



XIV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA – CIGU

A Gestão do Conhecimento e os Novos Modelos de Universidade

Florianópolis – Santa Catarina – Brasil
3, 4 e 5 de dezembro de 2014.

ISBN: 978-85-68618-00-4

O POP-MANAGEMENT E A LEITURA COMO DIFERENCIAL NA FORMAÇÃO DO GESTOR

Ricardo Niehues Buss

Universidade Federal do Tocantins

ricardobuss@uft.edu.br

Anderson Mateus de Melo Tavares

Universidade Federal do Tocantins

matteuslinno@gmail.com

Adriana Araújo dos Santos

Universidade Federal do Tocantins

dricaaraujo2011@live.com

Resumo

A leitura é dos mais valiosos fatores de formação e desenvolvimento de indivíduos, e a literatura *pop-management* acaba sendo a forma mais fácil e rápida do leitor encontrar teorias, técnicas e metodologias de gestão, devido a sua linguagem de fácil entendimento. Porém percebe-se um distanciamento no interesse da leitura por parte dos alunos em sala de aula, o que pode influenciar no seu processo de formação futura. Assim o principal objetivo deste estudo é entender se o ato da leitura pode vir a ser um diferencial na formação do aluno como futuro gestor. O estudo foi realizado com alunos do curso superior em Tecnologia em Logística da UFT, utilizando-se de pesquisa bibliográfica, descritiva, pesquisa quantitativa e qualitativa através de um questionário semiestruturado. Os resultados encontrados demonstram baixo índice de leitura dos acadêmicos, no entanto eles veem a leitura como um diferencial na formação profissional.

Palavras-chave: *Pop-management*. Leitura. Formação do Gestor.

Introdução

A aprendizagem é influenciada por diversos fatores envolvidos de forma sinérgica e construtiva que influenciam o desenvolvimento, nas mais diversas condições internas e externas, do sujeito. Estes fatores podem ser analisados e potencializados de forma separada, mesmo fazendo parte de um todo dependente, por isso a importância de entender sua natureza, efeito e a implicação mútua no processo de formação.

A leitura é dos mais valiosos fatores de formação e desenvolvimento para o indivíduo. A sua importância repassada em sala de aula, ainda na educação básica, é fundamental para formação social do indivíduo, pois através da compreensão do que ler é que se desenvolve a capacidade de interpretar e dialogar com os próprios textos e em debates sociais. Através da leitura o indivíduo/aluno adquire conhecimento que são indispensáveis ao cidadão, seja para defender seus direitos ou ter argumentos ao falar da sua compreensão do mundo.

A leitura é um método de aprendizado ativo, que busca expandir o pensamento, desenvolvendo a reflexão crítica. Para que isso aconteça o processo de educar e ensinar deve incentivar os alunos a ler não apenas de maneira “mecânica” (decifrar os significados das palavras), mas estimular a conquista da autonomia no processo de compreensão e relação do lido com sua vivência social. Neste contexto, Freire (1996, p. 33), diz que “transformar a experiência educativa em puro treinamento técnico é amesquinhar o que há de fundamentalmente humano no exercício educativo: o seu caráter formador”.

O ato de ler, incentivado seja no ambiente familiar ou em sala de aula abre as portas para o acesso ao mundo de possibilidades. O aluno ao longo de sua vida acadêmica terá acesso á diversos tipos de literatura, desde infantil, livros que ensinam linguagem oral e escrita, livros didáticos, tradicionais, técnicos, entre outros tipos de literatura utilizados no processo de sua formação.

No mundo dos negócios e acadêmico outro tipo de literatura denominado *pop-management* vem influenciando as tomadas de decisões dos acadêmicos e de gestores nas empresas, levando a um crescimento e popularização da literatura *pop-management* como meio de adquirir conhecimentos de técnicas e metodologias de gestão.

[...] a literatura de *pop-management* costuma ser usada como referência por gerentes, consultores, estudantes e mesmo pelos professores de administração. Por seu alcance e apelo popular, tal literatura vem desempenhando um papel importante na disseminação de novas ideias e tecnologias gerenciais [...]. (WOOD JR., 2002, p. 1).

Para ter uma percepção ampla do mundo acadêmico e dos negócios, o gestor em sua formação poderá compreender esses dois ambientes através da leitura das literaturas para gestão e o estudo de suas técnicas e métodos propostos, analisando sua aplicação na realidade e desenvolvendo visão crítica do texto lido com sua possível utilização no mercado, podendo ainda ampliar suas habilidades de gestão. De acordo com Wood Jr. (2002, p.1), “[...] a literatura de *pop-management* também oferece aos seus leitores recursos cognitivos e discursivos para interpretação e racionalização de suas realidades”.

Mas qual seria o grau de compreensão dos alunos mediante o estudo das literaturas de gestão repassadas em curso? Qual o nível de leitura dos futuros gestores dentro da universidade? A literatura *pop-management* é conhecida pelo alunos?

O principal objetivo deste artigo é entender por meio do aluno, se o ato da leitura pode vir a ser um diferencial na sua formação como futuro gestor. Para esse entendimento é necessário identificar os tipos de literaturas mais utilizadas pelos alunos e seu hábito quanto a leitura.

