar a vida se torna um imperativo a partir do qual o indivíduo é obrigado a ter prazer, muito prazer. Não é à toa que esta geração vive num crescente momento de relações toxicômanas. Se a questão básica é a busca pela felicidade, porque não usar um atalho perfeito como a droga? Penso que a falta de rumo destes jovens foi dada pela geração anterior, que não conseguiu traduzir para eles alguns valores. É uma geração frustrada pelo que conseguiu na vida e encarrega os filhos de fazer por eles. A geração Y pertence a uma família nuclear mais estreita e os filhos não podem falhar. Os pais esperam muito deles e a exigência do não fracasso está sempre presente.

“Se antes as gerações estavam mais condenadas a uma corrente principal de ideias, hoje é mais fácil encontrar a sua excentricidade”

Essa é uma juventude mais ansiosa que a anterior, tem muita pressa de viver. A pressa, na psicanálise, é compreendida como angústia e se instala quando as pessoas não sabem para onde ir. Quanto menos se sabe para onde ir, mais pressa se tem.

Nunca se viveu tanto e por que ter tanta pressa? Antigamente, a expectativa de vida era muito menor e quem tinha 50 anos era considerado velho e tinha netos. Hoje em dia, aos 50 anos estamos na metade da vida e só se é velho aos 80.

IHU On-Line - Percebe algum conflito social entre as diferentes gerações? Pode-se falar em mudanças nas relações familiares a partir do comportamento e dos valores da atual geração de jovens?

Mário Corso - Os jovens não saem de

casa tão cedo porque o conflito de gerações acabou. No conflito clássico da década de 1960, havia gerações diferentes, que tinham impossibilidade de conviver. Hoje, as gerações não são tão diferentes e vivem sob os mesmos padrões de vida.

Um jovem pode fumar maconha em casa porque os pais têm um discurso de que é melhor transar em casa do que na rua. Antes, esses assuntos eram impensáveis e o impulso de sair da residência era a impossibilidade de conviver. Hoje, não há essa ruptura. Se bem que esta geração impõe limites por meio do corpo: alguns se tatuam muito e a partir disso delimitam o corpo como uma forma de dizer que não pertencem mais ao pai e à mãe, embora vivam na residência paterna.

Enquanto os filhos moram com os pais, eles não se responsabilizam por uma série de atividades. Essa geração prolonga a infância e a adolescência e é levemente contraditória: muito principista em algumas questões de independência, mas, na prática, rompe pouco com os pais.

Alguns assuntos são fronteiras difíceis e eu não sei como pensar: parece que essa aceleração do mundo e essa questão de fazer experiência é assimilação de uma aceleração do mundo moderno e do capitalismo avançado. Por serem mais frágeis, talvez os jovens sejam facilmente cooptados pelo consumo.

Os jovens de hoje também se diferenciam bastante em função da virtualidade. A rede social se dá de uma maneira distinta. É mais fácil ser diferente hoje porque a tecnologia proporciona mais chances de se conectar com outros diferentes. Se antes as gerações estavam mais condenadas a uma corrente principal de ideias, hoje é mais fácil encontrar a sua excentricidade. O que diferencia esta geração é a capacidade de se comunicar com pessoas distantes. Essa conexão era impensável antigamente. Parece que essa relação terá um efeito positivo.

Percebo que o jovem é o que é não pelo que ele faz. Antigamente, a profissão dava mais identidade aos indivíduos. Os jovens não se inclinam para uma profissão e ela tem menos sentido para eles. Ao falar com um jovem, ele conta vários aspectos de sua vida e por

“Eles parecem preocupados com a ética e a verdade. Não estão preocupados com o que se diz, mas com o que se faz”

último fala de sua profissão.

IHU On-Line - Como o senhor vê a necessidade desta geração por constantes avaliações em relação ao seu desempenho?

Mário Corso - A essência do humano é o reconhecimento. Não sei se essa geração busca mais aprovação do que a anterior. Entretanto, buscam aprovação entre eles, querem ser aceitos muito mais pelo grupo do que pelos pais. Aí está uma diferença: enquanto as gerações anteriores buscavam mais aprovação dos pais, esta se preocupa com a opinião do grupo da geração deles.

IHU On-Line - Resumidamente, que valores norteiam o comportamento da geração Y?

Mário Corso - Não sei se os valores deles se diferenciam muito dos da geração anterior. Penso que eles tendem a acreditar mais em uma ética visível. Acreditam menos no discurso que uma pessoa é capaz de dizer do que nas ações concretas e cotidianas. Eles parecem preocupados com a ética e a verdade. Não estão preocupados com o que se diz, mas com o que se faz. A minha geração esteve mais voltada para os ideais, enquanto esta tem menos ideais. Esta, porém, está preocupada com o comportamento e se ele é condizente com o discurso.

LEIA MAIS...

Mário Corso já concedeu entrevista à IHU On-Line.

- O flerte dos adolescentes e jovens com a morte. Publicada na edição 312, de 26-10-2009. Acesse no link <http://migre.me/4rdQC>;
- “O grande medo dos jovens é não encontrar um lugar no mundo adulto”. Publicada na edição 273, de 15-09-2008. Acesse no link <http://migre.me/4rdTt>.

Y e Z: duas gerações em busca da novidade

A relação que os jovens estabelecem com a internet tem transformado costumes que anos atrás eram corriqueiros, como visitas pessoais. Hoje, a prioridade é o contato virtual e tudo que eles precisam saber sobre os amigos está disponível em sítios de relacionamento, constata o consultor Daniel Portillo Serrano

POR PATRICIA FACHIN

O comportamento das gerações Y e Z e a relação que os jovens mantêm com a internet têm causado “estranhamento” entre as gerações anteriores, que nem sempre compreendem a necessidade de eles estarem conectados constantemente à internet. A justificativa, segundo o professor e consultor Daniel Portillo Serrano, está muito mais relacionada à novidade do que com a própria necessidade.

Embora a geração Y tenha nascido junto com as tecnologias, é entre os Zs, aqueles que nasceram depois dos anos 1990 e 2000, que o acesso à rede tem se intensificado. Em entrevista à IHU On-Line por e-mail, Serrano menciona que a “geração Z é a encarnação do que a Y gostaria de ter sido”. Enquanto os jovens dos anos 1980 tinham de usar modems para acessar a internet, “a geração Z trata as conexões à Internet como se fossem o fornecimento de eletricidade ou água. Assim como sabem que, ao abrir uma torneira, a água sai e ao ligar um equipamento em uma tomada, ele funciona, a internet é algo abundante e disponível”, compara.

Daniel Portillo Serrano é graduado em Comunicação Social com especialização em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhembi Morumbi, pós-graduado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Ibero-Americano e mestrando em Administração de Empresas pela Universidade Paulista - Unip. Atualmente leciona Marketing e Estudos de Comportamento do Consumidor na Faculdade Eniac Educação Básica e Superior, e Comportamento do Consumidor e Tendências de Consumo nos cursos de pós-graduação das Faculdades Integradas de Bauru - FIB. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Por que a geração Y está sempre conectada à internet? Como compreender essa necessidade de estar sempre online?

Daniel Portillo Serrano - A juventude atual nasceu cercada de computadores. Não foi, no entanto, o dispositivo que chamou a atenção dessa geração, mas, sim, a possibilidade de utilizá-lo

para se conectar e manter-se online. Permanecer conectado dá aos componentes da geração Y a sensação de que nenhum fato, nenhuma notícia, nenhum acontecimento vai passar despercebido. A geração Y nasce sob a égide do imediatismo, da informação instantânea.

Diferente dos seus pais, que espe-

ravam até uma semana para saber dos principais fatos do mundo nas revistas semanais, a nova geração vê as notícias de ontem como uma “informação velha”. O fato tem que ser percebido no momento em que ocorre; a única forma disso ocorrer é manter-se online.

IHU On-Line - Que relações a geração Y mantém com a internet e os dispositivos tecnológicos?

Daniel Portillo Serrano - A internet está para geração Y como as bibliotecas ou bancas de jornal estão para as gerações anteriores. A geração Y não sente a necessidade de aprender e se aprofundar em nada. Não há a necessidade de decorar. Quando precisar de uma informação, o jovem saberá onde encontrá-la. Um jovem conectado não demora mais do que poucos segundos para acessar qualquer texto de que necessite. Assim, mais do que guardar livros, onde a busca da informação é imprecisa, o jovem mantém à mão sítios de busca, onde instantaneamente pode acessar a informação necessária em milhões de veículos, muitas vezes, sem custo nenhum. Aos poucos, a internet vai substituindo, para esta geração, os livros e material didático.

Os dispositivos tecnológicos são uma necessidade imprescindível para esta geração. Se pudéssemos fazer uma releitura da hierarquia das necessidades humanas voltada a esta geração, os *gadgets* apareceriam como itens de necessidade básica, precedendo as necessidades sociais.

IHU On-Line - Como vê a atuação e participação dos jovens das gerações Y e Z em sítios de relacionamentos? Qual o sentido dessas redes sociais para eles como espaço de constituição do sujeito?

Daniel Portillo Serrano - Se até algum tempo atrás acreditava-se que a internet substituiria as cartas via correio, a certeza, atualmente, é que está substituindo não apenas as mensagens que enviamos aos amigos, mas também as próprias visitas físicas. A visita à casa de um parente ou de um amigo já não é tão necessária para a geração Y, como o era para a geração X. O relacionamento não precisa ocorrer presencialmente, e na preferência

desta nova geração, é melhor que não ocorra. Visitas são feitas virtualmente através de mensageiros instantâneos e sítios de relacionamento com a marca da nova geração: o imediatismo. Visito o Facebook de um amigo e lá me sinto em sua casa. Afinal, tudo que há de valor, tudo que o jovem precisa saber e tudo que pode gerar um relacionamento está no sítio, e não mais em sua casa. Não precisa mais chamar seus amigos para mostrar as fotos de sua última viagem. Publica em seu sítio e seus amigos acessam quando bem entenderem. Se precisa comunicar algo, não tem a necessidade de telefonar: publica a mensagem em seu sítio. E,

“O relacionamento não precisa ocorrer presencialmente, e, na preferência desta nova geração, é melhor que não ocorra”

desta forma, tem a certeza que em alguns segundos, toda a rede de relacionamento estará a par dessa informação. Os pais da geração Y, mantinham em média 15 a 20 amigos, incluindo três ou quatro de contato mais próximo. Hoje, através do Orkut, Twitter ou Facebook¹, um jovem mantém relacionamentos simultâneos (e instantâneos) com mais de uma centena de pessoas.

IHU On-Line - O senhor comenta que os jovens desta geração compartilham tudo que é seu: dados, fotos, hábitos. Como compreender essa característica? O que eles buscam a partir desse comportamento e o que essa atitude demonstra sobre eles e a maneira como compreendem a vida?

Daniel Portillo Serrano - Os adolescentes, independentemente de qual época viveram, sempre tiveram uma necessidade de se expor aos demais,

¹ Leia mais na IHU On-Line de 20-04-2009, número 290, intitulada Twitter, Facebook, MySpace e Orkut. As redes sociais na web. Disponível em <http://migre.me/4yipz>

seja contando suas aventuras aos colegas ou tentando aparecer em um mundo de “iguais”. Isso sempre foi notado através das roupas que usam, das músicas que ouvem ou dos lugares que frequentam. A grande dificuldade, no entanto, sempre foi mostrar essa imagem de forma abrangente. Gerações anteriores não tinham tempo nem locais apropriados para escancarar sua vida para que os demais elementos do grupo pudessem consultar. Os sítios de relacionamento trouxeram a possibilidade de se expor e divulgar todas aquelas informações que o jovem queriam mostrar ao seu grupo.

IHU On-Line - Como caracteriza o comportamento consumidor da geração Y?

Daniel Portillo Serrano - Ela não é fiel a marcas. Tentar fidelizar esse jovem é desperdício de dinheiro. Mais do que marcas ou rótulos, a geração Y busca inovação. Um novo *gadget* fará parte de sua lista de desejos antes mesmo de ser lançado. Passará horas em uma fila para adquirir em primeira mão um produto que será lançado à meia-noite em uma badalada loja de eletrônicos. No dia seguinte ostentará a compra em seu escritório ou faculdade, como um troféu. Contará, por horas a fio, a odisseia que passou na fila. Mas se sentirá inserido em um mundo que só ele e os integrantes de sua geração entendem: aquele onde a novidade é mais importante do que a própria necessidade. O jovem da geração Y é multitarefa. Consegue falar com amigos ao telefone, enviar mensagens, visitar os sítios de relacionamento e ouvir uma música. Tudo simultaneamente.

IHU On-Line - A geração Z também nasceu em uma sociedade tecnológica. Nesse sentido, o que a diferencia dos antecessores Ys?

Daniel Portillo Serrano - A geração Z é aquela nascida na última década do século XX e primeira década do século XXI. Semelhante à geração Y, a geração Z não é fiel a marcas, vive em função de inovações tecnológicas e prefere o mundo virtual ao real. A diferença entre ambas as gerações, no entanto, é que se a geração Y precisava se conectar à internet,

para entrar no seu mundo, a geração Z já nasceu conectada. Não há mais a necessidade de um computador. A internet está presente em todos os seus equipamentos: telefone, notebooks, televisores de última geração e dispositivos portáteis. Conversa com os amigos por SMS (já que o e-mail está fora de moda). Ao invés de usar o celular no ouvido o utilizam à frente dos olhos. São multitarefa e não são fieis a trabalhos ou empregos que não estejam de acordo com suas crenças.

IHU On-Line - O senhor diz que a geração Z se parece mais com a Y do que os próprios Y. Em que aspectos e por quê?

Daniel Portillo Serrano - A geração Z é a encarnação do que a geração Y gostaria de ter sido. Vários adolescentes da geração Y tinham que usar modems, ou acesso discado para “entrar na internet”. Sempre à frente de um computador Y. A geração Z trata as conexões à internet como se fossem o fornecimento de eletricidade ou água. Assim como sabem que ao abrir uma torneira a água sai e ao ligar um equipamento em uma tomada, ele funciona, a internet é algo abundante e disponível. Poucos conheceram uma conexão discada. Na verdade poucos sabem o que significa discar.

IHU On-Line - O que se pode esperar da geração Z em relação à tecnologia e ao comportamento voltado para as redes?

Daniel Portillo Serrano - A geração Z será a grande consumidora de tecnologia dos próximos anos. Poucos fabricantes estão atentos a isso. Enquanto todos festejam a geração Y como os consumidores do futuro, é a geração Z que acaba consumindo os *gadgets* mais badalados e inovadores. A geração Y já está entrando no mercado de trabalho produzindo o que eles não tiveram de gerações anteriores. Grande parte procura empresas de tecnologia para fabricar sonhos inimagináveis anos atrás. Os grandes consumidores dessa fornada será a geração Z.

Diferentes gerações, novos pensamentos

POR ANELISE ZANONI

Talvez a tecnologia seja a grande alavanca de mudança das últimas gerações que estão saindo ou chegando ao mercado de trabalho. Primeiros a crescerem em frente à TV, os chamados baby boomers puderam compartilhar grandes eventos culturais e acompanharam de forma ativa importantes momentos do século XX. Por outro lado, o grupo que surgiu após os anos 1960 (e até 1979), chamados da Geração X, conviveu com transformações rápidas do mundo, lutaram contra repressões ainda existentes e buscaram a própria identidade.

Mais evoluídos tecnologicamente, os integrantes da Geração Y são tema de diversas discussões, principalmente pelo fato de eles conviverem facilmente com a internet e modificarem modos de viver, agir e pensar.

Para compreender a dinamicidade de cada uma das épocas, a IHU On-Line conversou com pessoas de diferentes idades. A partir de fichas e depoimentos, é possível reconhecer semelhanças e grandes diferenças, o que faz de cada uma das gerações algo único. Confira.

