

## Sumário

PLÁGIO CIENTÍFICO: UMA DISCUSSÃO ENTRE A NECESSIDADE DA PRODUTIVIDADE E A ÉTICA.....	2
O INDIVÍDUO RETRATADO PELA REVISTA HSM MANAGEMENT .....	6

# PLÁGIO CIENTÍFICO: UMA DISCUSSÃO ENTRE A NECESSIDADE DA PRODUTIVIDADE E A ÉTICA

Fabiano André Trein<sup>1</sup>  
Universidade Feevale

Palavras-chave: Plágio. Produtividade científica. Ética.

## 1 - INTRODUÇÃO

O presente texto aborda uma breve discussão sobre uma questão norteadora muito importante e pertinente no atual mundo da pesquisa e dos cursos *strictu sensu* que é o plágio científico. Será abordada uma visão do tema sob os aspectos da ética profissional e da necessidade de produtividade explícita aos olhos da comunidade científica.

Diferenciação na vida pessoal, com bens e objetos de consumo, como na vida profissional com uma força impulsionadora muito drástica, no sentido de “ser” e “ter” o poder a qualquer custo. Nesta situação, a definição de ética passa para um segundo plano, sendo respeitada ou seguida de forma coadjuvante, “se der” espaço.

Este é o objetivo desta breve discussão onde se pretende comentar aspectos relacionados ao Plágio Científico, sua utilização, suas causas e conseqüências. Conceitos éticos que deveriam ser, assim como os conteúdos estudados e o foco da linha de pesquisa, o 3º pilar de sustentação de um pesquisador. A proposta metodológica compreende a pesquisa exploratória e bibliográfica dimensionada e contextualizada para atender à extensão qualitativa deste trabalho.

## 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O estudo das características humanas sempre foi um tema muito instigador aos pesquisadores da área das Humanas, dentro os quais se pode destacar as teorias aprofundadas de Abraham H. Maslow, conhecido pela sua Teoria das Hierarquia das Necessidades

Observa-se a teoria em que Maslow acreditava que os humanos aspiravam tornarem-se auto-realizados. Uma luta inicial aborda o atendimento das necessidades básicas e de segurança. Isto saciado, se parte para o reconhecimento social passando pela auto-estima e a auto-realização e reconhecimento público. Em sua discussão sobre o capital humano, Maslow (1998) visualizava o potencial humano como um território vastamente subestimado e inexplicado.

1 – Doutorando PPGQA Universidade Feevale; Mestre em Engenharia de Produção PPGEP- UFRGS. Professor Graduação e Pós Graduação Universidade Feevale. Coordenador Pós Graduação Eng. Segurança do Trabalho.

Chiavenato (2010, p. 76) explica que “uma das premissas básicas de Maslow era que as cinco categorias de necessidades seguiram um ordenamento hierárquico em termos de potência.” Ele referia-se a predominância das necessidades básicas sobre as necessidades sociais e das necessidades básicas mais essenciais em relação às menos essenciais.

As características do pós-industrialismo, como a mudança da orientação básica da produção de bens para a prestação de serviços, as novas tecnologias, o aumento da influência das ocupações profissionais e técnicas e a ascendência do conhecimento teórico como fonte de inovação fizeram com que as organizações também mudassem ou se adaptassem a nova realidade. (BOWDICH; BUONO, 1992).

Apresentando conceitos de ética, observa-se um grau de compreensão diferente e destoante de pessoa para pessoa. Definidas as regras de uma sociedade, fica muito claro o que é ético e o que não é. Conforme Vargas (2007), ética é moral. Falta de ética é imoral. Algo que seria contra os princípios e valores norteadores de uma linha de pensamentos corretos. Porém, a maioria das pessoas ainda não sabe da importância desse aspecto. Moral é a base da ética. Talvez por isso seja tão difícil separá-las.

Respostas que podem nos levar a uma necessidade cada vez maior de produção, de ciclos cada vez mais curtos e tempos de resposta cada vez mais curtos e frequentes. Facilmente, outros fatores já fazem parte do ambiente em que vivemos, onde conceitos e valores, tradicionalmente naturais e corretos, dão lugar ao “fazer a qualquer custo”, sub-classificando valores como a ética, o respeito e veracidade dos fatos.