O tema a ser abordado foi escolhido por não haver material que relate o perfil e o grau de leitura dos acadêmicos do curso de logística. O foco na leitura do *pop-management* justifica-se pelo crescimento e popularização deste nos negócios e no ambiente acadêmico e como este “fenômeno” pode influenciar os futuros gestores no seu processo de aprendizagem como profissional e o uso positivo dessa literatura como incentivo a leitura.

2 A leitura para a formação do gestor

Na maioria das vezes o ato de ler está relacionado apenas com a decifração dos códigos linguísticos e aprendizagem proveniente dele, mas cada individuo tem sua própria visão na interpretação da leitura que está relacionada á sua vivência no mundo, desenvolvendo uma capacidade intelectual e individual que possibilita visões e ideias mais amplas do mundo, independente do tipo de leitura, como clássicos, romances, contos, poesias, livros de autoajuda ou leitura não escrita, como ler e entender as relações humanas.

Considerar a leitura como um processo de compreensão de expressões formais e simbólicas, não importando por meio de que linguagem. Assim, o ato de ler se refere tanto a algo escrito quanto a outros tipos de expressão do fazer humano. (MARTINS, 1982, pag.30).

As diversas concepções existentes de leitura podem ser resumidas caracterizando-as de duas formas, conforme Martins (1982, p. 31), sendo a primeira “como uma decodificação mecânica de signos linguísticos, por meio de aprendizado estabelecido a partir do condicionamento estímulo-resposta (perspectivas behaviorista-skinneriana)” e a segunda “como um processo de compreensão abrangente, cuja dinâmica envolve componentes sensoriais, emocionais, intelectuais, fisiológicos, neurológicos, bem como culturais, econômicos e políticos (perspectivas cognitivo-sociológica)”.

A leitura assume então um papel importante, pois “implica sempre percepção crítica, interpretação e reescrita do lido”. (FREIRE, 1989, p. 14). Lajolo (2002, p. 16, 22), apresenta uma visão da importância da leitura ao expor que para se formular uma percepção, ter argumentos para defendê-la, deve-se saber de onde vem e como se formula suas devidas noções.

Tudo isso é, não é e pode ser que seja literatura. Depende do ponto de vista, do significado que a palavra tem para cada um, da situação da qual se discute o que é literatura [...] nessa trilha conceitual a discussão exige, de quem quer dela participar, familiaridade com a linguagem da filosofia, da história, da sociologia, da antropologia, e de muitas outras *logias*.

O autor entende que para participar da discussão do que vem a ser literatura o indivíduo deve ter conhecimento de várias “*logias*”, mostrando que para ter uma consciência mais crítica de algum tema deve ter concepções de diversos contextos conquistados através da leitura.

A leitura crítica de vários textos ajuda na formação de futuros gestores, contribuindo para desenvolver visões de contextos diferentes referentes ao mundo acadêmico e profissional, o ato de ler ajuda na construção e fortalecimento de ideias e ações, refletindo na aprendizagem do futuro gestor. (MARANHÃO; MOTTA, 2007).

Os benefícios que a leitura promove ao gestor são inúmeros, Brito (2010, p. 27) destaca esses benefícios à sociedade e aos profissionais como o “resgate da cidadania, desenvolvimento de um olhar crítico e competências, a integração social, a ampliação de seus horizontes e de seu vocabulário”. E conclui dizendo que “a leitura é um dos meios mais importantes para as novas aprendizagens, possibilitando a construção e o fortalecimento de ideias e ações”.

Através de sua própria vivência, o indivíduo é capaz de criar visões e ideias do contexto mundial, mas através da leitura e de sua interpretação ele desenvolve uma consciência mais crítica ao ter concepções de diversos contextos. A leitura crítica de vários textos ajuda na formação dos gestores, já que o processo de compreensão abrange componentes intelectuais e emocionais, que são aspectos individuais, e fatores culturais e políticos.

A leitura é um importante fator de construção e desenvolvimento de um gestor, mas existem outros fatores que influenciam sua formação. Bach et. al (2011) destacam outras influências importantes no aprendizado dos acadêmicos, como: atividades extracurriculares, estágios, viagens de estudo, intercâmbios, a integração da faculdade com executivos do mercado, a capacitação do seu corpo docente, o desempenho do professor durante as aulas, o compromisso do professor em desenvolver no aluno as habilidades para a leitura, projetos de pesquisa, participação em eventos, bem como outros que envolvem os professores e a instituição de ensino.

Estes outros fatores apresentados, são totalmente influenciados pela leitura, pois é por meio desta que se forma gestores críticos. Conforme Brito (2010, p. 2) “[...] ler é reformular os significados tantas vezes quantas vezes forem necessárias a partir do encontro entre novas ideias e opiniões”, contribuindo na formação social do indivíduo.

Brito (2010) apresenta três níveis de leitura, sendo o sensorial, emocional e o racional. O primeiro nível, relacionado aos sentidos pode ser desenvolvido no ambiente familiar, como ouvir uma música ou desenho de uma criança. O segundo lida com as emoções de cada indivíduo, podendo-lhe provocar ou não empatia e por fim o racional estar inter-relacionado a questões intelectual, dinâmica e questionadora.