BABY BOOMERS (nascidos entre 1940 e 1959)



Nome: Marisa Ferreira Roque

Idade: 54 anos

Profissão: nutricionista

Religião: católica

Mercado de trabalho é: uma opção oferecida para as pessoas trabalharem

O emprego ideal é: aquele em que a pessoa gosta do local, tem um horário para conciliar a vida pessoal e com boa remuneração

Família é: um porto seguro, onde podemos nos apoiar

Como é constituída minha família: eu e meu marido

Relacionamento: casada há 17 anos

Um tipo de música: brasileira

Uma pessoa que admira: minha mãe

O que faço nas horas de lazer: trabalhos manuais, olho TV, ouço música e vejo filmes

O que é o amor: é um sentimento acompanhado de companheirismo, às vezes difícil de explicar

Quais são os ídolos na música: Bono Vox

Melhor tecnologia inventada: telefone celular

O que acha da internet: ótimo, se controlada

Redes sociais: não uso

GERAÇÃO X (nascidos entre 1960 e 1979)

Nome: Carlos Alexandre Fonseca Pereira
Idade: 34 anos
Profissão: auxiliar administrativo
Religião: não tenho
Mercado de trabalho é: um campo de oportunidades

profissionais no qual precisamos nos adaptar

O emprego ideal é: aquele que concilia bom salário e a possibilidade de estabilidade

Família é: duas pessoas que se amam

Como é constituída minha família: eu e minha esposa

Relacionamento: casado há 10 anos

Um tipo de música: MPB

Uma pessoa que admira: minha mãe

O que faço nas horas de lazer: estudo, toco violão e ouço música

O que é o amor: respeito e cumplicidade

Quais são os ídolos na música: Gilberto Gil e Caetano Veloso

Melhor tecnologia inventada: internet

O que acha da internet: uma faca de dois gumes

Redes sociais: uso Facebook, MSN e Twitter

GERAÇÃO Y (nascidos entre 1980 e 1999)

Nome: Mayara Vargas
Idade: 18 anos
Profissão: estudante
Religião: católica, mas não pratico
Mercado de trabalho é: onde vou ganhar dinheiro
O emprego ideal é: um local

onde vou atuar e ser feliz

Família é: união e base para a vida

Como é constituída minha família: eu, minha mãe e minha avó

Relacionamento: solteira

Um tipo de música: eclético

Uma pessoa que admira: minha avó e minha mãe

O que faço nas horas de lazer: fico na internet e assisto a filmes

O que é o amor: são todos os bons sentimentos em um só

Quais são os ídolos na música: John Lennon e Bob Marley

Melhor tecnologia inventada: telefone

O que acha da internet: uma das melhores tecnologias

Redes sociais: uso MSN, Twitter, Facebook e Orkut

GERAÇÃO Y (nascidos entre 1980 e 1999)

Nome: Mariana Vaz
Idade: 19 anos
Profissão: estudante
Religião: católica, apenas batizada
Mercado de trabalho é: lugar onde vou atuar depois da universidade

O emprego ideal é: algo que eu goste de fazer e que me dê satisfação

Família é: a base da vida

Como é constituída minha família: eu e minha avó

Relacionamento: namoro

Um tipo de música: rock anos dos anos 1960 e reggae

Uma pessoa que admira: minha mãe

O que faço nas horas de lazer: fico na internet ou durmo

O que é o amor: é a base de um bom relacionamento

Quais são os ídolos na música: John Lennon e Bob Marley

Melhor tecnologia inventada: internet

O que acha da internet: a melhor tecnologia

Redes sociais: acesso MSN, Orkut e Facebook

GERAÇÃO Y (nascidos entre 1980 e 1999)

Nome: Matheus Borba Guimarães
Idade: 17 anos
Profissão: estudante
Religião: não tem
Mercado de trabalho é: um desafio para seguir na vida
O emprego ideal é: algo

que não seja cansativo e tenha boa remuneração

Família é: algo que ficará para sempre ao seu lado

Como é constituída minha família: eu, pai, mãe e irmã

Relacionamento: namora

Um tipo de música: rock

Uma pessoa que admira: avó

O que faço nas horas de lazer: saio com amigos e fico na internet

O que é o amor: aquilo que faz as pessoas mudarem o jeito de pensar e nos deixa mais feliz

Quais são os ídolos na música: Kurt Cobain

Melhor tecnologia inventada: internet

O que acha da internet: o melhor do século

Redes sociais: acesso Orkut, Facebook, MSN, Last.fm e Twitter

GERAÇÃO Y (nascidos entre 1980 e 1999)



Nome: Bruna Lucas

Idade: 18 anos

Profissão: estudante

Religião: evangélica praticante

Mercado de trabalho é: um investimento para a vida

O emprego ideal é: aquele que eu consiga ser famosa

Família é: união e amor

Como é constituída minha família: eu e meu pai

Relacionamento: solteira

Um tipo de música: eletrônica

Uma pessoa que admira: mãe, pai e eu mesma

O que faço nas horas de lazer: durmo

O que é o amor: é tudo na vida

Quais são os ídolos na música: o DJ David Getta

Melhor tecnologia inventada: computador

O que acha da internet: ótimo

Redes sociais: MSN, Twitter, Facebook e Orkut

“Sou a típica jovem da geração Y. Não sei viver sem Internet, vou do samba ao rock em um segundo. Minha vida pessoal vem sempre em primeiro lugar e eu faço mil coisas ao mesmo tempo.

Considero pontos fortes da minha geração a capacidade de adaptação, criatividade e coragem.

Tenho orgulho de fazer parte dessa geração que está quebrando as regras do mundo corporativo com suas jornadas de trabalho flexíveis e a convivência com as outras gerações de igual para igual, não se importando com quem sabe mais e, sim, trocando experiência e conhecimento o tempo todo.”

Karine Santos da Silva tem 27 anos, é estudante de Administração de Empresas e atualmente trabalha na empresa Reiter Log



“Com a ideia de fazer meu Trabalho de Conclusão de Curso sobre redes sociais e a geração Y, vi aí a oportunidade de falar sobre algo que é de extrema importância, visto que os indivíduos da geração Y estão chegando às lideranças empresariais e, com isso, o atual contexto organizacional está tendo de se moldar ao comportamento desses jovens.

Lendo o livro *A Geração Y no trabalho: Como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura da sua empresa* (Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2010), de Nicole Lipkin, percebi que a geração que me incluo é perfeitamente previsível em suas características. Por termos sido criados na melhor fase político-econômico-social do mundo, nossos pais puderam nos dar uma educação recheada de atenção especial, tecnologia e sempre fomos tratados como filhos especiais.

Por causa disso, hoje temos dificuldade de lidar com críticas e feedbacks de nossos chefes. Queremos ser bem-sucedidos e focamos na carreira desejada à custa da carreira atual. Falamos o que nossos superiores não estão dispostos a ouvir e precisamos de gratificação e reconhecimento instantâneo, o que nos torna ansiosos e impacientes no ambiente de trabalho.

Por causa disso, hoje temos dificuldade de lidar com críticas e feedbacks de nossos chefes. Queremos ser bem-sucedidos e focamos na carreira desejada à custa da carreira atual. Falamos o que nossos superiores não estão dispostos a ouvir e precisamos de gratificação e reconhecimento instantâneo, o que nos torna ansiosos e impacientes no ambiente de trabalho.

Lendo um blog, encontrei uma definição um tanto engraçada, mas também preocupante em relação à geração Y. A autora do blog fazia a alusão aos fones de ouvido, de que os fios do fone formam um Y. Praticamente todos os jovens Ys são adeptos às tecnologias (MSN, celular, ipods, ipads, jogos) e diversas vezes as preferem ao contato pessoal. Acabamos por nos tornarmos uma geração introspectiva e a relação interpessoal está sendo deixada de lado. De certa forma, isso está se refletindo negativamente no ambiente de trabalho.

Por outro lado, temos estilos próprios e autênticos, somos abertos a perguntas, trabalhamos muito bem em equipe, somos inovadores e não temos medo de exposição com novas ideias. Valorizamos a integração da vida profissional com a pessoal para garantir uma melhor qualidade de vida. Também temos quase total domínio do mundo digital. Somos a geração menos preconceituosa dos últimos tempos e lidamos bem com as diferenças. Damos mais valor ao talento do que ao tempo de trabalho.

Em resumo, somos a geração do momento, o que não faz de nós os últimos. A geração Z já está aí. As crianças são inteligentíssimas, sabem mexer em qualquer tecnologia e falar quase sem erros gramaticais antes dos três anos de idade.”

Andreza Nascimento é estudante de Relações Públicas e tem 22 anos



“Meu nome é Carlos Alberto Britto Salamoni. Nasci em Porto Alegre, em 1971. Tenho 39 anos. Vivo uma espécie de crise pré-40, questionando o que fiz da minha vida até agora. Por enquanto o saldo é positivo. Estudei em escola pública e fiz cursinho pré-vestibular para ingressar na universidade federal. Tentei ser cirurgião-dentista, mas desisti no primeiro semestre. Uma decisão difícil, porém correta. Mudei para o jornalismo, mais uma decisão correta. Trabalho com comunicação institucional, caminho que percorro desde o primeiro estágio, quando ainda estava na faculdade. Fiz várias publicações para dezenas de empresas, trabalhando em uma pequena editora. Teria feito carreira por lá, mas quatro anos foram suficientes para eu perceber que a remuneração não iria muito além do piso da categoria. Saí e trabalhei um tempo, produzindo vídeos publicitários. Experiência fascinante, porém desgastante pela falta de vínculos trabalhistas e da segurança financeira que um emprego formal proporciona, pagando salário todo mês, férias, 13º, fundo de garantia. Sou muito “pé no chão”. O convite para fazer uma entrevista em uma empresa foi suficiente para eu desistir da publicidade. Voltar à formalidade, deu uma certa tranquilidade, tanto que estou há dez anos nessa empresa. Só saio, se me mandarem embora.

Gosto de fazer uma coisa de cada vez e de me envolver em projetos longos. A multiplicidade de tarefas no mesmo dia e até na mesma hora atrapalha a minha produtividade. Perco o controle da situação, o que é desastroso. O reflexo direto disso é a bagunça na mesa de trabalho. Quando tudo está bem, minha mesa é digna de prêmio no 5S. Mantenho meus arquivos bem organizados no computador. Qualquer colega poderá encontrá-los com facilidade. Minha necessidade de organização virtual também vale para a minha caixa de e-mails. Caixa cheia me dá nos nervos. Procuro manter o mínimo necessário para não me confundir. Não fico olhando a caixa toda hora. E-mail urgente se manda por telefone.

Hábitos - Gosto de ler livros de papel, de anotar, de sublinhar. Comecei minha vida adulta acompanhando uma revolução tecnológica que hoje chegou aos tablets. Não consigo ler muito texto em telas, meus olhos cansam rapidamente, mesmo que eu esteja de óculos. Folhear faz parte da leitura. Na minha opinião, ainda está por ser inventado um suporte de comunicação escrita mais acessível do que livros e revistas.

Música - Sou apaixonado por música, principalmente por rock, mas não toco um acorde. Sou um ouvinte apaixonado. Alguns de meus ídolos morreram antes de eu nascer (Jim Morrison, Jimmy Hendrix, Janis Joplin), seria a maldição da letra “J”? Outros, morreram quando eu era só um garotinho (Moon, Bonzo). Mas há os resistentes às mazelas desse estilo de vida



CARLOS (X), VALENTINA (Z) E O ROCK COMO GOSTO EM COMUM

(Ozzy Osbourne, Keith Richards). Como dizia Cazuzu, “meus heróis morreram de overdose, meus inimigos estão no poder”, ou estavam? Colecionava discos de vinil que ouvia exaustivamente até arranhá-los. Troquei toda minha coleção pelo CD, mais durável e menos volumoso. Agora estou substituindo meus CDs por arquivos digitais, migrando do físico para o virtual. Já copiei toda a coleção para o computador, o que me permite recopiá-la para o MP3 player, meu aparelho de som favorito dada a portabilidade dele. A música está onde eu estiver. Na música, a tecnologia digital conseguiu substituir os meios tradicionais. A possibilidade de baixar músicas na internet abriu janelas que pareciam trancadas pelo tempo. Descobri bandas esquecidas ao longo da história que não chegaram aos meus ouvidos na adolescência. Hoje é possível ouvir o último lançamento de uma banda antes do CD chegar às lojas. Isso é fascinante. Como as gravadoras vão se virar com isso? Não sei, é problema delas.

Sonhos - Quero viajar com minha família, conhecer o velho mundo, sentir o seu cheiro, ouvir o seu barulho, sentir o sabor de sua culinária, tocar em paredes com centenas de anos, viver num outro jeito de viver. Fotografias são muito artificiais e limitadas.

Quero acompanhar mais de perto a educação da minha filha, hoje com três anos. Poder ajudá-la nas tarefas da escola. Vai ser divertido poder ensinar. Quem sabe, um dia, eu aprenda a tocar um instrumento, junto com ela. Tenho um teclado guardado embaixo da cama da minha filhota. Um dia vou apresentá-lo. Espero que ela goste.”

Carlos Salamoni é jornalista, tem 39 anos e há 10 trabalha na Fundação CEEE, em Porto Alegre

“Nasci em 1986 e me defino como uma clássica representante da geração Y. Não gosto desse rótulo de que somos ansiosos, mas, de certa forma, este nosso jeito de ser está relacionado com as tecnologias. Somos uma geração acostumada com respostas rápidas e queremos rapidez tanto nas relações de trabalho como nas de consumo.



Para compreender as críticas feitas a jovens da minha idade, estudei o comportamento da geração Y e recentemente finalizei o Trabalho de Conclusão de Curso do MBA. Na ocasião, estudei três empresas fundadas por profissionais Ys e vi que nessas organizações a relação com o trabalho é diferente, principalmente em relação à hierarquia. As empresas formadas por Ys são mais fluidas, flexíveis em relação ao horário, o que não significa que eles trabalhem menos, pelo contrário, em diversas situações trabalham muito mais. As pessoas são mais donas do seu tempo e das suas atividades. Existe hierarquia nas empresas. Todavia, o fato de se ter um chefe não diz nada. O chefe precisa mostrar para o restante da equipe que ele tem competência para assumir esta posição e a relação se dá pela credibilidade.

Para nós, as horas de trabalho têm menos importância do que a atividade a ser realizada e a questão do salário e do reconhecimento também é levado em conta. Temos mais facilidade em trabalhar com projetos e crescer na empresa não significa necessariamente trocar de cargo e, sim, ter novos desafios. Nas empresas formadas por Ys, percebi que há laços de amizade, algo que em muitas organizações tradicionais não é bem visto.

Penso que as empresas têm a ganhar com a mescla de gerações. Não é só de conflito que vivem as empresas. Se elas criarem um ambiente de compartilhamento e cooperatividade, podem obter bons resultados porque todas as gerações têm o que ensinar. A questão é todos os funcionários terem humildade para reconhecer as qualidades do outro.

Nesse sentido, a geração X pode contribuir com os Ys, ensinando três coisas que nós não encontramos no Google: valores, escolhas e foco. Sempre recorro a professores, familiares e peço sugestões para direcionar algumas atividades. Essa troca pode ser positiva.

A educação que temos hoje no ensino básico está na contramão das novas tecnologias, em especial porque o modelo de ensino de sala de aula e a exposição arquitetônica das salas são os mesmos do século passado. Falamos tanto das transformações do mundo e do trabalho, mas, enquanto isso, a educação caminha a passos curtos. Existem alguns estudos que propõem a educação a partir de jogos e penso que eles podem revolucionar o processo educacional.

Pensando na formação universitária, algumas questões não mudam nunca. O papel do professor na universidade, independentemente da geração a que pertença, é compreender seus alunos. Muitos profissionais têm perfil no Twitter, no Facebook e penso que isso é positivo porque não existe mais divisão entre a vida online e offline. Então, o espaço de relacionamento e de compartilhamento não precisa ser apenas a sala de aula; ele pode transcender.”

Silvia Kihara é formada em Ciências Sociais e pós-graduada em Gestão de Pessoas

01 de junho de 2011

Oficina indicadores da Saúde

Horário: das 14h às 17h

Local: Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros - IHU

As tecnologias e a falsa sensação de afeto

Para o psiquiatra José Outeiral, o ciberespaço poderá ser útil como ferramenta tecnológica. Contudo, não é necessariamente positivo para as relações humanas

POR PATRÍCIA FACHIN

Na avaliação do psiquiatra José Outeiral, em entrevista concedida à **IHU On-Line** por e-mail, as tecnologias criam, entre os jovens, a falsa sensação de estabelecer um relacionamento afetivo. Presente no dia a dia da juventude, sítios de relacionamento e redes sociais são utilizadas, na opinião dele, como “uma fuga para as relações periféricas e fugazes”.

Outeiral é psicoterapeuta de Grupo e especialista em psiquiatria de adultos, crianças e adolescentes. Membro da Sociedade Psicanalítica de Pelotas e da Sociedade Brasileira de Psicanálise do Rio de Janeiro, é ex-professor da Faculdade de Medicina da PUCRS. Entre suas obras, citamos *Adolescer* (Editora Revinter, 2008) e *O adolescente borderline* (Editora Artmed, 1993). Confira a entrevista.

IHU On-Line - Como o senhor caracteriza o comportamento dos jovens da chamada geração Y, que nasceram junto com as tecnologias? O que os diferencia das outras gerações?

José Outeiral - As gerações se sucedem e mantêm pontos em comum e diferenças com as gerações anteriores. Uma das diferenças pode ser a que envolve a “intromissão” da tecnologia nas relações interpessoais; muitos jovens se “escondem” do contato interpessoal através de sítios de relacionamento, outros, ao contrário, imaginam que têm “dezenas” de amigos no Orkut. A tecnologia nunca substituirá, sob meu ponto de vista, o contato humano.

IHU On-Line - Quais são os valores da juventude?

José Outeiral - Há um incremento do narcisismo, por exemplo; a “saga dos vampiros” representa um aspecto individualista onde nas relações busca-se extrair do outro aquilo de que alguém necessita; há um evitar da intimidade e uma fuga para as relações periféricas e fugazes, “vampirescas”, por assim dizer, de uma estética gótica, “bárbaros” para os renascentistas.

IHU On-Line - O senhor diz que o ciberespaço é utilizado de forma positiva para formar grupos virtuais, mas, por outro lado, ele pode gerar um “adoecer”. Pode nos explicar essa ideia?

José Outeiral - Tenho dúvida de que o ciberespaço seja, efetivamente, positivo para as relações humanas. Como ferramenta tecnológica, poderá ser útil se bem utilizado, o que não é fácil. Há uma máquina que se interpõem entre as pessoas e onde se pode usar um “nickname” que nos remete ao falso.

IHU On-Line - Alguns especialistas caracterizam a geração Y como ansiosa. Esse comportamento é reflexo da cultura de redes?

José Outeiral - Há uma ansiedade porque as relações são fugazes e superficiais. Há uma grande velocidade que impede o estabelecimento de vínculos, mas a ansiedade é característica dos seres humanos desde que há civilização.

IHU On-Line - Diferente da geração anterior, os jovens de hoje priorizam mais a vida pessoal do que a vida

profissional? Psicologicamente, como compreender esse comportamento?

José Outeiral - Penso o inverso: há uma ênfase, como posso perceber em meu trabalho clínico e no que leio sobre o assunto, um grande anseio por êxito profissional em detrimento, por vezes, da realização pessoal. A terceira causa de morte de jovens no Brasil, segundo o IBGE, é por suicídio, o que nos dá uma ideia de que “o ser humano” está em tensão.