### **3 - METODOLOGIA**

A proposta metodológica compreende a pesquisa exploratória e bibliográfica adequada ao pesquisador que está em fase de buscar e aprofundar conhecimentos sobre o assunto. Orientados, portanto à descoberta. Também foi realizada uma breve revisão na literatura pertinente aos conceitos de necessidades humanas, ética e plágio científico.

### **4 - ANÁLISE**

Com toda essa pressão por expressar e externar o conhecimento pesquisado, descoberto, adquirido e analisado, questões antigas de ordem, disciplina, moral e ética passam a não mais ter o significado e o “status” de outros tempos.

Publicações similares, cópias e replicações de dados desenfreadas, plágios científicos sem precedentes nos levam a perguntar: onde tudo isso vai nos levar? A própria direção que a academia norteia, pode levar a essas conseqüências. Aspectos éticos e legais estão fortemente relacionados em todas as práticas das relações públicas. No entanto, não são idênticos. De acordo com Baskin et al (1997), ética é muito mais do que ser honesto e obedecer a lei: significa ser moralmente correto.

A falta de ética pode ser encontrada nos mais variados segmentos da vida cotidiana, da prestação de serviços à criação de produtos novos ou versões mais atualizadas. Gastam-se milhões nas áreas de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) na busca desenfreada de novos materiais, novas tecnologias ou processos mais econômicos e auto-suficientes, mas pensa-se ainda muito pouco no registro ou no processo de patentes das criações.

Conforme a Lei 9.610, há uma regulamentação muito clara dos direitos autorais e de sua utilização em publicação, transmissão, retransmissão, distribuição, comunicação ou reprodução. A contrafação, ou seja, publicação ou não autorizada ou a utilização da base de dados tem sua punição amparada, definida e oficializada por esta lei, estando os infratores sujeito ainda a outros enquadramentos legais.

## **5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao analisar todos os aspectos pesquisados e abordados e, trazendo ao cunho da pesquisa científica posso chegar a algumas considerações pertinentes a essa discussão.

A velocidade da informação e a necessidade por produção que a Era atual nos impõe é assombrosa. Nunca tivemos tanto acesso à informação como hoje e a análise e a depuração de todo esse conhecimento passa a ter um menor *lead-time*. Palavras de ordem desta atualidade, cuja velocidade gira em outras dimensões, levam à necessidade de que nenhum conhecimento tem valor se não for utilizado.

Que a expressão “*publish or perish*” é fundamental, todos nós sabemos, pois afinal, o que é potência sem controle, o que é resultado e pesquisa sem exposição das descobertas.

Nos resta uma reflexão: qual o custo que queremos pagar por esse benefício?

## REFERÊNCIAS

BASKIN, O.; ARONOFF, C.; LATTIMORE, D. **Public Relations: the profession and the practice**. McGraw-Hill, 1997.

BOWDICH, J.L.; BUONO, A.F. **Elementos de comportamento organizacional**. São Paulo: Pioneira, 1992.

CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

**LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. República Federativa do Brasil.**  
<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9610.htm>. Acesso em 09 de maio 2011.

MASLOW, A. **Maslow no Gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

VARGAS, R. **Construindo Resultados com Gerenciamento de Projetos**. Revista Mundo PM. SENAC SP. 2007.

## O INDIVÍDUO RETRATADO PELA REVISTA HSM MANAGEMENT

Mônica Bonsembiante Campana<sup>1</sup>

Feevale

Palavras-chave: Indivíduo. Mundialização. Organizações. HSM Management.

### INTRODUÇÃO

O presente artigo busca refletir sobre como os veículos midiáticos estão expondo aspectos sobre o indivíduo mundializado aos gestores das organizações brasileiras. Utilizando o método de análise conteúdo, selecionamos as matérias de capa das três primeiras edições da revista HSM Management, edição brasileira do ano de 2011, em conjunto com referencial teórico pertinente a fim de que possamos contextualizar adequadamente a discussão. O problema norteador deste artigo visa responder se os veículos midiáticos retratam adequadamente o indivíduo mundializado. Tendo como objetivo principal desta reflexão a identificação de aspectos deste indivíduo, retratado no cenário da mundialização nas organizações atuais, por um veículo midiático de referência dos gestores brasileiros.