O principal objetivo de uma leitura é a compreensão do texto lido, através da mensagem que o autor deseja transmitir e a sua compreensão pelo leitor. O gestor deve relacionar o que lê com sua visão social, questionando e comparando informações das teorias provenientes do texto com a realidade em que está inserido.

Maranhão e Motta (2007, p. 7) compreendem que “o professor deve respeitar a percepção de realidade do aluno e, a partir dela, buscar o desenvolvimento da consciência crítica”. Isso implica dizer que o processo de ensino e aprendizagem não deve estar inserido numa vivência dominadora entre docente e aluno.

Cartolari e Carlino (2011, p. 68) complementam dizendo que “a utilização epistêmica da leitura e da escrita [...] pode ser favorecida através de formas de ensino que promovam o diálogo e a reflexão sobre o lido, em lugar de centrar-se somente na exposição do professor”. Ao ler, mesmo que conteúdos passados em sala de aula (conteúdo programático, referências literárias) o aluno não deve olhar o texto como dominador, onde não cabem questionamentos da sua interpretação.

A leitura da palavra é sempre precedida da leitura do mundo. E aprender a ler, a escrever, alfabetizar-se é, antes de mais nada, aprender a ler o mundo, compreender o seu contexto, não em uma manipulação mecânica de palavras mas numa relação dinâmica que vincula linguagem e realidade. (Freire, 1989, p.7).

Cabe a cada um reproduzir sua leitura, construindo uma visão crítica do lido com o contexto existente. Freire (1989) alerta que os docentes, assim como os discentes devem ter uma posição crítica relacionada à educação pré-vivenciada, onde a consciência ingênua ou astuta deve ser deixada de lado para uma releitura crítica da educação.

O ato da leitura incentivado em sala de aula contribui para a formação de novas ideias e opiniões do leitor, pois cada indivíduo tem o seu modo de sentir e interpretar o que lê, cabendo ao professor respeitar e incentivar a leitura crítica dos alunos, sendo que a leitura de textos ajuda na compreensão da linguagem do mundo.

2.1 Como a leitura reflete na formação do gestor

Quanto mais se lê mais informações são absorvidas, partindo do pressuposto de que ler não se resume em decifrar códigos linguísticos, mas como abordado anteriormente a leitura requer questionamento da informação, comparação com outras fontes e principalmente desenvolvimento da visão crítica do gestor.

Assim como os contextos de sala de aula, os docentes são referências na obtenção de informações, não podendo ignorar o processo inicial de compreensão do aluno, restringindo o desenvolvimento de sua capacidade crítica. Brito (2010, p. 1 e 2) afirma que:

[...] por meio da leitura que podemos formar cidadãos críticos, uma condição indispensável para o exercício da cidadania, na medida em que torna o indivíduo capaz de compreender o significado das inúmeras vozes que se manifestam no debate social e de pronunciar-se com sua própria voz, tomando consciência de todos os seus direitos e sabendo lutar por eles.

A leitura reflete na formação do gestor, apresentando informações necessárias à sua condição de cidadão na compreensão dos direitos e deveres ao qual está sujeito. Sendo os gestores, profissionais formadores de opiniões que devem preocupar-se com os impactos sociais de suas ações, mantendo-se atualizados e com uma postura crítica sobre o que lê.

Horkheimer (1991, apud MARANHÃO; MOTTA, 2007, p. 12) resalta que “o comportamento crítico consciente faz parte do desenvolvimento da sociedade”, e este pensamento crítico se desenvolvido em sala de aula irá conscientizar o discente a ser responsável pelo que produz profissionalmente, percebendo que ele é um agente de mudança na sociedade.

A partir da sua construção de visão crítica o gestor desenvolve a criticidade no ato de ler e de pensar o mundo, evitando que o gestor adote uma postura alienada diante dos desafios éticos e sociais existentes na prática profissional (BRITO, 2010).

3 Literatura *pop management* voltada para a gestão

A literatura *pop-management* é uma literatura popular voltada para a área da gestão, sendo composta por livros, revistas impressas e eletrônicas, e jornais, tendo um maior apelo à leitura devido a sua linguagem simples e agradável em relação aos outros textos de caráter mais técnicos.

Tal literatura compreende livros e revistas produzidos pela mídia de negócios para consumo rápido dos leitores. [...] a literatura de *pop-management* costuma ser usada como referência por gerentes, consultores, estudantes e mesmo pelos professores [...] por seu alcance e apelo popular, tal literatura vem desempenhando um papel importante na disseminação de novas ideias e tecnologias gerenciais [...]. (WOOD JR.; PAULA, 2002, p. 1)

A obra “A Riqueza das Nações” de Adam Smith (1776) marca o início da mídia dos negócios e o “*The New York Prices Current*” foi o primeiro jornal de negócios criado nos Estados Unidos em 1795. A partir daí o *pop-management* se desenvolveu acompanhando o próprio desenvolvimento e as necessidades do mundo dos negócios. (COELHO, 2011).

A partir dessa necessidade de crescimento o *pop-management* se desenvolveu no Brasil na década de 90 com a abertura do país para o mercado mundial, com o fenômeno da globalização e era dos empreendedores que estava surgindo.