IHU On-Line - Como, de maneira geral, esses jovens se comportam em relação às questões de gênero, diversidade sexual, preconceitos?

José Outeiral - Há uma maior aceitação da diversidade e da singularidade e isto, ao mesmo tempo, causa incertezas quanto aos padrões que eram vigentes na geração anterior.

IHU On-Line- Dizem que os jovens de hoje são mais individualistas do que os de outras gerações. A que aspectos o senhor atribui essa individualidade?

José Outeiral - Acredito que um dos fatores é uma sociedade centrada no narcisismo e em valores materiais.

“A tendência é ver a liderança como um processo sistêmico, e não linear”

Na avaliação da psicóloga Patrícia Fagundes, o dinamismo e a impaciência que marcam a geração Y são expressões que traduzem os avanços telemáticos da sociedade contemporânea

POR PATRÍCIA FACHIN

O conceito de liderança individual deve mudar a partir da inserção da geração Y no mercado de trabalho. Isso porque, segundo a psicóloga e professora de Gestão, Patrícia Fagundes, os novos trabalhadores compreendem o mundo de forma mais dinâmica, conectado e “com fontes de informação que extrapolam as tradicionais figuras de autoridade como pais e professores”. Para futuro, explica, “a tendência é de que tenhamos líderes que compreendam a liderança menos como uma posição, e mais como um processo”.

Na entrevista que segue, concedida por e-mail à **IHU On-Line**, Patrícia menciona que as dificuldades de relação entre as gerações X e Y se dão no ambiente profissional e tem a ver com “o significado de trabalho” para ambos. “É comum que os Xs sejam workholics, e que tenham se acostumado com dicotomias do tipo vida profissional = trabalho duro; vida pessoal = lazer. Não passa pela cabeça dos Ys esta separação. Arrisco a dizer que para os Ys, trabalho tem que equivaler a algo do tipo ‘prazer remunerado’, ou algo próximo a isto”.

Graduada em Psicologia pela Unisinos, mestre em Administração de Empresas e doutora em Psicologia pela PUCRS, Patrícia Fagundes é docente na Unisinos e professora visitante em MBAs de diversas universidades. Tem experiência nas áreas de Psicologia do Trabalho e Recursos Humanos, atuando em consultoria nas áreas de desenvolvimento gerencial e de equipes, comportamento organizacional e gestão de pessoas. Entre as obras publicadas está *A dimensão coletiva da liderança*, divulgada nos **Cadernos IHU Ideias**, de 13-07-2009, edição 120. Disponível em <http://migre.me/4yiWS>. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Como descreve a geração Y?

Patrícia Fagundes - Não há uma concordância quanto ao ano de nascimento dos “Ys”, variando as referências entre 1978 e 1984. Mas o que difere a geração Net de suas antecessoras é principalmente o fato de esta ser a primeira geração a crescer cercada pela mídia digital, tendo contato e interação, ainda na infância, com a tecnologia digital (jogos, internet, celulares). Assim, o fator determinante para a caracterização de um “sujeito Y” é o contexto telemático com que, desde cedo, ele interage. Obviamente, este é um fator que interdepende de todo um contexto socioeconômico-cultural que não pode ser esquecido nesta identificação e compreensão da

geração Y. A despeito destas especificidades de cada contexto, é possível identificar características convergentes aos Ys, tais como: a) capacidade de criar e empreender; b) capacidade de manter relacionamentos sociais e de trabalho em equipe, embora reivindiquem autonomia em suas opiniões e atuação; c) inclinação para ações e resultados mais imediatos, constantemente demandando e fornecendo feedbacks.

Podem estar fisicamente “individualizados” (ele e o computador), mas não são individualistas: estão conectados ao coletivo, o tempo todo, pela “rede”. Tendem evidenciar preocupação com a ética e a inclusão.

A intensidade e nuances de manifestação de tais características pre-

cisam, portanto, ser compreendidas dinamicamente e em relação ao contexto socioeconômico-cultural em questão.

IHU On-Line - Quais são os valores desta geração no que se refere ao trabalho?

Patrícia Fagundes - Cito alguns:

a) Liberdade na condução de suas buscas de sentido e, conseqüentemente, na construção de suas carreiras. Uma pesquisa brasileira sobre “Geração Y e Carreira” aponta este resultado: “a necessidade das pessoas assumirem o comando de sua evolução profissional, independentemente das fronteiras de uma organização. (...) A autogestão da carreira é evidenciada” (VASCONCELOS et al., p. 11, 2009).

b) A valorização da educação formal como fator-chave do sucesso profissional (MARTIN, 2005).

c) Pouca obediência do poder advindo da hierarquia, mas valorização do poder exercido pelo conhecimento/perícia e pela referência/carisma - isto os faz serem “seguidores”.

d) Vida pessoal é considerada nas escolhas e processos decisórios da vida profissional. Esta geração não assume o papel *workholic* característico da geração X.

IHU On-Line - Quais os limites da geração Y? Embora sejam caracterizados como dinâmicos, também são impacientes no sentido de não consolidarem carreira em uma empresa?

Patrícia Fagundes - Parece-me que os principais limites estão associados à baixa capacidade de contemplação e reflexão. Não que estes fatores não possam ser desenvolvidos, mas, via de regra, exigem um esforço maior quando a tendência é o imediatismo e a objetividade. Um aspecto que não pode estar desarticulado nesta discussão é o fator do amadurecimento do ciclo de vida. Isto é, em um certo nível o dinamismo e a impaciência sempre são maiores nas gerações mais novas quando comparadas às gerações anteriores. Um dia desses, estava lendo um artigo que discutia as transformações nas relações de trabalho, comparando os *baby boomers* aos “Xs”. Inegavelmente, o tempo nos transforma e, no mínimo, nos torna menos fóbicos à capacidade de ser paciente. Contudo, este dinamismo e impaciência que sim, marcam os “Ys”, são expressões que traduzem, principalmente, os avanços telemáticos e os discutidos movimentos da globalização socioeconômico-cultural neste espaço-tempo que eles protagonizam. Neste sentido, Schikmann e Coimbra (2001) referem que, nos anos 1960, as grandes diferenças entre gerações eram de valores e, hoje, o abismo é tecnológico. Penso, contudo, pelo abismo tecnológico, a discussão dos valores muitas vezes torna-se oclusa, pouco discutida - e talvez por isto cause a impressão de que pouco existe.

IHU On-Line - Como se dá a relação, no mundo do trabalho, entre as gerações X e Y? Como a questão da liderança perpassa por essa relação? A dimensão individual de liderança tende a mudar?

Patrícia Fagundes - Começando pelo último questionamento: sim, se considerarmos a dimensão individual da liderança como indivíduo-líder, a tendência é de que tenhamos líderes que compreendam a liderança menos como uma posição, e mais como um processo. Pela forma como internalizaram o mundo - mais dinâmico, mais conectado, com fontes de informação que extrapolam as tradicionais figuras de autoridade (pais, professores), a tendência é de ver a liderança como

“O dinamismo e a impaciência sempre são maiores nas gerações mais novas quando comparadas às gerações anteriores”

um processo sistêmico, e não linear - o que e, em tese, é muito propício para a prática do conceito de “rede de liderança”. Neste caso, os papéis de líder e liderados se alternam (formal ou informalmente), dependendo do contexto. Reforço que a natureza de poder pessoal (conhecimento, carisma) é mais valorizada pelos Ys; parece-me que eles não chegam a confrontar o poder outorgado; apenas não o legitimam. E como não possuem, via de regra, apego ao vínculo institucional, o mais comum é se afastarem quando não se sentem devidamente desafiados, reconhecidos e valorizados - daí surgem os problemas de retenção dos talentos Ys.

Uma das dificuldades vivenciadas na relação entre X e Y no trabalho tem a ver com o significado de “trabalho”, o que se desdobra na noção de desempenho e resultado: é comum que os Xs

sejam *workaholics*, e que tenham se acostumado com dicotomias do tipo vida profissional = trabalho duro; vida pessoal = lazer. Não passa pela cabeça dos Ys esta separação. Arrisco a dizer que, para os Ys, trabalho tem que equivaler a algo do tipo “prazer remunerado”, ou algo próximo a isto.

IHU On-Line - Que aprendizagens são possíveis na transição das gerações X e Y? Quais os maiores desafios do encontro dessas gerações na gestão de pessoas?

Patrícia Fagundes - Sem a pretensão de responder completamente a uma pergunta tão complexa, sinalizo quatro movimentos preliminares e essenciais, em minha opinião: primeiro, o reconhecimento do diferente e a vivência (e não apenas o discurso) de abertura ao que ele representa (valores, tempos, prioridades); segundo, a disponibilidade de perceber *dialogicamente* estas diferenças sem o dicotômico e ingênuo juízo de valor (bom/ruim, certo/errado), nem o solene e narcísico ignorar das mesmas (“mas é possível existir outro jeito que não seja o meu?”); terceiro, a humildade para chegar ao outro, com a soberania de “ser o que se é”, seja entre iguais ou diferentes, inovando, criando, permitindo que coisas novas possam emergir do encontro das singularidades, sem que necessariamente elas rumem à síntese; quarto, se construímos aprendizagens nos três movimentos que referi anteriormente, chegamos mais plenos ao exercício do respeito a nós mesmos e aos outros sujeitos - ao que efetivamente somos/são, sejam quais forem as diferenças que expressem.

A meu ver, se temos estas aprendizagens internalizadas nas dimensões individuais e coletivas (por exemplo, em cada trabalhador e na cultura de uma organização), as políticas de gestão de pessoas são representações deste processo. Sejam estratégias de retenção de talentos, de inclusão ou de avaliação de desempenho, podem ser formalizadas com maior adesão se pessoas e organizações se inter-relacionarem, conhecendo suas realidades, reconhecendo suas diferenças (de tempos, lugares, responsabilidades) e

buscando construir conexões viáveis, que partam do que há em comum, para transformarem o que é passível de transformação até contemplar o que se sustenta entre as inigualáveis diferenças.

IHU On-Line - A geração Y irá mudar a maneira de as empresas conduzirem as relações de trabalho e a estrutura trabalhista tradicional?

Patrícia Fagundes - Sim. Reforçando o que posicionei anteriormente, acredito que a médio prazo (se não a curto prazo) a estrutura trabalhista deverá ser repensada e adequada ao tempo de resposta, de autonomia e de prioridades que a geração Y vem demandando e, em decorrência, transformando “antigas certezas” no mundo do trabalho e na sociedade em geral.

IHU On-Line - Que aspectos devem mudar na rotina de trabalho em função da geração Y? O mercado irá se transformar para se adaptar a essa geração?

Patrícia Fagundes - Um aspecto que necessariamente precisa ser repensado, com a emergência da geração Y no mundo do trabalho, é a burocracia organizacional, principalmente quanto às validações hierárquicas, ao decorrente tempo

“Pelo abismo tecnológico, a discussão dos ‘valores’ muitas vezes torne-se oclusa, pouco discutida - e talvez por isto cause a impressão de que pouco existe”

de resposta, e os tradicionais mecanismos de controle, como o cartão-ponto. Não se trata de extinguir a burocracia (pois, dependendo da natureza da organização, ela é um elemento necessário e regulador), mas o próprio ritmo dos Ys deve lhe impor mudanças e adaptações. No mínimo, a tecnologia digital vai se intensificar, estando mais presente mesmo em organizações aparentemente menos permeáveis a estas inovações. A exemplo disso, podemos citar o próprio poder judiciário.

IHU On-Line - Como se dá o processo de gestão de pes-

soas a partir da inserção dos Ys no mercado de trabalho? Que aspectos devem ser levados em conta?

Patrícia Fagundes - Deve-se levar em conta o próprio “perfil” que caracteriza esta geração. Não podemos, por exemplo, gerir empreendedores sob a métrica da obediência. É preciso dar-lhes espaço, autonomia, desafios, feedback; é preciso integrar-se à sua conectividade, como forma de comunicação e interrelação. Ao mesmo tempo, é fundamental problematizar algumas “respostas rápidas” (típicamente Y), desenvolvendo nestes trabalhadores, tão rápidos na ação, a capacidade de contemplar, de refletir, de ouvir, de respeitar o tempo do outro. Sim, porque esta geração cada vez mais ocupará lugares de liderança. E, portanto, deverão identificar novos potenciais, desenvolver novos líderes. Aliás, questiono-me a respeito de se a geração Y será percebida pela geração Z. Esta é uma conversa para outro momento.

LEIA MAIS...

>> Patrícia Fagundes já concedeu outra entrevista à IHU On-Line.

* Liderança e gestão de grupos no IHU ideias. Publicada na edição 290. Acesse no link <http://migre.me/4ePSB>.

Ciclo de Palestras: Renda básica de cidadania

Palestra: Renda Básica de Cidadania. Um panorama da situação brasileira.

Palestrante: Profa. Dra. Lena Lavinias, da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

Data: 23 de maio

Horário: das 19h às 20h - Recepção e credenciamento

Das 20h às 22h - Palestra

Informações em www.ihu.unisinos.br

A busca espiritual da geração Y

Os Ys têm mais liberdade para conhecer diferentes sistemas religiosos, por isso, a tendência desta geração, segundo Solange Rodrigues, é o trânsito em diversas alternativas religiosas num curto espaço de tempo

POR PATRICIA FACHIN

A internet é a principal ferramenta utilizada pela geração Y e a “proximidade com a tecnologia é uma das marcas geracionais dos jovens de hoje”, aponta Solange Rodrigues, em entrevista à **IHU On-Line**, por e-mail. Segundo ela, através da rede, a juventude estabelece “identidades pessoais e sociais”, de tal modo que todos sentem necessidade de acessar sítios de relacionamentos como Orkut ou estar conectados ao MSN para serem reconhecidos como sujeitos.

No que tange à opção religiosa, os jovens se definem como “buscadores do sagrado” e, nesta perspectiva, o acesso à rede acaba sendo um meio para juventude exercitar a fé e o autoconhecimento. “No seu relacionamento com a dimensão do sagrado, na busca de sentido para a vida, as tecnologias de informação comunicação entram como mais um elemento acionado pelos jovens, que recorrem à internet para pesquisar e para se comunicar, para formar comunidades também em torno de identidades religiosas”, destaca, em entrevista concedida por e-mail.

Solange é mestre em Sociologia, formada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Atualmente é pesquisadora do Iser Assessoria. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Que relação os jovens da chamada geração Y mantêm com a religião e que valor dão à religiosidade? Quais são as crenças e práticas religiosas da juventude contemporânea?

Solange Rodrigues - Jovens estão imersos na dinâmica da vida social, não formam um mundo à parte. Suas crenças e práticas religiosas são as mesmas que as da população em geral. O que pesquisas recentes têm demonstrado é que, no atual contexto de pluralismo religioso, alguns processos e tendências relativas à religião, presentes na contemporaneidade, tornam-se mais intensos entre os jovens: o trânsito entre diversas alternativas religiosas em curto espaço de tempo; o peso da consciência individual na adesão religiosa, se comparado ao da tradição familiar; o crescimento do contingente daqueles que se declaram sem religião. Note-se que declarar-se “sem religião” não significa ser destituído de uma vivência do sagrado. De

acordo com pesquisas realizadas na década de 2000, jovens que não estavam vinculados a nenhuma religião declararam possuir uma gama enorme de crenças (em Deus ou deuses, nos orixás, em duendes, em cristais, na natureza, numa força superior, na Bíblia, em espíritos, etc.). São estes que a pesquisadora Regina Novaes¹ tem denominado de “religiosos sem religião”. Esse processo de desinstitucionalização - ou seja, a vivência da experiência do sagrado, do mistério, sem vínculo com uma religião instituída, é um pouco mais frequente entre os jovens. É preciso assinalar, no entanto, que uma parcela dos jovens também está engajada em diversas organizações religiosas. Assim, nesta geração há aqueles que se mantêm vinculados a uma determinada religião, aqueles que transitam entre as opções presentes no campo religioso, aqueles que vivem uma espiritualidade indepen-

¹ Regina Novaes: uma das maiores autoridades na área de infância e juventude, pesquisadora do CNPq

dentemente de aderir a esta ou aquela religião, e também aqueles que se declaram ateus ou agnósticos.

Portanto, não há um único padrão de relacionamento da juventude com a religião na atualidade. Há uma série de desigualdades (socioeconômicas, regionais, de acesso à educação, trabalho e bens culturais...) e de diferenças (de gênero, de cor/etnia, orientação sexual, de adesão política...) que atravessam a juventude contemporânea, e constituem diferentes identidades juvenis. Tanto que já se tornou corrente falar na existência de juventudes, isto é, no plural. Também no que se refere à religião, os jovens se diferenciam: tanto na escolha entre as alternativas presentes no campo religioso como na forma de adesão - mais tênue ou mais intensa.

Experiência particular

No entanto, para além das diferenças, os jovens de hoje compartilham de

uma “experiência geracional comum”, constituída pelas incertezas relativas ao ingresso e permanência no mundo do trabalho, em profunda transformação; pela convivência cotidiana com diversas formas de violência; pelas possibilidades descortinadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação; pela ameaça da crise ecológica. Trata-se de um contexto comum, que afeta de modo diferenciado cada jovem, dependendo das desigualdades e diferenças citadas anteriormente, e das trajetórias biográficas. Assim, a dificuldade de encontrar trabalho pode significar para jovens que contam com uma rede de proteção familiar a oportunidade de complementar os estudos; para outros, esta situação pode colocar em risco sua sobrevivência e a de sua família.

E isso é importante para relativizar a tendência de definir a juventude de uma época a partir de determinadas características, práticas ou concepções. Por exemplo: a juventude libertária da década 1960 (chamada de “geração de 68”), que liderou o movimento pacifista, que se confrontou com regimes políticos repressores, que estabeleceu novos padrões de comportamento social, constituiu uma parcela da juventude de sua época. Uma parte fundamental, que mudou o mundo, mas tantos outros jovens daquele período mantiveram-se distantes das ideias e atitudes desse grupo.

