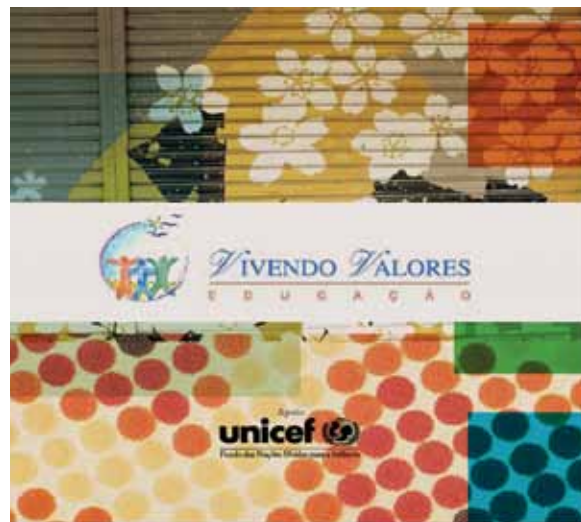


Conversa global: vivendo valores na comunicação

Em 1996 tive a oportunidade de participar de uma pesquisa mundial, cujo objetivo era desenvolver um programa de educação para valores. Doze foram escolhidos: cooperação, liberdade, felicidade, honestidade, humildade, amor, paz, respeito, responsabilidade, simplicidade, tolerância e união.

A ação teve o apoio da Unesco, do Comitê Nacional Espanhol do Unicef, do Planet Society e da Organização Brahma Kumaris em consultoria com Education Cluster do Unicef em New York. Desta grande pesquisa nasceram: o Vivendo Valores – um manual em homenagem ao quinquagésimo aniversário das Nações Unidas (www.vivendovalores.org.br/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=13); e o programa Vivendo Valores na Educação, que tem por objetivo “ajudar indivíduos a pensar e refletir sobre diferentes valores e as implicações práticas de expressá-los para si mesmos, para a comunidade e para o mundo; aprofundar o entendimento, a motivação e a responsabilidade de fazer escolhas pessoais e sociais positivas; inspirar indivíduos a escolher seus próprios valores pessoais, sociais, morais e

PAUL SINGER - AUTOR VALDIR CIMINO



espirituais, cientes dos métodos práticos para desenvolvê-los e aprofundá-los; encorajar educadores e tutores a olhar para a educação como uma filosofia de vida, e por meio dela facilitar o crescimento geral, o desenvolvimento e as escolhas do aluno, de modo a integrá-lo na comunidade com respeito, confiança e propósito”.

Nesta caminhada do bem, em 1999, 26 eventos aconteceram em diversas cidades do mundo. No Brasil, um dos temas abordado no encontro de São Paulo foi “A propaganda criando um mundo melhor”. Entre os presentes estavam publicitários, fotógrafos, designers gráficos, diretores de arte, donos de agências, empresários, profissionais do terceiro setor, editores e jornalistas. Para este tema tivemos o apoio da Brahma Kumaris, Visions for a Better World Foundation e SIGMA – Social Innovations in Global Management. A ação foi conduzida por meio do método Appreciative Inquiry (entrevistas apreciativas), criado por David Cooperrider, da Case Western Reserve University, Cleveland, USA. Este método deixa de lado o discurso deficitário que permeia a sociedade e convida os participantes, principalmente os comunicadores, a explorar o que há de melhor em suas vidas e trabalho.

A publicidade ganhou destaque nas discussões e, para promover produtos e serviços ou fortalecer a marca, há que se valorizar o lado humano do consumidor, neutralizando assim a violência existente em nossa sociedade.

O grande desafio hoje e sempre é mostrar que o bem não

é chato, que não é alguma coisa que vou fazer porque estou com a consciência pesada, mas sim porque é prazeroso.

Em 2005 nasce o Instituto Vivendo Valores (IVV), uma organização sem fins lucrativos (OScip), fundada com o objetivo de disseminar valores humanos e estimular o desenvolvimento pessoal, espiritual e profissional dos participantes

de seus programas. O IVV oferece uma abordagem única em termos de teoria e prática de valores. Seus programas de capacitação atuam em áreas chave para a construção de um mundo melhor: educação, saúde, desenvolvimento organizacional, comunicação e meio ambiente.

É isso aí. Vale a pena pensar mais de uma vez antes de agir! ■



VALDIR CIMINO
PRESIDENTE DA VIVA E DEIXE VIVER,
DIRETOR DA CS. PRO - COMUNICAÇÃO
SUSTENTÁVEL, E EDUCADOR NA
FACOM/FAAP

www.valdircimino.com.br
valdir.cimino@cspro2.com.br

Indicadores

O que faz o valor de uma mercadoria?

Esta é uma pergunta que instigou os economistas da Escola Clássica e que levou Marx a desenvolver o conceito da “mais-valia”, descrito por Paul Singer: “Karl Marx repensa o problema nos seguintes termos: cada capitalista divide seu capital em duas partes: uma para adquirir insumos (máquinas, matérias-primas) e outra para comprar força de trabalho. A primeira, chamada capital constante, somente transfere o seu valor ao produto final. Já a segunda, o capital variável, ao utilizar o trabalho dos assalariados, adiciona um valor novo ao produto final. É esse valor adicionado, que é maior do que o capital variável (daí o nome “variável”: ele se expande no processo de produção), que é repartido entre capitalista e trabalhador. O capitalista entrega ao trabalhador uma parte do valor que este último produziu, sob forma de salário, e se apropria do restante sob a forma de mais-valia.”

Mais-Valia para quem? Para o empreendedor, para o trabalhador ou para o consumidor?

Afinal de contas, somos todos humanos, certo?

Fonte: Wikipedia, a enciclopédia livre

Conexões

Por meio de sua atuação com atividades culturais na área da saúde, a Associação Viva e Deixe Viver vem desenvolvendo importante expertise em ações relacionadas à responsabilidade social, humanização de ambientes corporativos e gestão de pessoas.

Com base nessas práticas e visualizando a oportunidade de, através de sua larga experiência atuar e desenvolver projetos de consultoria e atividades de capacitação sobre os temas acima relacionados, o Viva instituiu o Núcleo AYTY.

O que oferece: Consultoria em ações de Responsabilidade Pessoal e Corporativa; Planejamento estratégico de comunicação interna; Cursos e capacitações nas áreas de Humanização e Responsabilidade Social; Pesquisas de clima organizacional.

Público alvo: profissionais envolvidos na realização e no planejamento de ações e consultoria da área de Comunicação, Marketing, Administração e Psicologia.

Toda a renda gerada pelo Núcleo AYTY é revertida para os projetos da Associação Viva e Deixe Viver e para sua missão.



saiba mais



Reflexões Para Uma Vida Plena

Australiano radicado no Brasil, Ken O'Donnell já escreveu 12 livros sobre desenvolvimento pessoal e organizacional, que foram publicados em nove diferentes idiomas. *Reflexões Para Uma Vida Plena* aborda conceitos para que o leitor priorize sua própria vida e suas atitudes, com o intuito de que possa se aproximar de suas realizações com a ajuda da autorreflexão. Ao final de cada módulo, o livro traz alguns contos baseados na experiência própria do autor e outras colhidas ao longo de sua vida. Com estas pequenas histórias, o autor procura mostrar a lição oculta em fatos do cotidiano e acrescenta, em itálico, algumas reflexões a respeito dos seus significados.