“O *pop-management* no Brasil se desenvolveu basicamente como nos Estados Unidos e Europa à medida que a economia do país se desenvolvia crescia o interesse do público pelo mundo empresarial”. (COELHO, 2011, p.30).

Mas o ponto de partida desse tipo de literatura no Brasil foi à década de setenta com entrada de um novo tipo de mídia direcionada aos negócios o Jornal Gazeta Mercantil e a revista Exame. (WOOD JR; PAULA, 2001).

A literatura para a gestão tem o objetivo de orientar o gestor e a empresa rumo ao um bom desempenho e conseqüentemente ao sucesso no mundo dos negócios. A literatura transmite conceitos de gestão através de livros, revista e jornais com linguagem clara e objetiva de teorias, técnicas e metodologias, abordando temas como: desenvolvimento de novos negócios, histórias de negócios bem sucedidos, modelos de negócios, mudança organizacional, comunicação nas empresas, estratégia competitiva, gestão de conflitos, cultura corporativa, relações com clientes, empreendedorismo, globalização, relação governo empresas, inovação, gestão do conhecimento, liderança, novos modelos de gestão, marketing e comportamento organizacional. (WOOD JR.; PAULA, 2002).

A literatura *pop-management* acaba sendo a forma mais fácil e rápida do leitor encontrar teorias, técnicas e metodologias de gestão, já que possui uma linguagem clara e objetiva, mas a partir de um estilo com baixo caráter técnico, onde os leitores não tem base teórica adequada no processo de aprendizagem ali relatado.

Para Wood Jr. e Paula, (2002, p. 13 e 14) a literatura *pop-management* é um “fenômeno relevante, marcado por paradoxos e ambigüidades, e com amplos impactos sobre o tecido social”. Os autores complementam dizendo que “[...] contribui para a criação e

constante modificação de uma realidade simbólica de referência”, reproduzindo assim, conceitos de gestão (modismos gerenciais) como formulas mágicas para situações.

O *pop-management* influencia os seus leitores por meio de uma retórica no discurso que é legitimada pelas empresas de consultoria que contam suas histórias de sucesso na implantação dos seus projetos e demonstram os resultados de suas pesquisas e pelos executivos que relatam suas façanhas nas empresas. (COELHO, 2011, p.27).

Os livros *pop-management* apresentam estudos de casos de empresas de sucesso e consequentemente “heróis executivos” que conseguiram resultados positivos em seus negócios o que acaba influenciando no perfil e construção da identidade do leitor através das façanhas empresarias descrita nos casos, onde o leitor pode mudar o seu comportamento para alcançar o sucesso, como no caso “homem camaleão” que muda constantemente de acordo com a situação para se dar bem e consequentemente assume diversas personalidades. (WOOD JR.; PAULA, 2002). Esta literatura pode influenciar na construção ou perda de perfil do leitor, devidos as várias personalidades “heróis executivos” descritas nos casos de sucesso.

Na maioria das vezes a utilização de modismos gerenciais não ocorre como previsto, pois os modelos e estruturas organizacionais descritos nos casos nem sempre são convencionais para a implantação na realidade da empresa por haver fatores como socioeconômico (estudos de casos referentes á empresas de outros países) que influencia no processo, o que torna necessárias modificações nas metodologias a ser inserida no contexto do mercado (COELHO, 2011).

As técnicas do *management* não se inserem somente no contexto organizacional, sendo que gestores, acadêmicos, cientistas, entre outros profissionais também utilizam as teorias e ferramentas de gestão para melhorar o desempenho. Por outro lado os gurus que escrevem os textos de caráter de autoajuda “buscam alterar as crenças e os sentimentos da audiência”. (WOOD JR.; PAULA, 2002, p.97).

Ainda conforme Wood Jr. e Paula (2002, p.100):

A crescente presença da cultura do *management* além dos domínios empresariais está gerando uma oscilação entre pragmatismo/eficiência – uma busca da racionalização no uso dos recursos e maximização de resultados – e expressão/emancipação – a possibilidade de liberação por meio da resistência à homogeneização –, um movimento pendular que, em um contexto de aceleração da vida cotidiana e de ansiedade por resultados, tende a privilegiar cada vez mais a dimensão utilitarista em detrimento da dimensão humanista.

Os livros de *pop-management* influenciam e afetam á eficácia do processo de formação dos profissionais, como enfatiza Carvalho José et. al (2010, p. 5): “[...] apresentam discurso unificado, linguagem simplificada e narrativa pasteurizada, através da padronização de conceitos, modelos e métodos [...]” consequentemente influenciando na construção ou perda de perfil do individuo.

No que se refere a tipos de leitura Cartolari e Carlino (2011, p.70 apud CARTER et. al., tradução nossa) diz que “[...] investigações concordam que nem todos os tipos de tarefas, leituras e escritas contribuem igualmente para a aprendizagem: na verdade, apenas aqueles que envolvem á análise, comparação de ideias e reflexão crítica demonstra promover o desenvolvimento de conhecimento mais complexo”.