IHU On-Line - Como o fenômeno religioso é visto e interpretado pela juventude? Nesse sentido, como os jovens assumem e reelaboram significados, rituais e princípios oferecidos pelos diferentes sistemas religiosos?

Solange Rodrigues - Estamos tratando de dois campos bastante complexos, diferenciados internamente: juventude e religião. Para saber como o fenômeno religioso é visto e interpretado pela juventude, precisamos saber antes: de qual fenômeno religioso estamos tratando? E, além disso, quem são os jovens que os interpretam? Com que quadro de referências? Não existe uma resposta única e universal. De qualquer modo, é possível apontar algumas tendências, como o privilégio da experiência do sagrado

sobre a reflexão; o conhecimento racionalizado sobre o este sagrado - do sabor sobre o saber; a valorização das propostas místicas em que os jovens se sentem produtores, e não apenas consumidores, de bens espirituais, com a participação ativa nos ritos; a constituição de um sistema religioso próprio, reunindo elementos presentes em diferentes religiões. Outra tendência é dar visibilidade ao pertencimento ou experiência religiosa, pelo uso de símbolos, de peças do vestuário, ou de tatuagens, inscrevendo no corpo sinais de uma experiência mística e, ao mesmo tempo, acionando uma prática cada vez mais frequente entre os jovens, religiosos ou não. Também merecem destaque

“Jovens acionam a tecnologia que têm disponível para alimentar sua vivência religiosa, da mesma forma em que a empregam em outros âmbitos de sua vida”

a incorporação de estilos musicais como o rock ou rap em rituais religiosos voltados para um público juvenil, ou mesmo a realização de concertos de música religiosa, em que jovens podem tocar instrumentos, cantar, dançar. Por outro lado, elementos presentes em determinadas culturas juvenis, como pranchas de surfe ou ringues de luta livre passam a fazer parte de espaços onde jovens se reúnem para cultos religiosos. É neste sentido que se diz que jovens reelaboram significados, ritos e princípios religiosos, em diálogo com questões de sua época e com elementos que fazem parte de seu universo sociocultural.

IHU On-Line - Qual o sentido da religião para esta geração que lida com tecnologias

e é influenciada pelo consumo?

Solange Rodrigues - Para pessoas de todas as gerações, a religião continua sendo fonte de sentido para a vida, um meio de buscar respostas para as questões fundamentais da existência: De onde viemos? Para onde vamos? Por que existe dor e sofrimento? A religião também é um espaço privilegiado de convívio social, possibilita a formação de grupos em torno de identidades específicas. Além disso, as religiões propõem regras de conduta, de relacionamento entre as pessoas e com a natureza. Isso tudo diz respeito também aos jovens. Como disse anteriormente, a relação com as novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) fazem parte da experiência desta geração de jovens, por mais diferentes que sejam as possibilidades de acesso às TIC, derivadas das desigualdades sociais. Numa pesquisa realizada, em 2009, com jovens de um bairro periférico pertencente a um município da região metropolitana do Rio de Janeiro, percorrendo sobre como eles usavam o tempo livre, uma jovem falou sobre as lan houses, e declarou: “Lá onde eu moro, se você não tem Orkut ou MSN, você não é ninguém”. Este depoimento mostra como a relação com estas ferramentas conforma identidades pessoais e sociais. No seu relacionamento com a dimensão do sagrado, na busca de sentido para a vida, as TIC entram como mais um elemento acionado pelos jovens, que recorrem à internet para pesquisar e para se comunicar, para formar comunidades também em torno de identidades religiosas.

No que diz respeito ao consumo, estamos vivendo um tempo de consumismo exacerbado, de produção de mercadorias que logo serão descartadas, em que shopping já foram comparados a templos de consumo, numa lógica de organização da vida social que tem sido descrita como sociedade de consumo, em que a possibilidade de consumir torna-se o critério para conferir cidadania. Daí que pessoas destituídas de condições para consumo sejam consideradas desnecessárias, descartáveis... Neste contexto, a religião pode representar para os jovens mais um campo de consumo (de produtos religiosos), como pode

fornecer valores éticos que rejeitam o consumismo.

IHU On-Line - Diria que os jovens de hoje são mais liberais ou mais conservadores em relação à religião? Em que aspectos e por quê?

Solange Rodrigues - Da mesma forma em que parcelas da juventude podem ser consideradas mais liberais em relação à religião, outros segmentos apresentam um perfil mais conservador. Dentro de uma mesma religião há jovens com atitudes diferenciadas. Aqui seria necessário explicitar o que está sendo chamado de liberal ou de conservador. Compreendo que liberal seja aquela atitude de maior liberdade frente aos preceitos propostos por uma determinada religião, ao passo que conservadora seria a atitude de maior rigor na observância daqueles preceitos. Um aspecto significativo diz respeito às práticas sexuais e reprodutivas. Por exemplo: apesar de a Igreja Católica codificar detalhadamente a vivência da sexualidade de seus adeptos, proibindo entre outros o relacionamento sexual fora do casamento, as relações homoafetivas e o aborto, pesquisas apontam uma distância cada vez maior entre as ideias e as práticas dos fiéis e a doutrina proposta, em especial entre os jovens. Uma pesquisa realizada em meados dos anos 2000 revelou dados significativos: 19% dos jovens católicos se declararam favoráveis à descriminalização do aborto, e 46% favoráveis à legalização da união entre pessoas do mesmo sexo (Retratos da Juventude Brasileira, 2005, dados analisados por Regina Novaes). Ou seja, a religião vê abalada sua capacidade de definir o comportamento de seus membros, que se orientam também por outros interesses para além dos religiosos. Por outro lado, surgem também dentro do catolicismo grupos juvenis que voltam a valorizar a manutenção da virgindade até o casamento.

Outro aspecto diz respeito ao exercício da autoridade: enquanto alguns jovens tendem a questionar os líderes religiosos quando percebem uma falta de sintonia entre seu discurso e suas práticas, ou quando se encontram diante de exigências consideradas inexplicáveis, e isso pode ser apontado como

“É frequente encontrarmos jovens que em um curto período passaram por diversas experiências religiosas e que se definem como ‘buscadores’ do sagrado”

uma atitude liberal, relacionada aos valores de um ambiente democrático; de maneira oposta, outros jovens acatam totalmente os desígnios de quem exerce a liderança em sua religião.

Isso tudo revela uma tendência observada nas grandes religiões universais, de adoção de atitudes fundamentalistas, de formação de grupos que procuram reforçar as tradições e identidades. Tanto o catolicismo, como as denominações protestantes, o judaísmo, o islamismo, entre outras, possuem em seu interior grupos reacionários que contam com a participação de jovens.

IHU On-Line - O que diferencia a atual geração de jovens de outras gerações no que se refere à religião?

Solange Rodrigues - Talvez a maior diferença seja uma certa liberdade para transitar entre diferentes sistemas religiosos. É frequente encontrarmos jovens que em um curto período passaram por diversas experiências religiosas e que se definem como “buscadores” do sagrado. Neste sentido, têm a atenção despertada para religiões de matriz oriental, que aumentaram sua presença no país nas últimas décadas, ou para espiritualidades exóticas e esotéricas, muitas vezes associadas à dimensão terapêutica e do autoconhecimento.

Isso não deve ser confundido com uma atitude de descompromisso dos jovens em relação à religião. Cada vez mais se pode observar a adesão de jovens a sistemas ou movimentos religiosos que exigem uma rígida observância de regras comportamentais. Alguns in-

clusive escolhem viver radicalmente os princípios da fé em comunidades constituídas em torno de uma identidade religiosa, como no Santo Daime², no Hare Krishna³, na Toca de Assis⁴.

Esses processos são vivenciados por pessoas de todas as idades, não apenas pelos jovens. Todavia, estamos tratando de uma fase da vida em que se intensifica uma experimentação que pode dar origem a escolhas existenciais importantes: a vivência da sexualidade, a busca de parceiros, a orientação sexual, a continuidade ou não dos estudos, a inserção profissional, os círculos de amizade, as adesões ideológicas, políticas, a adoção de determinados valores. A religião também é um campo de experimentação e de escolha para os jovens, mesmo que em todas estas áreas da vida as decisões não sejam definitivas e irreversíveis.

IHU On-Line - A classe social influencia de alguma maneira na visão que o jovem tem da religião? Que processos conduzem à adesão ou à desfiliação religiosa dos jovens?

Solange Rodrigues - Alguns estudos têm mostrado que a classe social é um elemento que distingue os jovens no que diz respeito às adesões religiosas. Vejamos alguns dados de um estudo realizado pela Unesco em 2004: há mais jovens católicos nas classes D/E (69%) do que entre os jovens das classes A/B (61,5%); o percentual de jovens evangélicos é mais elevado nas classe C (20,3%), do que nas classes A/B (18,3%) e D/E (18%). Os jovens sem religião têm presença um pouco maior nas classes A/B (8,4%) do que nas classes D/E (7,5%). (*Juventudes: outros olhares sobre a diversidade*, 2009, p. 152; dados referentes à religião anali-

² Santo Daime: seita fundada em Rio Branco, Acre, na década de 1930, por Raimundo Irineu Serra. (Nota da IHU On-Line)

³ Hare Krishna: Movimento fundado em 1966, na cidade de Nova York, pelo pensador indiano A. C. Bhaktivedanta Swami Prabhupada (Sri Prabhupada). Tem como filosofia a crença em um único deus que tem infinitas formas e nomes. (Nota da IHU On-Line)

⁴ Fraternidade de Aliança Toca de Assis: fundada em 1994 pelo Padre Roberto José Lettieri, então seminarista dos padres estigmatinos. Tem como filosofia a Adoração ao Santíssimo Sacramento e o cuidado dos “Irmãos de rua”, como são chamados os moradores de rua. (Nota da IHU On-Line)

sados por Regina Novaes e Alexandre Fonseca.)

Mesmo que estas configurações expressem um determinado momento da trajetória dos jovens com relação à religião, a busca de respostas para suas dúvidas e angústias existenciais, pela abertura ao novo, a extrema curiosidade, tudo isso pode explicar uma adesão mais fluída, os vínculos tênues que uma parcela da juventude mantém com as instituições religiosas. A adesão ou a desfiliação religiosa vai depender da possibilidade de satisfação das necessidades pessoais de sentido, naquele momento do curso da vida, oferecidas ao jovem por um determinado grupo religioso. Dependerá também da possibilidade de o jovem encontrar naquela tradição religiosa um grupo de pessoas com os quais possa se reconhecer, construindo identidade.

IHU On-Line - Nos anos 1960, 1970, os jovens eram engajados com movimentos de base da Igreja Católica. Hoje, como vê a mobilização da juventude acerca de projetos sociais com o aporte da Igreja?

Solange Rodrigues - Os jovens hoje continuam engajados em movimentos de base da Igreja Católica, só que hoje esta adesão tem pouca ou nenhuma visibilidade. E não existem estudos comparativos que mostrem se o envolvimento de jovens com estes movimentos de base nos anos 1960 e 1970 era maior ou menor que a atual. Hoje os jovens católicos estão inseridos nas quatro Pastorais da Juventude (Pastoral da Juventude, Pastoral de Juventude Estudantil, Pastoral da Juventude do Meio Popular e Pastoral da Juventude Rural), nas Comunidades Eclesiais de Base, e em muitas outras organizações juvenis. Um exemplo são as Conferências Vicentinas Jovens.

As quatro PJs estão promovendo uma ampla mobilização nacional em torno da Campanha contra a Violência e o Extermínio de Jovens. Além disso, é perceptível a presença de jovens das PJs na mobilização por políticas públicas de juventude, que se intensificou no Brasil na última década. As PJs têm assento em diversos conselhos

de juventude em âmbitos municipal, estadual e nacional. Muitas vezes os representantes da Igreja têm reconhecida sua capacidade de liderança sendo eleitos para a presidência ou a secretaria executiva desses organismos de representação juvenil. Alguns gestores de secretarias municipais ou estaduais de juventude também são ou foram vinculados à Igreja Católica. Na primeira Conferência Nacional de

“A adesão ou a desfiliação religiosa vai depender da possibilidade de satisfação das necessidades pessoais de sentido, naquele momento do curso da vida, oferecidas ao jovem por um determinado grupo religioso”

Juventude foi bastante expressiva a presença de jovens da Igreja Católica. Além disso, há toda uma mobilização juvenil em torno de iniciativas socio-comunitárias, como, por exemplo, nos pré-vestibulares comunitários. Sem falar nos jovens católicos que têm militância partidária. Só que desde os anos 1990 têm maior visibilidade (tanto no campo das pesquisas como nos meios de comunicação) a Renovação Carismática Católica⁵, que entre os seus

⁵ Renovação Carismática Católica (RCC): movimento católico que surgiu nos Estados Unidos em meados da década de 1960. Ele é voltado para a experiência pessoal com Deus, particularmente através do Espírito Santo e dos seus dons. Esse movimento busca dar uma nova abordagem às formas de evangelização e renovar práticas tradicionais dos ritos e da mística católicos. O movimento carismático católico foi influenciado em seu nascimento pelos movimentos pentecostais de origem protestante e até hoje esses dois grupos se assemelham em

setores internos tem um voltado para os jovens (Ministério Jovem), e mais recentemente, experiências derivadas da RCC, as “novas comunidades”.

O que acontece é que muitas vezes novas lideranças da Igreja Católica deixaram de incentivar a apoiar o tipo de engajamento sociopolítico desenvolvido pelas PJs. Mas aqui é preciso assinalar, ainda, que há ação social realizada por jovens que vivenciam outras experiências religiosas. Tanto no catolicismo, como a assistência prestada pelos jovens da Toca de Assis à população em situação de rua (com alimentos, curativos, cortes de cabelo), quanto em outras tradições religiosas, como jovens de terreiros de candomblé envolvidos em oficinas de valorização da história e da cultura negra na sociedade brasileira, ou jovens de igrejas evangélicas que se articulam em torno da Aliança Bíblica Universitária ou da Rede Fale, que promovem atividades de incidência sociopolítica.

IHU On-Line - Como o uso da tecnologia influencia a relação dos jovens com a religião?

Solange Rodrigues - A proximidade com a tecnologia é uma das marcas geracionais dos jovens de hoje, mesmo que pesem as diferenças de acesso: enquanto uma parcela dos jovens brasileiros dispõe de computador em casa com acesso à internet em banda larga, às vezes com uma máquina para cada membro da família, outros dependem da escola, dos locais de trabalho, de centros públicos ou privados para acessar a essas tecnologias de informação e comunicação. Em todo caso, jovens acionam a tecnologia que têm disponível para alimentar sua vivência religiosa, da mesma forma em que a empregam em outros âmbitos de sua vida: seja para se comunicar com seu grupo religioso, para se articular, formando redes sociais, para se expressar, por meio de blogs, do Twitter, para criar páginas e portais na web divulgando seus grupos e ideias religiosas, para pesquisar e descobrir novas formas de relacionamento com o sagrado.

vários aspectos. (Nota da IHU On-Line)

Geração Y “parece coisa de revista *Veja*”

Para o jornalista Juremir Machado, com o advento das novas tecnologias, os profissionais são convencidos de que é bom desempenhar todas as funções no ambiente profissional

POR PATRICIA FACHIN

Embora não compartilhe da opinião de que existe uma geração Y, diferente das anteriores especialmente pela interação com as novas tecnologias, o jornalista Juremir Machado assinala que as relações via internet são frutíferas ao possibilitarem discussões e opiniões diversas. Para ele, a rede “trouxe muitas facilidades, mas o mundo continua praticamente o mesmo” porque “a organização da vida vai muito além da tecnologia”. Entretanto, com o uso intensivo das ferramentas tecnológicas, “o novo profissional é convencido de que bom é fazer tudo, englobar todas as funções”, constata em entrevista concedida por e-mail à IHU On-Line.

Escritor, jornalista e historiador, Juremir Machado é doutor em Sociologia pela Universidade de Paris V: René Descartes. Em Paris, de 1993 a 1995, foi colunista e correspondente do jornal *Zero Hora*. Atualmente, além de professor do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social - Famecos e coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUCRS, assina coluna no jornal *Correio do Povo*, de Porto Alegre. Confira a entrevista.

IHU On-Line - O que mudou na vida contemporânea com o surgimento de novas ferramentas como Twitter e Facebook?

Juremir Machado - Cada um de nós se tornou proprietário de um meio de comunicação. Agora só nos falta ter o que dizer de interessante a cada dia em nosso veículo individual.

IHU On-Line - Que avaliação faz da relação dos jovens da geração Y com as redes sociais? Como vê a adesão e a interação desenvolvida por meio da internet?

Juremir Machado - As relações são, em geral, muito frutíferas. Fala-se de tudo, discute-se de tudo, opina-se sobre tudo. O problema é desrespeito a certas regras. Por exemplo, o direito autoral. Como tudo pode ser copiado, alguns acham que escrever livros não tem custo, ou que é lícito pegar livros sob contrato com editoras e colocar na rede para acesso gratuito. Se isso for generalidade, será o fim do direito

autoral e da atividade de escritor profissional.

A adesão está relacionada à possibilidade de expressão. Todos querem comunicar e se sentem até na obrigação de ligar-se com outros pela internet.

IHU On-Line - A interação dos jovens aos meios digitais muda a relação deles com o emprego? Como o senhor vê o comportamento da geração Y, que quer flexibilizar o horário de trabalho?

Juremir Machado - Não acredito muita nessa expressão “geração Y”. Nem sinto que ela seja tão usada assim. Parece coisa de revista *Veja*. A internet abre novas possibilidades de trabalho. Empresas modernas são mais abertas. Trabalha-se por tarefas.