### O INDIVÍDUO NO CENÁRIO MUNDIALIZADO

“Numa civilização na qual a mobilidade é essencial, é necessário que existam balizas, um código de orientação.”, afirma Ortiz (2000, p. 106) ao descrever os não-lugares que acendem na sociedade atual, para o conforto de indivíduos que circulam por diferentes culturas devido às necessidades de trabalho e as possibilidades de lazer. Marc Augé (2010), por sua vez, ao atualizar sua obra a respeito dos não lugares, afirma que o indivíduo possui uma relação com os seus pares através de símbolos expostos pela supermodernidade. Sua hipótese é de que

a supermodernidade é produtora de não lugares, isto é, de espaços que não são em si lugares antropológicos e que, contrariamente à modernidade baudelairiana, não integram os lugares antigos: estes, repertoriados, classificados e promovidos a ‘lugares de memória’, ocupam aí um lugar circunscrito e específico. (AUGÉ, 2010, p.73)

---

<sup>1</sup> Mestranda no curso de Processos e Manifestações Culturais no Programa de Pós-graduação da Universidade Feevale – Novo Hamburgo – RS. Email: mocampana@gmail.com

Este reconhecimento e conforto necessários para o bem-estar de indivíduos, independente do local em que estejam, tem sua fundamentação nas bases do consumo estabelecido pela sociedade capitalista<sup>2</sup>. Ao situar a transformação que ocorre na modernidade, Bauman (2001), apresenta a metáfora de sólidos e líquidos a fim de demonstrar como este novo cenário põe em cheque velhos paradigmas em detrimento de novas certezas e tentativas.

Assim, os indivíduos necessitam de orientação para compreender e tomar decisões em um contexto liquefeito, em que o tempo e o espaço são diluídos, não pertencendo a um conjunto único. Stuart Hall (2006), por sua vez, percebe a fragmentação deste indivíduo moderno ao constatar o declínio das identidades que estabilizam a modernidade retratada por Bauman.

A complexificação da sociedade tem modificado a forma como as Organizações se relacionam e se comunicam com os atores sociais, demandando mais transparência e uma postura de relacionamento diferenciado. A escolha do veículo revista, dos meios midiáticos, foi realizada devido ao forte quesito de inovação incorporado pelas editoras, aprimorando o processo de segmentação dos nichos de mercado e aperfeiçoamento de conteúdos diversos. O título, HSM Management foi definido devido a sua relevância de leitura pelo público brasileiro, caracterizando o cenário mundial pelo seu pertencimento a um grupo do exterior. (Mídia Dados, 2011<sup>3</sup>).

As matérias de capa trazem elementos como a forma colaborativa defendida por Tapscott (2010) nos processos de gestão onde boas perguntas devem ser mais importantes que as respostas certas. Chanlat (1999) ao discorrer sobre as Ciências Sociais sinaliza uma predisposição do indivíduo em atribuir valor demasiado ao que é aparente, impedindo-o de perceber a essência do feito. É o que percebemos nas matérias quando a tecnologia é tida como mais importante que os indivíduos no ambiente organizacional. Salientamos também o conflito de gerações, já apontado por Jenkins (2008), Recuero (2009) e Tapscott (2010), onde o compartilhamento de informações ganha notoriedade em detrimento do segredo do negócio, fazendo com que os indivíduos, colaboradores de uma determinada Organização, se diferenciem visivelmente.

---

<sup>2</sup> A Sociedade Capitalista tem como princípio básico a obtenção do lucro, por meio da acumulação de capital.

<sup>3</sup> Publicação com informações demográficas, mercadológicas e comerciais dos veículos de mídia atuantes no Brasil.