Apesar das observações ressaltadas a pratica da leitura do *pop-management* citadas acima, a leitura de literaturas para gestão é um diferencial para o profissional ou futuro gestor, sendo que, através destas leituras, como a do *pop-management*, eles adquirem conhecimento de técnica e métodos de gestão e outros benefícios que poderão trazer sucesso no mundo dos negócios, mesmo que nem todos os tipos ou as formas de leitura contribuam para este fim,

destaca-se a necessidade da prática da leitura com reflexão crítica, seja de literatura pop-management ou outros tipos de literaturas.

4 Metodologia

O artigo foi realizado seguindo quatro etapas: pesquisa bibliográfica, pesquisa descritiva, pesquisa quantitativa e qualitativa, análise e conclusão dos dados. A entrevista mediante a aplicação de questionário, com dezoito perguntas, sendo oito de múltipla escolha, oito utilizando a escala Likert e duas perguntas abertas com o intuito de compreender o grau e o hábito de leitura dos acadêmicos; a influência da leitura para a sua formação como gestor; e a utilização e influência do pop-management como diferencial na formação do gestor.

A aplicação do questionário ocorreu de 23 à 27 de junho de 2014 nos períodos matutino e noturno, com os alunos do Curso Superior de Tecnologia em Logística da Universidade Federal do Tocantins - UFT. Participaram alunos do curso de todos os seis semestres letivos. O total entrevistados foram de 101 alunos, sendo que apenas 96 questionários foram validados para a análise dos dados.

A pesquisa bibliográfica compreendeu na utilização de artigos e livros correlacionados com a finalidade de construir uma base teórica do tema, enquanto a pesquisa descritiva destaca o perfil do leitor e opinião quanto ao tema. Para Marconi e Lakatos (2010) a pesquisa descritiva possibilita uma investigação empírica cuja principal finalidade é apresentar uma análise das características de fatos ou fenômenos e o isolamento de variáveis principais ou chave e ainda por utilizar métodos formais que permitem uma precisão e controle estatístico com finalidade de fornecer dados para verificação de teoria.

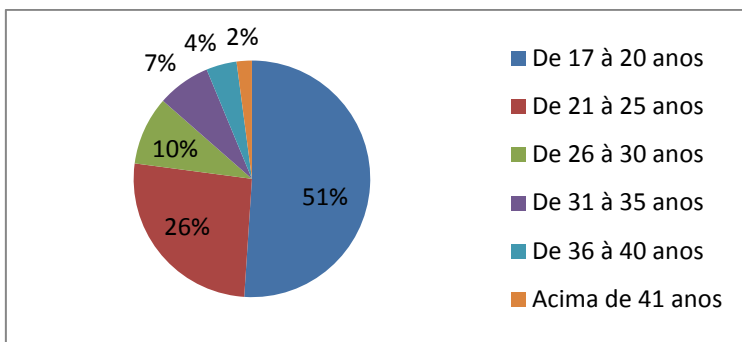
A pesquisa se classifica como quantitativa e qualitativa, sendo feita através de entrevistas pessoais com questionário semiestruturados e perguntas abertas para medir e qualificar os hábitos dos entrevistados referentes ao tema em questão. Sendo que para a análise e conclusão dos dados foram adotadas as seguintes etapas: escolha do tema (problema), planejamento amostral, planejamento e redação do questionário, obtenção de dados, análise estatística (agrupamento de dados numéricos em tabela e análise final gerada em porcentagem) e discussão dos resultados.

Entre os 193 alunos matriculados no semestre letivo, somente 101 foram entrevistados, devido o não comparecimento dos demais em sala de aula. Porém após análise dos questionários cinco foram invalidados por omissão de informações de identificação, como idade e gênero sexual. Outro limitador da pesquisa foi à aproximação com o período de recesso, onde muitos alunos já se encontravam ausentes durante o período da aplicação do questionário.

5 Apresentação e análise dos resultados

Dos 96 acadêmicos entrevistados do Curso de Tecnologia em Logística 59% são do sexo feminino e 41% do sexo masculino. O gráfico 1 apresenta a faixa etária dos entrevistados.

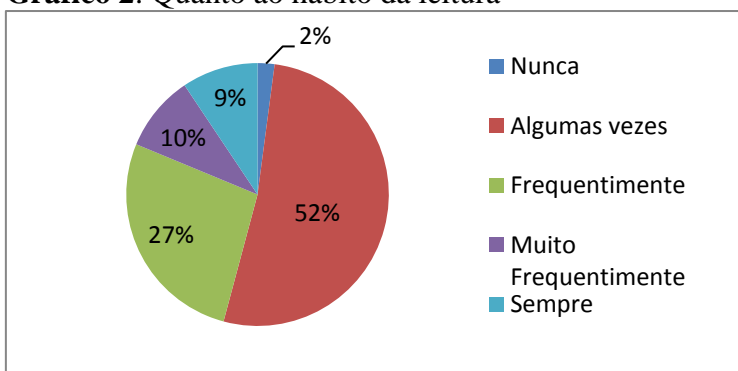
Gráfico 1: Faixa etária



Percebe-se que a maioria dos entrevistados, um total de 77%, tem idade entre 17 e 25 anos, 17% na faixa etária de 26 à 35 anos e apenas 6% tem idade acima de 36 anos, não ultrapassando os 60 anos.