IHU On-Line - O senhor identifica uma precarização no mercado por causa disso?

Juremir Machado - Pode haver. De resto, empresas sonham com menos

encargos.

IHU On-Line - Em sua opinião, as grandes empresas aproveitam essa mudança de perfil dos funcionários para incluir cada vez mais atividades multitarefa e urgentes de serem realizadas (como é o caso de atividades virtuais, em grandes sítios da web)?

Juremir Machado - Sem dúvida. O novo profissional é convencido de que bom é fazer tudo, englobar todas as funções, ser repórter, editor, coletor de imagens e tudo mais.

IHU On-Line - Que futuro vislumbra a partir das redes sociais na internet? A sociedade tende a mudar alguns hábitos e comportamentos?

Juremir Machado - Há um pouco de exagero. A internet trouxe muitas facilidades, mas o mundo continua praticamente o mesmo. A organização da vida vai muito além da tecnologia.

IHU On-Line - Quais são as principais

“Cada um de nós se tornou proprietário de um meio de comunicação. Agora só nos falta ter o que dizer de interessante a cada dia em nosso veículo individual”

mudanças pelas quais o jornalismo já passou por conta das novas plataformas digitais como o Twitter, Facebook?

Juremir Machado - O jornalismo, sim, está passando por muitas mudanças. O repórter sai menos às ruas e busca mais informações na rede. Tem um lado bom. É mais informação acessível. A pressa, claro, pode levar a falta de tempo para verificação, interpretação e amadurecimento.

IHU On-Line - O jornalismo tende a mudar a partir de inovações como o Twitter? Por quê e em quais aspectos?

Juremir Machado - Tudo tende a ficar mais rápido e curto. Voltamos ao predomínio do lide. Quando se pode ter todo espaço do mundo, estamos fazendo mais curto e rápido, respondendo às seis questões do lide. Estamos cada vez mais objetivos. Está faltando subjetividade no jornalismo. A subjetividade exige imaginário próprio e tempo para sonhar.

LEIA MAIS...

Juremir Machado já concedeu outras entrevistas à IHU On-Line e também é autor do Cadernos IHU ideias número 30, intitulado Getúlio, romance ou biografia?

- A cultura política do RS mudou. Para pior. Entrevista publicada nas Notícias do Dia em 8-10-2010. Acesse no link <http://migre.me/4rjqo>;
- “1968 reduz enormemente a carga de hipocrisia da sociedade”. Entrevista publicada na edição 250, de 10-03-2008. Acesse no link <http://migre.me/4rjsY>.

Uma nova percepção do tempo

Possibilidade de comunicação 24 horas por dia mudou a forma como as pessoas lidam com o tempo, aponta Patrícia Lanês. Jovens de hoje acessam mais a internet do que os adultos, mas convivem com inúmeros medos

POR MÁRCIA JUNGES E PATRÍCIA FACHIN

“Os jovens de hoje são mais escolarizados que seus pais, acessam mais a Internet do que os adultos, mas convivem com diversos medos: o medo da violência (sobretudo da violência urbana) e o medo de sobrar, ou seja, de não conseguir se inserir e se estabelecer no mercado do trabalho”. A constatação é da socióloga Patrícia Lanês, em entrevista concedida por e-mail à IHU On-Line. Segundo ela, “as novas tecnologias seguramente contribuem para transformações no modo de o(a) jovem lidar com o mundo, mas não apenas ela. As mudanças foram sendo incorporadas por outros meios de comunicação e informação, como televisão e rádio que possuem hoje uma estética muito mais dinâmica em que há cada vez menos tempo para lidar com as informações. O aparelho celular colocou a possibilidade de comunicação 24 horas. Então, aos poucos, vai mudando a maneira das pessoas lidarem com o tempo e sua própria percepção do tempo”.

Patrícia Lanês é mestre em Sociologia, com concentração em antropologia, pelo PPGSA/ IFCS/ UFRJ e pesquisadora do Ibase. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Como caracteriza a geração Y, que nasceu entre os anos 1980 e 1990, junto com a tecnologia?

Patrícia Lanês - É sempre perigoso afirmarmos algum tipo de “identidade geracional”. Muitas vezes, ao fazermos isso, estamos deixando de perceber as diversidades e desigualdades presentes entre um mesmo grupo geracional. Muitos estudos vêm indicando a necessidade de se falar de juventudes (assim mesmo, com o “s” no final) justamente para afirmar a pluralidade existente dentro da juventude brasileira ou da juventude sul-americana por exemplo, entendendo que a depender da classe social, da cor/raça, do local de moradia, do sexo, da orientação sexual ou mesmo do coorte etário que estamos

considerando dentro do que se usa nominar “juventude”, estaremos lidando com realidades e experiências de ser jovem bastante diversas. O que dizemos também é que é possível falar em termos de certas experiências geracionais comuns, para citar a antropóloga e estudiosa do tema Regina Reyes Novaes, que, de certa forma, aproximam as diferenças e desigualdades a partir das oportunidades e constrangimentos presentes em nossa sociedade nesse tempo histórico. Por exemplo, os jovens de hoje são mais escolarizados que seus pais, acessam mais a Internet do que os adultos, mas convivem com diversos medos: o medo da violência (sobretudo da violência urbana) e o medo de sobrar, ou seja, de não conseguir se inserir e se estabelecer no mercado do trabalho.

IHU On-Line - Como vê a adesão dos jovens as novas tecnologias? Que uso a juventude costuma fazer da internet? Qual a finalidade das novas tecnologias para eles?

Patrícia Lânes - As Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação devem ser encaradas, a princípio, como algo disponível para a atual geração. Ou seja, aqueles e aquelas que são hoje jovens já nasceram ou foram socializados em um mundo com computadores, Internet, telefones celulares etc. Eles(as) não pensam sua existência sem esses recursos porque eles foram incorporados à sua experiência de vida (de diversas formas). Ainda que não tenham fácil acesso a todos os equipamentos e serviços necessários para que usem de fato as NTICS (mesmo considerando sua maior democratização nas últimas décadas e sobretudo nos últimos anos) elas fazem parte do seu cotidiano: causaram mudanças estéticas, por exemplo, na linguagem hoje usada pelas emissoras de televisão, na percepção e apreensão do tempo e do espaço etc. Enfim, essa geração lida não apenas com os recursos que estão presentes nessas tecnologias, mas também com todas as conseqüências advindas de sua presença e dos seus usos.

A pesquisa que fizemos em 2008 sobre a realidade dos países sul-americanos, comparando gerações (Juventude Sul-americana: diálogos para a construção da democracia regional, Ibase, Pólis, IDRC, 2008) teve uma análise específica sobre o Brasil feita pela socióloga e especialista em juventude Helena Abramo. Nela aparece uma forte diferença geracional no que diz respeito ao uso de computador e da Internet: quanto mais jovem, maior a porcentagem dos que usam. De acordo com Abramo, a inclusão digital da juventude é atravessada por uma enorme desigualdade: enquanto cerca de 80% dos jovens das faixas A/B usam habitualmente computador/ Internet, o mesmo ocorre para menos de 10% dos jovens das faixas D/E. Por nível de escolaridade, a variação é ainda maior: salta de 8,9% entre os que não passaram do primeiro ciclo do Ensino Fundamental para 91,8% entre os que têm nível universitário.

Usos da internet

Sobre os usos que fazem da Internet, jovens e adultos a usam para diversos fins, mas como pesos diferentes. Ambos usam a Internet principalmente para buscar informações e notícias, mas os jovens usam-na bem mais que os adultos para sociabilidade e conversas, principalmente acessando sites de relacionamentos, usando mecanismos on-line de bate-papo (esse recurso de comunicação aparece, inclusive, como sendo mais usado pelos jovens do que o e-mail!). A conclusão da pesquisadora sobre o assunto é a seguinte: “Ainda não é possível dizer, contudo, se esses pesos diferentes estão vinculados

“Estamos em um tempo em que a sociedade como um todo se encontra desmobilizada ou pouco disposta a participar de instâncias políticas mais formalizadas”

a uma prática singular do comportamento juvenil (como um hábito que tende a mudar com a idade), ou a uma mudança cultural histórica, que atinge hoje mais fortemente os jovens, mas que os acompanhará pela vida adiante, tornando-se geral para todas as idades”. A novidade das TICs, bem como as suas constantes e intensas transformações têm deixado algumas questões ainda sem resposta.

Há, no entanto, um certo potencial identificado na Internet, aliada a uma maior facilidade de se produzir informações e sobretudo imagens que também está ligado a uma certa “popularização” de equipamentos e tecnologias (máquinas de fotografar digitais que também filmam, celulares que também são filmadoras etc). Alguns setores da sociedade esperam que

os(as) jovens usem essas tecnologias para mobilizarem ou reivindicarem determinadas pautas (principalmente após a eleição de Barack Obama e da revolução no Egito). No entanto, estamos em um tempo em que a sociedade como um todo se encontra desmobilizada ou pouco disposta a participar de instâncias políticas mais formalizadas. Não é uma questão apenas da juventude e ou se uma geração específica, nem que se resolva com determinada tecnologia. O uso das NTICS gerou uma série de possibilidades que ultrapassam as razões de sua criação e muitos jovens que têm acesso continuado a elas vêm mostrando que há um potencial criativo muito grande. No entanto, processos amplos de mobilização dependem não apenas do meio disponível, mas de contextos e relações sociais que se dão através desses meios, mas que os ultrapassam e isso deve ser levado em conta ao se analisar esses fenômenos. Nas palavras do jornalista e blogueiro egípcio Hossam el-Hamalaawy, em entrevista a Mark LeVine, professor da Universidade da Califórnia: “A internet desempenha um papel na difusão da palavra e das imagens do que ocorre no terreno. Não utilizamos a internet para nos organizar. A utilizamos para divulgar o que estamos fazendo nas ruas com a esperança de que outros participem da ação.”

IHU On-Line - Como as formas de sociabilidade da juventude se modificaram a partir da introdução das tecnologias? Como vê a articulação dos jovens por meio da internet e das redes sociais?

Patrícia Lânes - As novas tecnologias seguramente contribuem para transformações no modo de o(a) jovem lidar com o mundo, mas não apenas ela. As mudanças foram sendo incorporadas por outros meios de comunicação e informação, como televisão e rádio que possuem hoje uma estética muito mais dinâmica em que há cada vez menos tempo para lidar com as informações. O aparelho celular colocou a possibilidade de comunicação 24 horas. Então, aos poucos, vai mudando a maneira das pessoas lidarem com o tempo e sua própria percepção do tempo. E isso não ocorre apenas

com os(as) jovens. A grande diferença, a meu ver, é que os(as) jovens já nasceram em uma sociedade que estabelece esse tipo de relação com o tempo, que tem no consumo e no individualismo alguns de seus paradigmas máximos e com uma profunda crise na Política como vinha sendo concebida até então. O uso que os(as) jovens fazem da Internet e, por extensão, das redes sociais expressam a sociedade e as relações sociais em que estão inseridos. Em pesquisa recente realizada por Ibase e Pólis (Juventudes Sul-americanas: diálogos para a construção da democracia regional, 2010, financiada pelo IDRC) verificamos que a utilização principal feita da Internet pelos jovens era a comunicação interpessoal. No entanto, sabemos que esse potencial criativo e mobilizador da Internet é utilizado por jovens que estão mobilizados e articulados em torno de causas, pautas, agendas, questões que os preocupam. Não estamos falando apenas de movimentos sociais organizados e institucionalizados. Abre-se também uma maior possibilidade de organização e mobilização através da lógica de rede a partir da Internet. Mas isso não está dado. Como disse antes, vai depender de muitos outros fatores que têm a ver com contextos, engajamentos e interesses que estão para além da Internet.

IHU On-Line - Em que medida as redes sociais podem ser compreendidas como um instrumento político entre os jovens? Como as tecnologias influenciam nas mobilizações sociais?

Patrícia Lânes - Há uma tendência de se comparar a atual geração de jovens com uma geração anterior, a geração dos anos 60/70, que lutou contra a ditadura e pela redemocratização do país. Nessa comparação, os jovens de hoje saem perdendo inevitavelmente. No entanto, se levamos em conta as características do mundo de hoje - urbanização, globalização da economia, neoliberalismo, papel dos meios de comunicação de massa e, inclusive, as novas tecnologias - é possível perceber que os jovens de hoje têm experiências de participação política dentro desse novo contexto, de novas relações sociais

e de outras lutas e possibilidades de engajamento. Em 2005, quando fizemos nossa primeira pesquisa sobre juventude, democracia e participação (em regiões metropolitanas brasileiras), em parceria com Pólis e outras 9 instituições, verificamos que cerca de 28% dos jovens participavam de grupos de algum tipo. Desse percentual, 42,5% participavam de grupos religiosos enquanto apenas 4,3% integravam partidos políticos, por exemplo. A grande questão é que, numericamente, a participação de jovens e adultos não costuma ser expressiva, a não ser em eventos específicos como o caso do Fora Collor,

“Há uma tendência de se comparar a atual geração de jovens com uma geração anterior, a geração dos anos 60/70, que lutou contra a ditadura e pela redemocratização do país”

por exemplo. Ao dizer isso imediatamente me lembro do processo que antecedeu a 1ª Conferência Nacional de Juventude entre 2007 e 2008.

De acordo com os dados da Secretaria Nacional de Juventude, cerca de 400 mil pessoas participaram em níveis municipal, estadual e nacional desse processo. Nem todos(as) jovens, é verdade, já que muitas pessoas que trabalham ou militam em questões relacionadas com a juventude também se fizeram presentes. E estamos falando de um modelo de participação convocado pelo poder público e bastante formalizado. Na década de 1990 e na primeira década desse novo milênio foram muitos os estudos de caso produzidos sobre a organização e mobilização dos jovens em favelas

e periferias, e o movimento hip hop teve importantíssimo papel para essa maior visibilidade da organização de jovens, negros e pobres. Enfim, há caminhos de mobilização e participação sendo trilhados, as Novas Tecnologias, apesar de sua distribuição e acesso serem muito desiguais, contribui para ela em muitas medidas. No entanto, o que existe não tem visibilidade nos grandes meios de comunicação o que gera uma imensa sensação de desmobilização, maior do que de fato o é. Certamente o acesso a rede possibilita ações e reivindicações mas, como dito anteriormente, sempre em um contexto propício para isso. Ou seja, as pessoas que não participam de grupos, coletivos ou movimentos podem até receber através de mensagens ou das redes sociais convite para participarem de mobilizações públicas ou abaixo-assinados, por exemplo, mas elas só irão participar de fato se esse convite chegar através de alguém conhecido e/ou se a questão em pauta fizer sentido em sua experiência de vida, de acordo com seus valores e considerando o contexto político, histórico e social.

IHU On-Line - Como vê o uso das tecnologias entre os jovens brasileiros e da América do Sul? Pode citar exemplos? Como eles utilizam, nas diferentes culturas, a internet como meio de reivindicação?

Patrícia Lânes - Se estivermos falando dos e das jovens que estão de alguma forma mobilizados é possível dar alguns exemplos sim. No Chile, por exemplo, quando houve o que se chama hoje “Revolução dos Pinguins”, movimento protagonizado pelos jovens secundaristas por melhores condições na educação, a Internet desempenhou papel importante na troca de informações entre estudantes de todo o país que naquele momento ocupavam as escolas. Mas, veja bem, a Internet e os blogs criados pelos estudantes ou envio de mensagens através de telefones celulares se articularam a formas “tradicionais” de mobilização e protesto, como mobilizações de rua envolvendo centenas de estudantes, ocupação de escolas e prédios

públicos. Outro bom exemplo é o de jovens bolivianos moradores da periferia de La Paz e participantes do movimento hip hop aymara. Esses jovens se beneficiavam enormemente das NTICs para produzir sua música e trocar informações com jovens de outros países, por exemplo. Foi a popularização da tecnologia de produção de Cds que possibilitou a produção e distribuição em seus bairros e a Internet tornou possível a troca de informações sobre a cultura Hip Hop com jovens rappers de outros países. Mas essas ações não diminuíam a importância dos shows realizados em espaços públicos de seus bairros ou sua atuação através de um centro local que possuía uma rádio comunitária em que tinham forte atuação política e comunitária.

No Brasil, também há muitos exemplos que vão desde dos jovens do movimento hip hop até jovens estudantes que lutam pela meia-passageira por exemplo, que nos últimos meses utilizaram amplamente as redes sociais para suas reivindicações e mobilizar outros atores. Fenômeno recente aconteceu também a partir dos jovens que representam movimentos e organizações sociais no Conselho Nacional de Juventude que atribuíram enorme importância à campanha realizada via Twitter para a aprovação da aprovação da Proposta de Emenda à Constituição 42/08, conhecida como PEC da Juventude, que insere o termo “jovem” no capítulo dos Direitos e Garantias Fundamentais da Constituição Federal. O texto garante o acesso a direitos que já são constitucionalmente assegurados às crianças, adolescentes e idosos. Há, ainda, muitas redes de movimentos e organizações no Brasil e na América Latina que têm na Internet uma ferramenta fundamental de debate e funcionamento. Algo interessante de se pensar e de se estudar é até que ponto a possibilidade dada pelo meio, que pode possibilitar arranjos mais horizontalizados na construção de relações e formas de atuação, está influenciando esta nova geração de jovens militantes ou de alguma forma engajados em “causas políticas e sociais”.

CONFIRA OUTRAS EDIÇÕES DA IHU ON-LINE



ELAS ESTÃO DISPONÍVEIS NA PÁGINA ELETRÔNICA WWW.IHU.UNISINOS.BR



INSTITUTO
HUMANITAS
UNISINOS

IHU ON-LINE

Revista do Instituto Humanitas Unisinos

B.