## **A CULTURA ORGANIZACIONAL DIANTE DA NOVA PROPOSTA DE GESTÃO ORGANIZACIONAL**

Ao nos depararmos com as transformações gerenciais propostas pelos meios midiáticos, procuramos conceituar como entendemos o processo construtivo da cultura neste ambiente organizacional. Para tanto, os estudos de João José Curvello (2002) nos parecem bastante adequados:

Procuramos interpretar a cultura e a ideologia da organização, a partir de seus funcionários, suas vivências, suas relações, seu universo simbólico, relacionando cultura e ideologia aos canais formais e informais de comunicação interna existentes na empresa e procurando observar as influências mútuas, num contexto marcado pelas mudanças administrativas e estruturais. (CURVELLO, 2002, p. 6)

Ao afirmar que a cultura está enraizada no corpo funcional, ou seja, nos colaboradores das Organizações, o autor evidencia a assertiva de que somente processos gerenciais eficazes podem mudar uma cultura analógica para uma cultura digital.

Percebemos que os indivíduos são os provocadores das mudanças destacadas nas matérias, porém identificamos que a não aderência destes às políticas gerenciais digitais acarretará na bancarrota dessas Organizações no futuro. Friedman (2005, p. 310) constata “[...] que as empresas que conseguiram prosperar nos dias de hoje são as que melhor compreenderam a tripla convergência e desenvolveram suas próprias estratégias para ajustar-se a ela, em vez de tentar resistir.”

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ainda que estas matérias sugiram um processo de gestão mais horizontalizado, com maior autonomia do indivíduo para criar, as Organizações são mantidas pelo lucro e se sustentam de ideias lucrativas e rentáveis. Entendemos que a tecnologia está longe de atingir seu objetivo de colaboração e construção de conhecimento proposto pela cibercultura. As Organizações ainda promovem estas ferramentas como medidas de controle de seus colaboradores.

Nossa intenção não é a de esgotar a reflexão sobre como os meios midiáticos retratam o indivíduo neste cenário mundializado, e sim, de levantar argumentos para este debate. Vislumbramos nas matérias analisadas um excesso na importância da

ferramenta em detrimento do indivíduo e suas práticas, não colaborando assim para o desenvolvimento do indivíduo no que tange as NTIC.

## REFERÊNCIAS

ALONSO, Viviana; JOHNSON Bobbie; LAFUENTE, Florencia. **Criador da Web TIM Berners-Lee previu as tecnologias semânticas em 2020, mas as empresas já estão se tornando 3.0.** HSM Management, São Paulo, v.3, n.86, p.79-108, maio./jun 2011.

AUGÉ, Marc. **Não lugares:** Introdução a uma antropologia da supermodernidade. 9. ed. Tradução: Maria Lúcia Pereira. Campinas: Papirus, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BIRKINSHAW, Julian; BRAUN, Eduardo; HAMEL, Gary. **A Conectividade mudou a gestão (mesmo!) Você está preparado?.** HSM Management, São Paulo, v.2, n.85, p.59-86, mar./abr. 2011.

CHANLAT, Jean-François (Org.). **O indivíduo na Organização:** dimensões esquecidas. Tradução de: Arakcy Martins Rodrigues. São Paulo: Atlas, 1993.

\_\_\_\_\_. **Ciências Sociais e Management:** reconciliando o econômico com o social. Tradução: Ofélia de Lanna Sette Tôrres. São Paulo: Atlas, 1999.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação Interna e Cultura Organizacional.** São Paulo: Scortecci, 2002.

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional:** identidade, sedução e carisma?. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

FRIEDMAN, Thomas L. **O Mundo é Plano:** o mundo globalizado do século XXI. Tradução de Cristiana Serra e e Sérgio Duarte. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução de: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

**MÍDIA DADOS BRASIL 2011.** Disponível em:  
<http://midiadados.digitalpages.com.br/home.aspx>. Acesso em: 28/07/2011.

NETO, José Salibi. **Jim Collins, O homem que faz perguntas.** HSM Management, São Paulo, v.1, n. 84, p. 28-34, jan./fev. 2011.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

\_\_\_\_\_. **Mundialização: saberes e crenças.** São Paulo: Brasiliense, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

TAPSCOTT, Don. **A Hora da geração Digital**: como os jovens que crescem usando a internet estão mudando o mundo das empresas aos governos. Tradução: Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e Cultura**: notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.