O gráfico 2 mostra o hábito de leitura dos acadêmicos mediante a frequência com que leem.

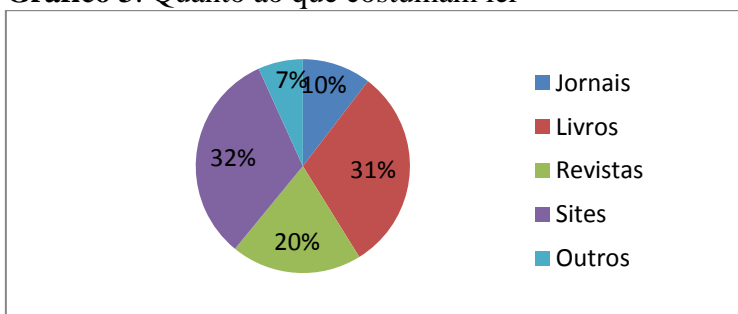
Gráfico 2: Quanto ao hábito da leitura



Apenas 2% dos alunos entrevistados não tem o hábito da leitura, assim entre os demais entrevistados 52% apresentam pouca frequência de leitura e 46% leem constantemente. Verifica-se que a maioria dos entrevistados tem déficit de leitura.

O gráfico abaixo indica os tipos de materiais mais lidos pelos acadêmicos entrevistados.

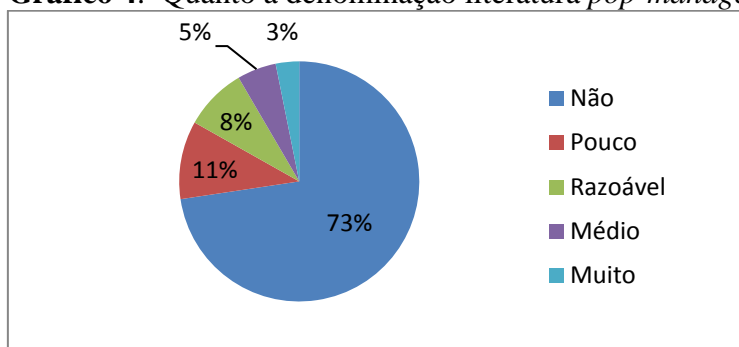
Gráfico 3: Quanto ao que costumam ler



Entre os tipos de leituras mais praticadas pelos entrevistados estão quase que numa mesma proporção, a leitura por meio de sites 32% e a de livros 31%. A mídia popular (revistas e jornais) fica com respectivamente 20% e 10% na preferência de leitura dos entrevistados. E apenas 7% das leituras se diferenciam, sem um parâmetro estabelecido, das opções propostas.

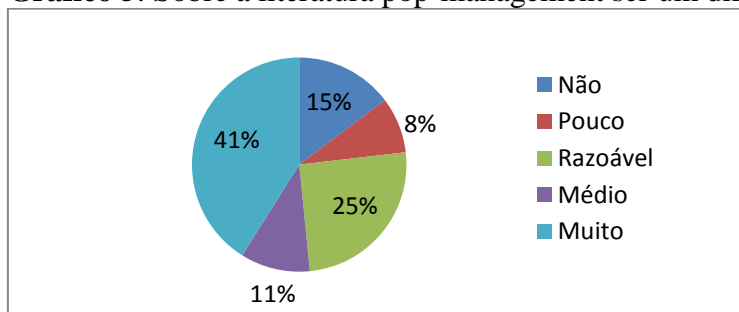
Os gráficos a seguir apresentam a visão dos acadêmicos sobre a literatura *pop-management*.

Gráfico 4: Quanto a denominação literatura *pop-management*



Os dados demonstram que a maioria dos acadêmicos não conhece a denominação *pop-management*, um total de 73%. Sendo que, 19% tem conhecimento abaixo do razoável e apenas 8% sabem o que é literatura *pop-management*.

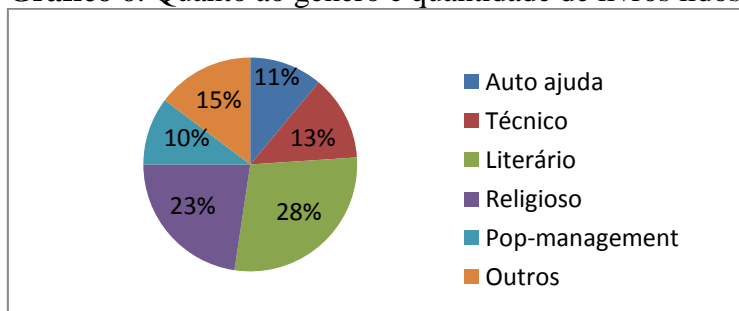
Gráfico 5: Sobre a literatura *pop-management* ser um diferencial na formação do gestor



Sendo o inverso do gráfico anterior, apesar de não conhecerem a denominação *pop-management*, quando explicado seu significado, nota-se que mais da metade dos entrevistados 52% consideram que este tipo de literatura é um diferencial na formação no gestor. Deste modo, 33% a consideram abaixo do razoável e 15% disseram que a literatura *pop-management* não é um diferencial na formação do gestor.