Destques da Semana

Brasil em Foco

Internacionalização industrial e responsabilidade social.

Uma equação difícil

A procura por mão de obra intensiva se dá em função da realocação da riqueza mundial e, por isso, as empresas estão sempre em busca de novos mercados, “até que o sistema se esgote”, constata Astor Hexsel

POR PATRICIA FACHIN

A demissão de mais de 800 funcionários e o fechamento da planta industrial da Azaleia em Parobé, na semana passada, trouxe à tona o debate sobre a responsabilidade social de empresas nacionais que investem cada vez mais na internacionalização, realocando a produção em países ou estados onde a mão de obra é mais barata. Segundo Astor Hexsel, ex-professor da Unisinos e da UFRGS, a internacionalização tende a ser uma tendência mundial porque “as empresas vão atrás de lucros, mercados e embutida a isso está a ideia de ter relações diversificadas de produção e não depender politicamente da economia de uma única região ou país”.

Para ele, os empresários têm consciência social. No entanto, a dinâmica do mercado e a concorrência acirrada dificultam o custeio de benefícios sociais aos trabalhadores. “Tenho visto que, quando as empresas estão faturando, oferecem benefícios sociais a seus funcionários (...) Entretanto, quando o mercado fica mais competitivo e outras empresas do setor não oferecem essas vantagens, os custos da empresa ficam mais caros”. Segundo ele, esse é um dos motivos que levam empresas nacionais a procurarem novos mercados e fechar plantas tradicionais como aconteceu com a Azaleia.

Em entrevista à **IHU On-Line** por telefone, o professor enfatiza que manter o padrão de vida e a segurança social é um desafio mundial. “Anos atrás, quando a economia era fechada, a França podia barrar a entrada de alguns produtos e manter os benefícios da produtividade interna, que eram distribuídos no estado de bem-estar social. Hoje, isso não é possível em função da expansão das vendas no mercado global (...) Então, para os países pobres e emergentes, essa ideia de produtos de mão de obra intensiva é uma realocação da riqueza do mundo. As empresas investem em outros países até o que sistema se esgote”.

Astor Hexsel é formado em Administração de Empresas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, mestre pela Michigan State University e doutor pela Universidade de São Paulo - USP. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Qual o impacto do fechamento da Azaleia para a realidade socioeconômica da região do Vale do Paranhana?

Astor Hexsel - O impacto do fechamento da Azaleia é forte dado o grande número de operários contratados pela empresa. Entretanto, para compreender este fato é preciso considerar que, certamente, o impacto é menor do que

teria sido há anos atrás, porque a economia está crescendo. Então, ainda há a possibilidade desses desempregados serem absorvidos por outras empresas em expansão. O real impacto do fechamento da empresa vai depender da capacidade de receptação desses operários para novas funções.

IHU On-Line - Como vê o processo

de internacionalização das empresas brasileiras como a Azaleia, por exemplo, que já comprou uma unidade na Índia? Quais as vantagens, desvantagens e consequências desse fenômeno para a economia nacional e local?

Astor Hexsel - A mão de obra é diferente em vários lugares do mundo. Que bom se no Brasil tivéssemos

os mesmos salários pagos na Europa. Se observarmos o contexto asiático e chinês, especialmente, veremos que a mão de obra é muito mais barata não só porque é abundante, mas porque o sistema governamental pressiona para que os salários sejam baixos e as jornadas sejam elevadas.

Dentro desse contexto, a saída para o Brasil é melhorar a produtividade e a capacitação, ou seja, pensar em novos produtos e processos de fabricação. A Alemanha, por exemplo, com exportações em 2010 quase iguais às da China, consegue crescer porque tem habilidade no desenvolvimento de produtos de custo menor e também de maior qualidade.

IHU On-Line - Como as empresas brasileiras podem alcançar esse estágio?

Astor Hexsel - Só treinando, melhorando o desempenho. Um operário italiano que trabalha na fabricação de sapatos ganha muito bem. As empresas produzem calçados de maior qualidade e preço, por isso, permanecem no país. Entretanto, veja que os sistemas de aposentadoria na Europa estão sendo questionados não só porque a população está ficando mais velha, mas porque os chineses, por exemplo, trabalham com custos e preços menores. Como um país vai sustentar um sistema de bem-estar social se outros países, por diversas razões, pagam salários menores, o que viabiliza a entrada nos diversos mercados nacionais.

IHU On-Line - Mas quem deve assumir a responsabilidade social quando uma empresa resolve fechar uma planta nacional? A Azaleia recebeu incentivo público para se instalar no município e hoje o presidente da empresa argumenta que a indústria é vista como um processo migratório. Como analisa essa declaração?

Astor Hexsel - No Brasil existem algumas redes de segurança e os trabalhadores recebem o salário-desemprego quando são demitidos, apesar de esses benefícios não serem suficientes. Essas questões de bem-estar social não devem ser tratadas como branco e preto. Por isso, o Estado deveria ter contas *superavitárias* para enfrentar essas si-

tuções de demissões. Mas, como não se dispõe desse planejamento, a questão social fica cada vez mais difícil.

A assistência social nas empresas é uma opção de cada empresário. Entretanto, tenho visto que, quando as empresas estão faturando, crescendo, oferecem benefícios sociais a seus funcionários. Um exemplo disso no Brasil é a *A. J. Renner*,¹ que ofereceu creche, saúde e inúmeros benefícios aos funcionários. Entretanto, quando o mercado ficou mais competitivo e outras empresas do setor não ofereciam essas vantagens, os custos da empresa ficaram mais caros e foi impossível manter determinadas garantias aos empregados.

“Parece que a Azaleia, aos moldes da Nike, da Adidas e de muitas grifes está investindo mais em marcas, design e marketing, delegando a produção a terceiros. Sem dúvida é uma nova forma de fazer negócios”

Para garantir assistência social aos funcionários, deve-se ter uma ação coletiva e todas as empresas devem ter esse objetivo. Enquanto uma empresa está ganhando bastante dinheiro, ela sustenta a assistência social aos funcionários; do contrário, não é possível. Não quero excluir a empresa da responsabilidade social, mas o que acontece é um jogo de mercado.

¹ Antônio Jacob Renner, mais conhecido como *A. J. Renner* (1884-1966): foi um empresário brasileiro e o fundador da Lojas Renner, uma das maiores redes varejistas gaúchas de vestuário. Foi um dos maiores empresários do Rio Grande do Sul. Segundo Astor Hexsel, *A. J. Renner* articulou, juntamente com Getúlio Vargas, a *Consolidação das Leis do Trabalho* (CLT), a principal norma legislativa brasileira referente ao Direito do trabalho, durante o Estado Novo. (Nota da IHU On-Line)

IHU On-Line - Então as empresas estão perdendo condições de garantir benefícios sociais em função da competitividade? Como isso é possível, ao passo que elas produzem cada vez mais em regiões onde a mão de obra é mais barata e onde recebem mais incentivo fiscal?

Astor Hexsel - Hoje os mercados ficaram mais competitivos e as inovações duram menos tempo. A empresa *A. J. Renner* iniciou suas atividades vendendo capas e depois avançou para o setor de trajes. Ocorre que mais tarde surgiram outras empresas concorrentes e, também, houve uma decadência no mercado de trajes. Resumo da história: os custos aumentaram e a empresa não conseguiu repassá-los adiante. Neste contexto, é difícil manter uma situação de bem-estar social.

Manter o padrão de vida é um desafio mundial atrelado à economia global. Anos atrás, quando a economia era fechada, a França, por exemplo, podia barrar a entrada de alguns produtos e manter os benefícios da produtividade interna, que eram distribuídos no estado de bem-estar social. Hoje, isso não é possível em função da expansão das vendas internacionais de países emergentes com mão de obra de custo menor. Por outro lado, há um paradoxo quando se observa o operariado chinês: sob certos aspectos, a mudança na China foi positiva para os trabalhadores porque antes eles não ganhavam nada e agora recebem um salário por mês. Então, para os países pobres e emergentes, essa ideia de produtos de mão de obra intensiva é uma realocação da riqueza do mundo. As empresas investem em outros países até que o sistema se esgote. Prevê-se que a África seja o próximo espaço para instalação de plantas industriais.

O governo autoritário chinês obriga as pessoas a trabalharem cerca de 10 horas por dia e em maior número de dias semanais. Então, como os países que dispõem de uma jornada de trabalho menor e pagam melhores salários vão concorrer com a economia asiática, que além de tudo está investindo em tecnologia? Na medida em que a China enriquecer, a sociedade começará a se democratizar e aí aparecerão

sindicatos que pressionarão por salários melhores e o custo da mão de obra irá aumentar. Quem consegue exportar quando a mão de obra fica cara?

Os alemães, por exemplo, fabricam máquinas de polir talheres e, de dois em dois anos, lançam uma máquina nova que fará um trabalho ainda melhor ou com um custo mais baixo. A Tramountina, para manter a qualidade dos seus produtos, importa esse maquinário. Então, esse benefício da tecnologia fica dividido entre o cliente e a empresa. Fico impressionado com os alemães porque eles têm a jornada de trabalho mais reduzida, muitos feriados e, ainda assim, são o segundo maior exportador, um pouco abaixo da China, e o primeiro em exportação *per capita*.

IHU On-Line - As empresas têm consciência de sua responsabilidade para o desenvolvimento econômico e de bem-estar social?

Astor Hexsel - Acho que a maioria das empresas tem consciência e preocupação social, sim. O empreendedor é uma pessoa de visão horizontal, mas nem sempre ele consegue resolver essas questões.

Do ponto de vista marxista, pode-se entender que os benefícios oferecidos pelas empresas são instrumentos de manipulação para “amaciar” os funcionários - e é isso mesmo.

Os empresários são movidos pela questão da concorrência e tratam de fazer a mão de obra trabalhar mais e melhor, objetivando aumentar a pro-

ductividade. Dentro desse ponto de vista, há uma tentativa de controle.

IHU On-Line - O que o fenômeno da internacionalização revela sobre as empresas nacionais?

Astor Hexsel - As empresas, hoje, estão descompromissadas e argumentam, às vezes de forma extrema, que se não receberem incentivos irão à falência. No caso específico da Azaleia, a melhor solução é o Estado tentar receber os investimentos oferecidos à empresa na época. Se a empresa tem a responsabilidade de reembolsar o governo em um ou dois anos, acredito que esta seria uma solução razoável. Imagino que no contrato estabelecido entre as partes deve ter tido uma cláusula de ressarcimento.

Novo conceito

Parece que a Azaleia, aos moldes da Nike, da Adidas e de muitas grifes está investindo mais em marcas, *design* e marketing, delegando a produção a terceiros. Sem dúvida é uma nova forma de fazer negócios, que possibilita uma maior expansão. O problema é que ainda estamos acostumados a pensar empresas como meios de produção. Entretanto, algumas empresas não produzem calçados, apenas investem milhões em design, em marcas, em propagandas no mundo inteiro e dominam os meios de comunicação. Neste contexto, como as empresas produtoras de calçados irão enfrentar esse mercado?

IHU On-Line - Pode-se dizer, então, que a indústria passa por uma nova fase no sentido de realocar os investimentos conforme a rentabilidade presente nas diversas posições da cadeia de valor?

Astor Hexsel - Sim, mas não é sempre nas etapas de design e marketing. Veja por exemplo a Acer Computadores, que era especialista em montar PCs até o momento em que se deu conta de que a margem de lucros estava no desenvolvimento de chips, nas primeiras partes da cadeia de valor. Então, a empresa começou a produzir chips. Talvez a Azaleia esteja em um processo dessa natureza.

LEIA MAIS...

A IHU On-Line publicou outras entrevistas referentes à crise da indústria calçadista. Confira:

* Azaleia-Vulcabras-Grendene. Os custos, as perdas, as cobranças. Entrevista especial com Celso Tres, publicada nas Notícias do Dia, em 16-05-2011, disponível em <http://bit.ly/iqLTzh>

* Azaleia, um 'case' frustrante. Entrevista especial com Achyles Barcelos e com João Nadir Pires, publicada nas Notícias do Dia, em 12-05-2011, disponível em <http://bit.ly/isYEji>

* Vale do Sinos em crise. Diagnóstico e perspectivas. Edição 225 da IHU On-Line, de 25-06-2007, disponível em <http://bit.ly/kIfXgc>

* “O Vale do Sinos só não é um cluster sofisticado porque se subestima”. Entrevista especial com Carlos Paiva, publicada nas Notícias do Dia, em 05-05-2011, disponível em <http://bit.ly/lzauXf>

* Crise no setor calçadista brasileiro. Entrevista especial com Ênio Erni Klein, publicada nas Notícias do Dia, em 12-04-2007, disponível em <http://bit.ly/k8kc1T>

21 de maio

Escola de Formação Fé, Política e Trabalho 2011

Da alienação à conscientização para uma prática transformadora da realidade.

Assessoria: Prof. Dr. Pedrinho Guareschi - PUC/RS

www.ihu.unisinos.br

Novos desafios para a indústria brasileira

Para Yeda Swirski de Souza, doutora em Psicologia, a internacionalização de empresas brasileiras ganha relevância não só para a conquista de novos mercados, mas para assegurar competitividade no mercado interno

POR ANELISE ZANONI E PATRICIA FACHIN

Para confirmar a ideia de manter indústrias com produção intensiva e lucrativa, torna-se inevitável o baixo custo e, automaticamente, a presença de novos concorrentes. Neste mercado acirrado o desafio das empresas brasileiras, conforme a psicóloga Yeda Swirski de Souza, é o de competir internacionalmente com base na produção de produtos e serviços que tenham atratividade por sua qualidade, design, estilo e demais atributos de diferenciação.

“O Brasil já deixou de ser competitivo para aquelas empresas que exportam com base no custo de seus produtos”, disse a doutora em Psicologia em entrevista por e-mail para a **IHU On-Line**. Na opinião de Yeda, o empreendedorismo internacional é necessário para assegurar a capacidade competitiva de uma empresa. Contudo, “nem todas contam com os recursos necessários para, de forma isolada, enfrentar a esse desafio”. Com a intenção de evitar um desastre social diante da perda de competitividade de algumas industriais, ela sugere que “há muito a ser feito no âmbito de políticas públicas, responsabilidade corporativa e terceiro setor”.

Coordenadora do Programa de Pós Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Yeda Swirski de Souza tem mestrado em Administração de Empresas e doutorado em Psicologia. É pesquisadora das áreas de comportamento organizacional e estratégia e coordena o projeto de cooperação entre o programa de pós-graduação e a University of Texas Pan American. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Como vê o processo de internacionalização das empresas brasileiras? Pode-se dizer que, a partir desta tendência de internacionalização, a indústria nacional vive uma nova fase?

Yeda Swirski de Souza - Observa-se, nos últimos anos, um aumento da capacidade de consumo interno no país em diferentes setores. Cada vez mais, esse fortalecimento do Brasil como um mercado consumidor promove o interesse de empresas multinacionais em atuar no País. Nesse contexto, a internacionalização de empresas brasileiras ganha relevância não só para a conquista de novos mercados, mas, sobretudo, para assegurar sua competitividade no mercado interno. As empresas brasileiras, tenham ou não escolhido atuar em mercados externos ao País, enfrentam a competição internacional e precisam estar preparadas para este desafio.

IHU On-Line - O processo de internacionalização de empresas de países emergentes se torna importante neste momento? Por quê?

Yeda Swirski de Souza - Empresa de países emergentes como o Brasil, Índia, China e Rússia há algum tempo ganharam relevância e competitividade na economia internacional. Ainda no século XX, a indústria intensiva em trabalho como a calçadista, a moveleira, a têxtil e outras foi paulatinamente transferida dos Estados Unidos e de países europeus para países emergentes. Exemplo desse movimento está na emergência do Vale dos Sinos como aglomerado calçadista exportador ainda ao final do século XX. Contudo, nesse modelo, a atratividade dos pólos exportadores é dependente da manutenção de baixo custo e, desse modo, é extremamente vulnerável a presença de novos concorrentes.

O novo desafio para empresas brasileiras é o de competir internacionalmente com base em capacidades para produzir produtos e serviços que tenham atratividade por sua qualidade, design, estilo e demais atributos de diferenciação. O Brasil já deixou de ser competitivo para aquelas empresas que exportam com base no custo de seus produtos.

Além disso, o Brasil conta com grandes empresas de classe mundial que atuam internacionalmente. Os exemplos da Gerdau e Marcopolo são já bastante conhecidos e reveladores do desenvolvimento empresarial no País.

IHU On-Line - Em termos de empreendedorismo internacional, as ações da Azaléia se justificam? Por quê?

Yeda Swirski de Souza - O empreendedorismo internacional é necessário, como antes mencionei, para assegurar a capacidade competitiva de uma

empresa. Contudo, nem toda empresa conta com os recursos necessários para, de forma isolada, enfrentar a esse desafio. Às vezes, ações orquestradas entre governo, empresas, centros de pesquisa, Universidades contribuem para a mudança da matriz econômica de uma região e para a competitividade individual de empresas.

Da mesma forma, uma ação orquestrada entre diferentes agentes é, muitas vezes, necessária para responder pelos efeitos sociais de decisões empresariais. Seria desejável que as empresas, individualmente, pudessem responder de forma adequada e responsável a todos os públicos que a compõe, acionistas, empregados, clientes e sociedade de modo geral. Esse conjunto de públicos forma um sistema complexo, formado por interesses, muitas vezes, divergentes. Sociedades maduras revelam capacidade em encontrar um equilíbrio adequado entre esses diferentes públicos. Para evitar um desastre social diante da perda de competitividade de algumas industriais, há muito a ser feito no âmbito de políticas públicas, responsabilidade corporativa e terceiro setor.

IHU On-Line - Quais os principais desafios para a indústria nacional a partir do processo de internacionalização?

Yeda Swirski de Souza - Desafios para a internacionalização precisam ser analisados de forma específica para cada setor industrial. Como já mencionei, o País conta com empresas de grande porte plenamente internacionalizadas. Nesse caso, os desafios devem ser analisados em termos comparativos. Por exemplo, se um avião da Embraer compete com um similar canadense, é preciso analisar que aspectos favorecem ou dificultam a essa concorrência.

Em setores tradicionais, como o do vestuário, vemos assistindo a uma emergência fabulosa da capacidade de inovação por meio de estilo e design. A presença internacional da moda brasileira ainda não é quantitativamente expressiva, porém qualitativamente já vem revelando presença em termos de marcas e estilistas. Nesse caso, tam-

bém é preciso entender que aspectos contribuem ou não para o fortalecimento de marcas e imagem de empresas brasileiras que atuam nesse setor.

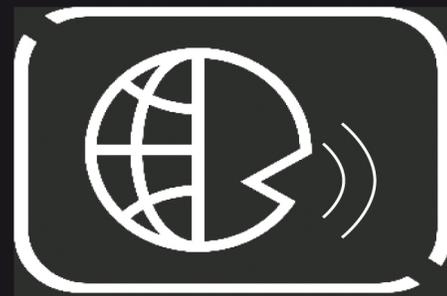
Já em setores intensivos em tecnologia e conhecimento, como o de tecnologia da informação, sabe-se que o Brasil, além de mercado atrativo, conta com profissionais talentosos, o que tem motivado a localização de grandes empresas que lideram o setor globalmente no Brasil. Nesse contexto, as pequenas e médias empresas brasileiras do setor tem como desafio enfrentar ciclos de vida do produto muito rápidos e que são próprios a esses setor. Isso faz com que pequenas empresas do setor que iniciam movidas por projetos inovadores não sobrevivam, pois, com poucos recursos para a criação de novos projetos, encerram ao entregar o serviço ao primeiro cliente.

De qualquer forma, pode-se mencionar os desafios que são gerais não só para a internacionalização e competitividade de empresas brasileiras: a educação em todos os níveis; um aumento quantitativo na formação de quadros para as áreas tecnológicas; a habilidade em outros idiomas, inglês, espanhol, mandarim; a evidente necessidade de melhoria do sistema logístico do País.

IHU On-line - A partir de que momento as empresas da cadeia calçadista do Vale do Rio dos Sinos e Paranhana iniciaram os processos de internacionalização e quais os reflexos desse fenômeno no desenvolvimento econômico e social da região?

Yeda Swirski de Souza - As empresas calçadistas da região assistiram a um período em que foram produtoras para clientes internacionais, exportando sua produção. Algumas empresas desenvolveram ações mais arrojadas, exportando com marca própria e estabelecendo seus próprios canais de distribuição. Como mencionei antes, o modelo exportador com base em custo é muito vulnerável para a sustentação da matriz econômica de uma região. Já há quase duas décadas estamos assistindo a derrocada desse modelo para a indústria tradicional (vestuário, móveis) no País. Fábricas na China produzem com menor custo.

Participe dos eventos do IHU.
Informações em www.ihu.unisinos.br



Quase tudo como dantes no quartel televisivo do futebol brasileiro

Poderio da Rede Globo é reafirmado com imbróglio dos direitos de transmissão mesmo com limites estabelecidos pelo Cade

POR ANDERSON DAVID G. DOS SANTOS*

Seis meses. Este foi o tempo que durou a expectativa de os direitos de transmissão televisiva do Campeonato Brasileiro de futebol ser definidos através de uma licitação estabelecida na livre concorrência. Isto mesmo. A indústria cultural no Brasil é tão selvagem que até mesmo para processos liberalizantes as barreiras parecem ser intransponíveis.

Se a decisão de outubro do ano passado do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - Cade sobre as mudanças exigidas na licitação dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro foi pouco comentada, falou-se muito da licitação em si.

Há quatorze anos, a Rede Globo tem o privilégio na negociação, com a opção de cobrir qualquer proposta após a abertura dos envelopes, o que foi definido pelo Cade como formação de cartel entre ela e o Clube dos 13, entidade que reúne os 20 clubes de maior torcida no país e que estabelecia, até então, a transação de modo coletivo.

A decisão do Conselho, após longo

período, foi para que Globo e C13 assinassem um termo de ajuste de conduta em que se comprometiam, já a partir da licitação de 2012 a 2014, a extinguir o direito de preferência na negociação dos direitos de TV do Campeonato Brasileiro e realizar negociações separadas por mídia (TV aberta, por assinatura, *pay per view*, internet e celular). Ainda assim, não extinguiu o ponto mais importante: o monopólio das transmissões.

Só que a comercialização dessas edições em vez de regularizar o processo só reafirmou a dependência desse esporte com a Rede Globo. A possível aquisição de tais direitos por outro grupo televisivo levou a um desmonte do C13. O que se junta a uma história de interferência da emissora sobre o futebol nacional, até por sua posição de líder há mais de 40 anos no setor de audiovisual.

Precisamos explicar que os clubes de futebol passaram a ter uma exacerbada dependência do dinheiro oriundo dos direitos de imagem, chegando ao ponto de pedirem a antecipação dessas recei-

* Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos (bolsista Capes RH-TVD) e membro do Grupo de Pesquisa Cepos (apoiado pela Ford Foundation). E-mail: <anderson.santos@gmail.com>.

tas para pagar dívidas mais imediatas, com a intermediação da entidade que os representa. Segundo diretores do próprio Clube dos 13, a Globo teria se utilizado disso para conseguir mais aliados na licitação.

Essa pressão se explica pela lucratividade da transmissão do esporte, em que a publicidade paga todos os gastos estruturais, com muito lucro, dada a audiência e os interesses específicos do público. Além do poder em determinar a organização das tabelas do campeonato, a ponto de adaptar o horário dos jogos à sua grade, em que eles começam nas quartas-feiras às 22h por causa da novela, sem qualquer preocupação com o torcedor.

O resultado do seu poderio foi dado no início deste mês, quando os clubes se reuniram numa assembleia na sede do C13 e o presidente Fábio Koff informou que oficialmente a Rede Globo seria a emissora a transmitir as edições de 2012 a 2014 do Brasileirão.

A Rede TV!, única a apresentar proposta na licitação, de R\$516 milhões por ano, acabou sendo a mais prejudicada com o resultado final. Até mesmo por não ter certeza sobre o acordo, não apresentou garantia bancária e descumpriu o edital, o que será um grande problema caso impetre um processo judicial. Para piorar, pode perder o direito de transmitir a Série B já a partir deste ano, que é repassado a ela pela Rede Globo, entrando em seu lugar a Band.

Koff foi outro perdedor na história. O ex-presidente do Grêmio seguiu

“Precisamos explicar que os clubes de futebol passaram a ter uma exacerbada dependência do dinheiro oriundo dos direitos de imagem”

todos os trâmites definidos pelo Cade e quando mais esperava que o órgão brecasse os contratos sigilosos individuais estabelecidos entre Globo e clubes, não o viu acontecer. Na audiência pública realizada no dia 25 de abril no Conselho de Educação, Esportes e Cultura do Senado, o presidente do órgão, Fernando Furlan, afirmou que até onde se sabia não havia nada de errado nos contratos.

Sobre as acusações, a Rede Globo se defende desde o início sob os argumentos da “parceria histórica” e por ter experiência e estrutura prontas, com um maior número de geradoras no país. Para ela, a licitação não poderia considerar o preço - até mesmo porque, provavelmente, a Rede Record, com recursos de outras fontes além da publicidade, deveria apresentar o maior valor.

Mas não só ela sai vencedora desta celeuma. Cresce a força do presidente do Corinthians, Andrés Sanchez, atual

escudeiro do presidente da CBF, Ricardo Teixeira. O clube foi o primeiro a se retirar oficialmente do C13, assinou com a Globo com o dobro do que recebia e na maior faixa e, para completar, é um dos times presentes na comissão formada para analisar, numa espécie de auditoria, as pendências financeiras dos clubes com a entidade.

Desse processo todo, apesar da manutenção do desprezo ao torcedor, percebemos como ponto positivo o fato de essa discussão ser exposta a público, com informações das próprias indústrias culturais sobre os seus negócios e, até mesmo, de denúncias da situação do mercado brasileiro de comunicação feita, por exemplo, pela Rede Record.

Outro ponto interessante veio do presidente da Comissão do Senado, Roberto Requião (PMDB-PR), que informou que caso a Comissão visse irregularidades poderia elaborar proposta de um projeto de lei sobre o assunto. Por mais que saibamos as dificuldades de qualquer regulamentação no audiovisual, aparecer essa possibilidade já é algo positivo, visto que a regulação do setor como um todo vive há anos de uma afasia por parte do Legislativo.

Só cabe a nós, torcedores, pensarmos em alternativas de como baixar o som da TV e ouvir o rádio, ainda sem discussões sobre direitos de transmissão, e assim como no fervor da torcida de final de Copa do Mundo começar a pressionar para que se possa ter uma mudança efetiva no campo comunicacional brasileiro.



ESPECIALIZAÇÃO EM TELEVISÃO E CONVERGÊNCIA DIGITAL

TURMAS EM PORTO ALEGRE

Inscrições pelo site www.unisinos.br/especializacao/televisao_digital/
ou pela central de relacionamento da Unisinos Fone : 3590-8131

**AULAS EM CONJUNTO
COM A GLOBO
UNIVERSIDADE**

REALIZAÇÃO:
 UNISINOS

Destaques On-Line

Essa editoria veicula entrevistas que foram destaques nas **Notícias do Dia** do sítio do IHU. Apresentamos um resumo delas, que podem ser conferidas, na íntegra, na data correspondente.

Entrevistas especiais feitas pela IHU On-Line e disponíveis nas Notícias do Dia do sítio do IHU (www.ihu.unisinos.br) de 09-05-2011 a 13-05-2011.

“O novo Código Florestal está querendo anistiar crimes ambientais”

Entrevista especial com Francisco Milanez, educador ambiental, arquiteto, biólogo, membro da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural - Agapan e da Fundação para o Desenvolvimento Ecologicamente Sustentado - Ecofund

Confira nas Notícias do Dia de 09-05-2011

Acesse no link <http://bit.ly/mEgW6Z>

Segundo o educador ambiental, a proposta do Novo Código Florestal diminuirá as áreas de proteção e as reservas legais. “Nós estamos colocando em risco biomas e perdendo espécies que ainda nem conhecemos”, apontou.

Um julgamento histórico

Entrevistas especiais com Maria Berenice Dias, José Trasseretti, Yone Lindgren, Luiz Mello e André Musskopf

Confira nas Notícias do Dia de 10-05-2011

Acesse no link <http://bit.ly/iE0kYG>

União homoafetivas são reconhecidas legalmente no Brasil. Casais do mesmo sexo já podem formalmente ser reconhecidos como uma família, com direitos iguais a qualquer casal brasileiro. Ainda que Igreja e grupos conservadores tenham contestado a decisão, o STF põe fim à discriminação legal dos homossexuais no país.

Mais carne, menos água

Entrevista especial com Guilherme Carvalho, biólogo,

gerente de campanhas da Humane Society International - HSI

Confira nas Notícias do Dia de 11-05-2011

Acesse no link <http://bit.ly/IYW3eK>

Um dos principais reflexos da produção intensiva de carne se dá na água da região onde a pecuária existe. O problema é ainda maior quando se analisa a produção de alimentos para animais que depois vão para o prato das pessoas. A soja é um dos principais produtos utilizados em rações.

Azaleia, um ‘case’ frustrante

Entrevista especial com Achyles Barcelos, professor da Unisinos, e com João Nadir, presidente do Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Calçadista de Parobé

Confira nas Notícias do Dia de 12-05-2011

Acesse no link <http://bit.ly/isYEji>

Com o fechamento da Azaleia na cidade de Parobé-RS, 800 pessoas foram demitidas. O caso evidencia a crise no setor calçadista gaúcho que vem acontecendo, e crescendo, desde a segunda metade da década de 1990.

A quem interessa a expansão da transgenia no Brasil?

Entrevista especial com Gilles Ferment, biólogo

Confira nas Notícias do Dia de 13-05-2011

Acesse no link <http://bit.ly/jLBn1H>

O uso das sementes transgênicas no Brasil e uma análise do panorama atual dessa cultura no país e no mundo constituem o tema da conversa com o pesquisador. “Nesses tempos de mudanças climáticas e crises alimentares, a maior agrobiodiversidade é indispensável para enfrentar esses desafios”, aponta.

Leia as Entrevistas do Dia em
www.ihu.unisinos.br



INSTITUTO
HUMANITAS
UNISINOS

IHU ON-LINE

Revista do Instituto Humanitas Unisinos

C.

IHU em Revista

**IHU****@_ihu** São Leopoldo

O IHU busca apontar novas questões e respostas para os grandes desafios de nossa época...

<http://www.ihu.unisinos.br>

Edit your profile →

**Timeline**

Favorites

Following

Followers

Lists ▾

**_ihu** IHU

"O argumento mais absurdo é 'as mulheres usam a burca porque querem'. Não acredito nesse papinho multiculturalista"

<http://bit.ly/k65dya>

12 minutes ago

**_ihu** IHU

"Não sendo o centro do mundo, o homem não pode criar propostas como esta do novo Código Florestal" <http://bit.ly/kfx3CI>

28 minutes ago

**_ihu** IHU

"As 60 mil famílias que se declararam gays para o Censo 2010 podem sair do armário sem medo da insegurança jurídica"

<http://bit.ly/jsh7VWo>

43 minutes ago

http://twitter



.com/_ihu

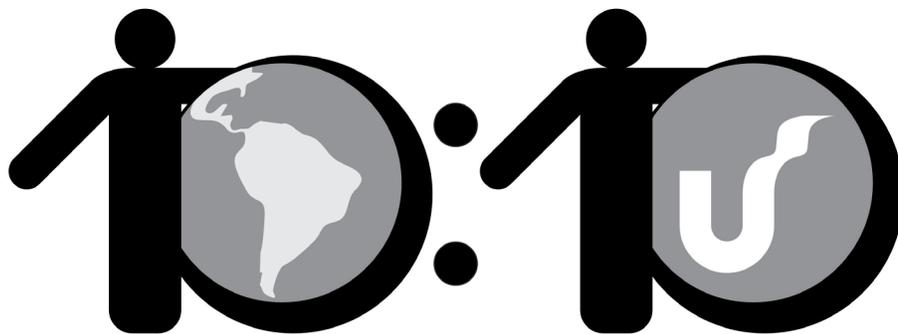
REDUZIR: uma atitude cada vez maior.

A **C**ampanha 10:10 Global surgiu em 2009 com a ideia de **reduzir** em 10% o **C**onsumo de carbono no mundo a partir de 2010.

Inspirada nessa ideia, a Unisinos implantou o projeto **10:10 Unisinos**, que iniciou no dia 10 de outubro de 2010 com o objetivo de reduzir em 10% a emissão de **carbono** na universidade.

CO₂

A Agência Experimental de Comunicação da Unisinos colaborou com essa campanha através da criação do logotipo.



Pra viver, tem que cuidar e fazer acontecer.

ABRACE ESSA CAUSA

Criada em julho de 2002, a Agexcom reúne em um único espaço professores, profissionais e estagiários dos cursos de Comunicação Social da Unisinos. A agência realiza trabalhos de criação e divulgação para diversos setores e cursos da universidade.

Além disso, é responsável pelo site de comunicação portal3.com.br, a revista Primeira Impressão e os jornais Enfoque e Babélia.

Agenda da Semana

Confira os eventos desta semana realizados pelo IHU.
A programação completa dos eventos pode ser conferida no sítio do IHU (www.ihu.unisinos.br).

Dia 19-05-2011
Evento: IHU Ideias Palestrante: Prof. Dr. José Rogério Lopes Tema: A imagética da devoção Horário: 17h30min às 19h Local: Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros - IHU Maiores informações em: http://bit.ly/m4OSVC
Dia 21-05-2011
Evento: Ciclo de filmes e debates: Sociedade sustentável no cinema Debatedora: Profa. Dra. Marilene Maia - Unisinos Exibição de Filme: Uma verdade inconveniente (Davis Guggenheim, EUA, 2006 - 100min) Horário: das 8h30min às 11h30min Local: Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros - IHU Maiores informações em: http://bit.ly/dfwPS
Evento: Escola de Formação Fé, Política e Trabalho 2011 Palestrante: Prof. Dr. Pedrinho Guareschi - PUCRS Tema: Da alienação à conscientização para uma prática transformadora da realidade Horário: 8h30min do sábado às 14h do domingo Local: Centro Diocesano de Formação Pastoral Rua Emílio Ataliba Finger, 685 - Bairro Colina Sorriso 95032-470 - Caxias do Sul-RS Maiores informações em: http://bit.ly/eNZgB0
Dia 22-05-2011
Evento: Escola de Formação Fé, Política e Trabalho 2011 Palestrante: Prof. Dr. Luís Carlos Susin - PUCRS Tema: A busca de um projeto ético mundial, planetário Horário: 8h30min do sábado às 14h do domingo Local: Centro Diocesano de Formação Pastoral Rua Emílio Ataliba Finger, 685 - Bairro Colina Sorriso 95032-470 - Caxias do Sul-RS Maiores informações em: http://bit.ly/eNZgB0
Dia 23-05-2011
Evento: Ciclo de Palestras: Renda básica de cidadania Palestrante: Profa. Dra. Lena Lavinas - Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ Tema: Renda Básica de Cidadania. Um panorama da situação brasileira Horário: das 19h às 22h Local: Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros - IHU Maiores informações em: http://bit.ly/dWiX1s

Imagética da devoção, uma geografia do sagrado

Suporte ritual para a demarcação social, as imagens religiosas e devocionais compõem uma geografia do sagrado, mapeando as experiências religiosas das pessoas, pondera o sociólogo José Rogério Lopes

POR MÁRCIA JUNGES

De acordo com o sociólogo José Rogério Lopes, a imagética da devoção é uma “concepção que busca imprimir um caráter substantivo ao conjunto de imagens que se entrelaça e gravita em torno de determinadas práticas religiosas e vivências devocionais contemporâneas”. De acordo com ele, “as imagens religiosas e devocionais existem como suporte ritual de demarcação social, uma espécie de geografia do sagrado, ou ao menos, das experiências religiosas vivenciadas pelas pessoas”. Dentre as conclusões a que chegou com a pesquisa que empreende sobre esse tema, afirma que “a imagética devocional representa uma necessidade que o brasileiro tem de exteriorizar a sua fé”. As declarações fazem parte da entrevista concedida por e-mail à **IHU On-Line**. A imagética da devoção é o tema que Lopes apresenta nesta quinta, 19-05-2011, o **IHU ideias**, das 17h30min às 19h, na Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros, no Instituto Humanitas Unisinos - IHU. A entrada é franca.