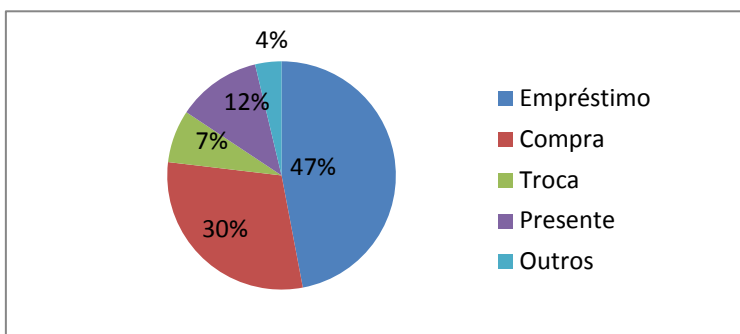
Os gráficos 6 e 7 apresentam questões relacionadas aos livros lidos em um período de seis meses e a forma de aquisição destes.

Gráfico 6: Quanto ao gênero e quantidade de livros lidos a cada seis meses



Os gêneros que mais se destacam são os livros religiosos com 23% e os literários com 28%, os livros técnicos 13% e *pop-management* 10% obtiveram baixo índice de leitura, entende-se que estes dois fornecem maior conteúdo de formação para o curso pelas suas características. Na opção “outros” a maioria dos entrevistados não especificaram quais seriam os tipos de livros.

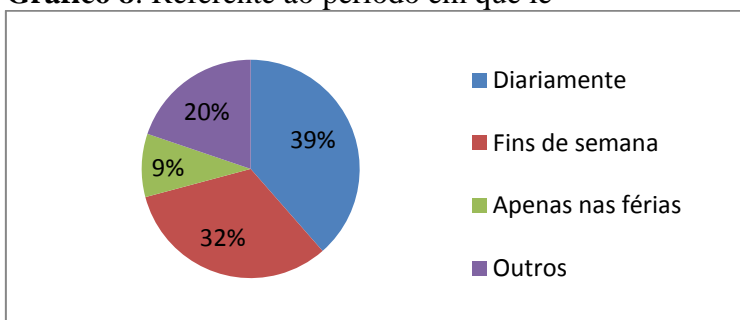
Gráfico 7: Referente a forma mais usual de aquisição de livros



Entre as opções estabelecidas a forma mais usual identificada foi por empréstimo 47%, seguida pela compra 30%, que são formas mais tradicionais de aquisição.

O gráfico 8 apresenta o tempo reservado, durante o semestre letivo, que os acadêmicos utilizam para leitura.

Gráfico 8: Referente ao período em que lê

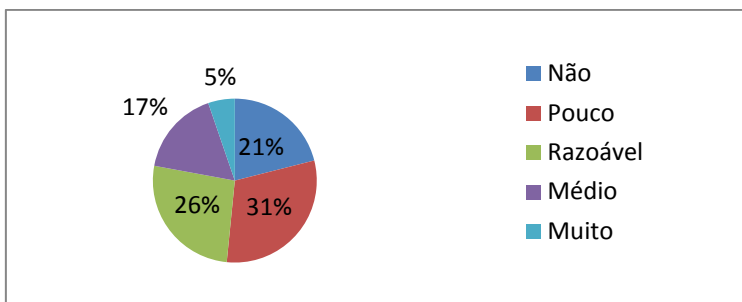


Podemos identificar que a maioria dos acadêmicos lê diariamente (39%) ou nos fins de semana (32%). E uma pequena quantidade (9%) lê apenas nas férias. Dos que marcaram a opção “outros” (20%), a maioria relataram não haver um período pré-estabelecido para a leitura, sendo que um dos motivos mais citados como explicação foi a falta de tempo dos acadêmicos – mais por parte dos que estudam a noite e trabalham durante o dia.

Ao serem questionados sobre estarem exercendo algum tipo de leitura, durante o processo de aplicação da pesquisa, 66% dos entrevistados relataram estar exercendo a leitura e 34% afirmaram não estar lendo. Entre as principais leituras estavam: literatura em geral (ficção, romance, autoajuda), conteúdos didáticos (incluindo artigos), livros religiosos e outros tipos de leituras diversas como revistas. E apenas dois leitores disseram estar lendo livros *pop-management*.

Sobre as leituras que lhe chamaram mais atenção na universidade e quem as indicou, dentre os entrevistados 56% relataram que nenhum tipo de leitura tenha lhe instigado maior atenção na universidade e 44% relataram que apenas algumas leituras indicadas por professores como conteúdos passados em sala, livros didáticos, artigos, livros literários e literatura *pop-management* lhe instigou um pouca mais de atenção.