José Rogério Lopes é graduado em Pedagogia pela Universidade de Taubaté. É mestre e doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP. Atualmente, é professor titular do PPG em Ciências Sociais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos-RS. De sua autoria, destacamos *A imagética da devoção; a iconografia popular como mediação entre a consciência da realidade e o ethos religioso* (Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010). É um dos organizadores de *Diversidade religiosa, imagens e identidades* (Porto Alegre: Armazém Digital, 2007). Confira a entrevista.

IHU On-Line - O que é a imagética da devoção?

José Rogério Lopes - Imagética da devoção, ou imagética devocional, é uma concepção que busca imprimir um caráter substantivo ao conjunto de imagens que se entrelaça e gravita em torno de determinadas práticas religiosas e vivências devocionais contemporâneas.

Os estudos tradicionais sobre devoções religiosas davam importância secundária ao uso das imagens no entendimento do fenômeno religioso, tratando-as regularmente como um registro simbólico que se reproduzia desde as práticas e estratégias institucionais de evangelização católica, sobretudo. Desde a abordagem que adotei nas minhas pesquisas, e no livro, busco inverter essa lógica, primeiro reconhecendo um caráter presencial às imagens, na contemporaneidade, que extrapola a impressão de um registro simbólico produzido fora

delas, para, a seguir, interpretar essas presenças como constitutivas de redes de sentido, organizadas em torno de determinadas devoções e práticas religiosas. Assim, as imagens religiosas e devocionais existem como suporte ritual de demarcação social, uma espécie de geografia do sagrado, ou ao menos, das experiências religiosas vivenciadas pelas pessoas.

IHU On-Line - Poderia citar alguma peculiaridade dessa imagética da devoção em nosso estado ou país?

José Rogério Lopes - Há algumas peculiaridades que são, em geral, marcadas por um caráter inovador da imagética devocional em pauta, como ocorreu com os Santos da Crise (Santo Expedito, São Judas Tadeu, Santa Edwiges e Santa Rita de Cássia), na década de 1990 e início da de 2000. Essas devoções iniciaram em São Pau-

lo, espalhando-se para o Rio de Janeiro e outras regiões metropolitanas, nesse período. Em tais casos, os traços da imagética eram definidos por uma abundância de faixas de agradecimento nas ruas, ou de santinhos que invadiam o cotidiano das pessoas, depositados em locais os mais inusitados, como uma contraprestação anônima por parte de devotos que pediam graças aos santos. Trata-se aí de uma lógica contemporânea de exteriorização de um modelo de obrigações recíprocas, em substituição aos tradicionais ex-votos que são depositados em santuários como o de Aparecida, de Caravaggio e outros. Esse caso foi pesquisado por vários cientistas sociais, incluindo eu mesmo, e há bons estudos publicados e disponíveis para consulta, que podem ser acessados por uma busca no Google Acadêmico.

Esse mesmo modelo deslocou-se con-

tinuamente para outras devoções, de forma que encontramos essa imagética presente na devoção ao Pe. Reus, aqui em São Leopoldo-RS, por exemplo. Todavia, mais que atentar para as peculiaridades, é importante reconhecer que essa geografia do sagrado - ou “constelações devocionais”, como definido por Benedetti¹ - é delimitada em círculos de influência que são concêntricos. Assim, há várias ondas de difusão de imagética devocional em exteriorização, na experiência religiosa contemporânea que, ao se cruzarem, afetam-se reciprocamente, agregando ou desagregando valor entre si. Um caso de agregação de valor pode ser percebido na diversificada imagética das devoções marianas, encontradas por todo o país.

IHU On-Line - Em que sentido a iconografia popular funciona como mediação entre a consciência da realidade e o ethos religioso?

José Rogério Lopes - As imagens sempre conduzem sentimentos, transmitem mensagens e valores, enfim, comunicam. E por comunicarem, a imagens explicitam a estrutura de atitudes e concepções daqueles que as produzem ou as fazem circular. Poderia afirmar, acompanhando a concepção de Monique Augras², que a comunicação propiciada pelas imagens auxilia as pessoas a tecerem redes que as aproximam e as afastam, de forma a assegurar áreas recíprocas de movimentação. Assim, quando inseridas e identificadas em uma rede de interações determinada, as imagens configuram o que denominei de imagética da devoção e permitem apreender a visão de mundo das pessoas que suportam essa rede.

Desde as formas de exteriorização mais tradicionais da imagética religiosa, sobretudo no catolicismo, as imagens sempre se inseriram em um processo de evangelização e traduziam sentidos e valores específicos de religiosidade, sobretudo pietistas. Tanto que a Igreja Católica exerceu por séculos um controle sobre a produção de imagens religiosas, ou devocionais. Como as formas de

1 BENEDETTI, L. R. *Os santos nômades e o Deus estabelecido*. São Paulo: Paulinas, 1983.

2 Monique Augras: psicóloga francesa, professora titular da PUC-Rio, radicada no Brasil desde 1961. Entre outros, escreveu *A dimensão simbólica* (1967), *Teste de Rorschach - Atlas e Dicionário* (1968) e *O ser da compreensão* (1978). (Nota da IHU On-Line)

mediação se modificaram bastante até a atualidade, principalmente pela difusão das tecnologias de reprodução de imagens, permitindo sua diversificação em combinações variadas, os devotos acessaram um campo de produção dessa imagética e inseriram nelas outros registros de comunicação, progressivamente mais autônomos. Um exemplo: a camiseta de um jovem participante da Renovação Carismática, com a imagem de Jesus Cristo sorrindo, com o braço estendido à frente e a mão fazendo um sinal de positivo.

IHU On-Line - De que forma podemos compreender essa imagética frente ao sincretismo religioso no Brasil?

José Rogério Lopes - De maneira objetiva, pela delimitação de fronteiras aos padrões sociais de ação das pessoas, em função de seu reconhecimento, ou pertencimento religioso. De maneira subjetiva, pelo procedimento de retração que as imagens geram entre tais fronteiras, ³elidindo seus limites e produzindo o que Pierre Sanchis denominou de “porosidade”, ao tratar das conversões religiosas no Brasil. O uso das imagens de santos católicos na Umbanda serve de referência para pensar as duas maneiras de compreender essa relação.

Porém, hoje e cada vez mais, a imagética projeta na realidade um registro de combinações que extrapola a esfera religiosa, propriamente dita, incorporando elementos das esferas cultural e política, por exemplo, permitindo circunscrever e pensar campos híbridos de manifestação de sentidos.

IHU On-Line - O que a imagética da devoção demonstra sobre a fé dos brasileiros?

José Rogério Lopes - Pensando de maneira ampla, é possível afirmar que a imagética devocional representa uma necessidade que o brasileiro tem de exteriorizar a sua fé, como me disse um frade franciscano da cidade de Ubatuba-SP. Mas também, poder-se-ia afirmar

3 Pierre Sanchis: antropólogo francês, doutor em Sociologia pela Universidade de Paris, e especialista em antropologia da religião, é professor emérito da UFMG. Confira no site do Instituto Humanitas Unisinos, a entrevista exclusiva concedida por Sanchis à IHU On-Line: “O campo religioso será ainda hoje o campo das religiões?”, publicada em 01-12-2006, disponível em <http://bit.ly/kxQlxJ>. (Nota da IHU On-Line)

que as combinações imagéticas produzidas contemporaneamente permitem reconhecer a formação crescente de um campo plural de manifestações religiosas na sociedade.

IHU On-Line - Quais foram as principais conclusões a que chegou com essa pesquisa?

José Rogério Lopes - As conclusões de uma pesquisa como essa são sempre provisórias, em virtude da dinâmica relacional que ela desenvolve. Além de algumas referências já expostas anteriormente, poderia dizer que o estudo permitiu reconhecer que as imagens devocionais demarcam presencialmente - mas hoje também virtualmente, como procurei mostrar em outro estudo⁴ - um conjunto de interações sociorreligiosas, ou socio-culturais, organizadas em redes de significado, que transitam entre referências locais e universais. Esse trânsito opera por fluxos constantes, e alguns desses fluxos não possuem sequência. Isso implica que os encontros e desencontros culturais e religiosos propiciados pelo uso da imagética devocional - ou mesmo religiosa - estão condicionados por propósitos e performances dos atores envolvidos em tal uso, que extrapolam a esfera religiosa, *stricto sensu*, como correu no caso das charges do profeta Maomé publicadas em um jornal dinamarquês, em 2006, se não me engano. Assim, as imagens religiosas se configuram contemporaneamente como um lugar-presença na esfera pública, adquirindo autonomia em relação com seu contexto de origem e possibilitando apropriações e manipulações que podem gerar distúrbios identitários e éticos.

LEIA MAIS...

José Rogério Lopes já concedeu outras entrevistas à IHU On-Line. Confira:

* Fórum Social Mundial. Limites e possibilidades. Entrevista publicada nas Notícias do Dia 26-11-2009, disponível em <http://bit.ly/jTa390>

* Psicologia e antropologia. Relações práticas. Entrevista publicada nas Notícias do Dia 19-09-2006, disponível em <http://bit.ly/iPLjYU>

4 Ver LOPES, J. R. *Devoções, ciberespaço e imaginário religioso: Uma análise dos altos virtuais*. Porto Alegre: Civitas, vol. 9, n. 2, 2009.

IHU Repórter

Josefina Maria Fonseca Coutinho

POR PATRICIA FACHIN | FOTOS ARQUIVO PESSOAL

Formada em Administração de Empresas e com uma longa experiência na área administrativa, além de uma trajetória consolidada como diretora de marketing na Caixa Econômica Estadual, Josefina Coutinho nunca havia cogitado a possibilidade de seguir a carreira acadêmica. Entretanto, o aperfeiçoamento profissional através do curso de mestrado a fez mudar de ideia e o relacionamento com os alunos de graduação foi decisivo na escolha de dedicar-se exclusivamente à docência, sua grande paixão. Na entrevista a seguir, a professora dos cursos de Administração e MBA conta sua história pessoal e a trajetória na universidade, que iniciou nos anos 1980. Confira.

Origens - Nasci em Guaíba, mas minha família é de Venâncio Aires, cidade onde vivi a infância e adolescência. Depois, mudei para Porto Alegre na época da faculdade. Tenho seis irmãs, um deles é adotivo e, inclusive, é o único que ainda reside em Venâncio Aires, com minha mãe. Os demais moram em Porto Alegre e outro, em Triunfo. Apesar da distância, continuamos nos visitando e nossa referência é o sítio da família. Reunimo-nos nas festas principais como Natal, Ano Novo, Páscoa e, sempre que possível, nos finais de semana.

Minha mãe tem 95 anos e mora sozinha. Meu pai já faleceu.

Estudos - Cursei a faculdade de Administração de Empresas na Unisinos e, ao mesmo tempo, trabalhava no Unibanco. Quando terminei a faculdade, fiz um curso de especialização em Marketing na universidade e, na sequência, cursei o mestrado por meio de uma parceria da Unisinos com a PUC-Rio. Depois, fiz o doutorado em Comunicação na PUCRS.

Carreira acadêmica - Até fazer o curso de especialização, nunca havia pensado em seguir a carreira acadêmica. Depois de trabalhar no Unibanco, fui para a Caixa Econômica Estadual, onde trabalhei por 25 anos. Fui diretora de Marketing da Caixa e segui essa carreira em paralelo com o magistério como uma forma de atualização, de manter contato com alunos e fui me apaixonando pela profissão e pela sala de aula. Aperfeiçoei-me para ser uma professora de carreira.

Trajetoária na Unisinos - Só trabalhei como professora na Unisinos e atualmente leciono para os cursos de graduação em Administração, MBA em Gestão de Pessoas e também coordeno o curso de especialização em Cooperativismo.

Planos - Por enquanto, quero me dedicar a ler e pretendo escrever um



livro baseado na minha tese de doutorado sobre comunicação interna e gestão do conhecimento. Mais tarde, vou pensar em fazer um pós-doutorado, mas eu gosto mesmo é desse relacionamento com os alunos de graduação. A relação com eles é interessante por-

que sempre se traz algo novo e as aulas despertam neles o prazer de conhecer e se inserir no mercado de trabalho.

Lazer - Gosto de ler, viajar e passear no sítio da família; vou para lá quase todos os finais de semana para visitar minha mãe e também porque temos uma criação de gado leiteiro. Minha irmã e eu investimos no negócio e meu irmão, juntamente com um empregado, cuida e administra.

Nas férias, gosto de conhecer países, inclusive o Brasil. Um dos meus sonhos de criança era conhecer as pirâmides do Egito e fiz esse passeio interessante. Conheço a Áustria, França, Espanha, Itália, Israel e este ano também fui a Portugal. Gosto de pacotes curtos, de no máximo 15 dias. O ideal são 11 dias porque depois disso, a viagem se torna cansativa.

Religião - Sou católica praticante. Minha mãe é ministra da Igreja e sempre tivemos uma formação católica forte, de raiz. Vamos à missa, acreditamos em Deus e fazemos orações em todas as datas festivas.



PROFA. JOSEFINA APROVEITA AS FÉRIAS AO LADO DA MÃE, PEDROLINA



Universidade - Sou apaixonada pela universidade e penso que é um ótimo lugar para trabalharmos. Somos valorizados, reconhecidos. A Unisinos cresceu ao longo desses 20 anos, mas os conceitos básicos permanecem os mesmos. A universidade evoluiu, se modernizou e isso faz com que ela tenha essa marca forte dentro da comunidade acadêmica.

das notícias porque elas abordam temas de uma área mais humanitária e social, além de terem um viés mais filosófico. Isso acrescenta no conhecimento da comunidade acadêmica, principalmente dos profissionais da área técnica, que leem livros específicos.

IHU - Gosto das entrevistas e

CONFIRA AS PUBLICAÇÕES DO INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS - IHU

WWW.IHU.UNISINOS.BR



Destaques

Cristo segundo Rembrandt no blog do IHU

Importantes obras do artista plástico Rembrandt, que mostram Jesus Cristo em cenas bíblicas, poderão ser conhecidas por meio do blog do Instituto Humanistas Unisinos - IHU. O endereço <http://unisinos.br/blog/ihu> foi autorizado pelo Museu do Louvre a reproduzir eletronicamente as imagens, entre elas A refeição em Emaús e Jesus e seus Discípulos.

O acervo faz parte da exposição artística e espiritual “Rembrandt e sua relação com Cristo”, que está disponível até o dia 18 de julho no Museu de Louvre (www.louvre.fr), na França. Os textos que acompanham as obras são de Isabelle Francq e publicados pela revista francesa La Vie, 21-04-2011.

Nascido na cidade de Leida, antiga República Unida dos Países Baixos, Rembrandt se destacou na pintura e na gravura. Além de cenas de pregação, de milagres e crucificação, ele pintou uma série de sete faces de Cristo dos quais não se conhece a cronologia e sem que se saiba se se trata de estudos preparatórios ou de obras definitivas.

Uma verdade inconveniente

Sentimos vertigem ao pararmos para pensar a respeito do que está em curso em nosso planeta, sobre as catástrofes climáticas que já ocorreram e das que estão por vir por conta do aquecimento global. É sobre essa situação que se refere o documentário **Uma verdade inconveniente**, estrelado pelo ex-vice-presidente dos EUA, Al Gore, e dirigido por Davis Guggenheim em 2006. A produção será exibida em 21-05-2011 dentro do cronograma de atividades do Ciclo de filmes e debates: sociedade sustentável no cinema, das 8h30min às 11h30min, na Sala Ignácio Ellacuria e Companheiros, no Instituto Humanitas Unisinos - IHU. A Profa. Dra. Marilene Maia, da Unisinos, é a debatedora do encontro.

O futuro do livro

O livro tal qual conhecemos, impresso em papel, está com seus dias contados? Qual é o impacto das novas tecnologias no mercado editorial, como os iPads? Essas são algumas das reflexões que serão debatidas pelo consultor gráfico-editorial **Paulo Tedesco**, diretor da Oficina do Livro, no IHU ideias de 26-05-2011, intitulado **O futuro do livro? O livro do futuro?** O encontro inicia às 17h30min e vai até as 19h, na Sala Ignacio Ellacuría e Companheiros, no Instituto Humanitas Unisinos - IHU. A entrada é franca.

Siga o IHU no



(http://twitter.com/_ihu)

E também no

facebook

(<http://bit.ly/ihufacebook>)

Apoio:




UNISINOS


INSTITUTO
HUMANITAS
UNISINOS

IHU Contracapa