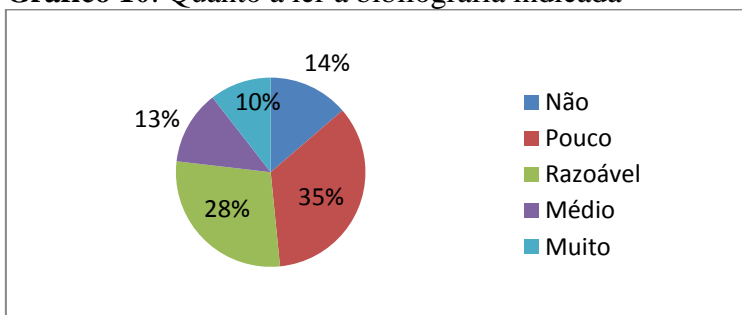
Gráfico 9: Quanto ao conhecimento das bibliografias indicadas no semestre letivo



O questionamento remete ao fato dos professores estarem indicando ou não às bibliografias que utilizam para repassar os conteúdos da disciplina no semestre letivo. Assim, os dados mostram que 21% dos entrevistados não tem conhecimento das bibliografias indicadas pelos professores durante o semestre letivo. E, 57% tem conhecimento abaixo do razoável e apenas 22% afirmaram ter conhecimento de “médio” à “muito”.

O gráfico 10 apresenta os resultados se os alunos leem as bibliografias indicadas pelos professores.

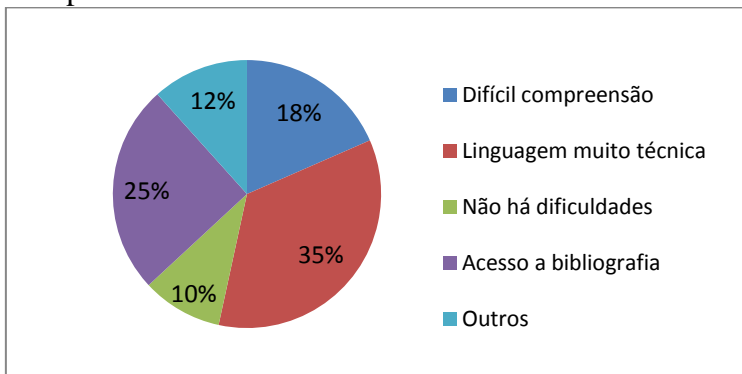
Gráfico 10: Quanto a ler a bibliografia indicada



Entre os entrevistados 14% afirmaram que não procuram ler as bibliografias indicadas pelos professores e 63% estão abaixo do razoável quanto a ler as bibliografias repassadas em sala de aula, sendo que, somente 23% dos acadêmicos leem as recomendações.

O gráfico seguinte cabe identificar as dificuldades dos leitores em ler os textos indicados pelos professores e planos de disciplinas.

Gráfico 11: Quanto às dificuldades nas leituras indicadas pelos professores e planos de disciplinas

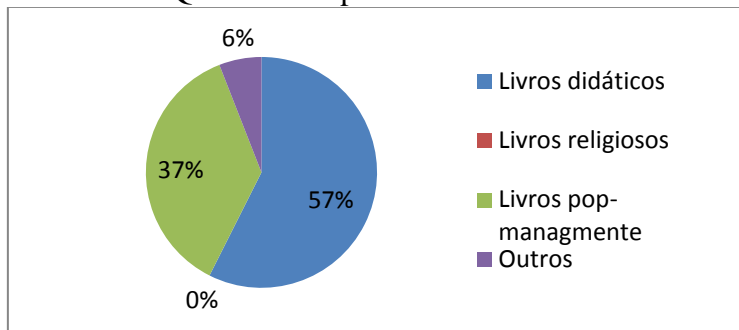


De acordo com os dados as maiores dificuldades dos acadêmicos em relação às leituras indicadas são devido à linguagem muito técnica dos textos (35%) que resulta na dificuldade de compreensão (18%) e o acesso à bibliografia proposta (25%). Os 12% que marcaram a opção “Outros” relataram como dificuldade a falta de tempo para a leitura e as

outras indicações de dificuldades foram à junção da linguagem muito técnica e sua difícil compreensão. E apenas 10% relataram não haver dificuldades.

O gráfico 12 apresenta os tipos de livros indicados em sala de aula.

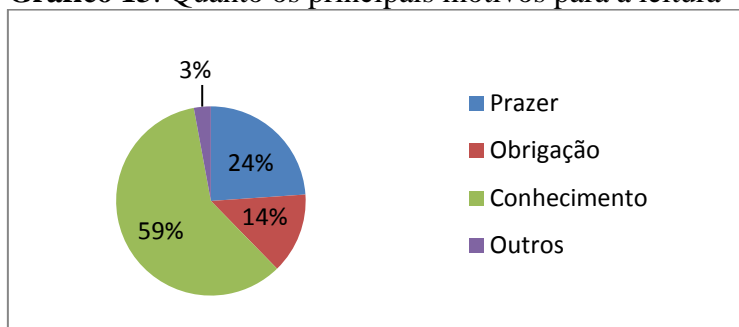
Gráfico 12: Quanto aos tipos de livros indicados em sala de aula



O gráfico mostra que 57% dos alunos afirmaram que os livros indicados em sala de aula são didáticos e 37% disseram que são livros *pop-management*. E 6% entre os entrevistados marcaram a opção “Outros”, por sua vez não classificaram o gênero literário. E nenhum dos entrevistados escolheu a opção “Religiosos”.

O próximo gráfico tem como finalidade compreender os principais motivos que levam os alunos a lê.

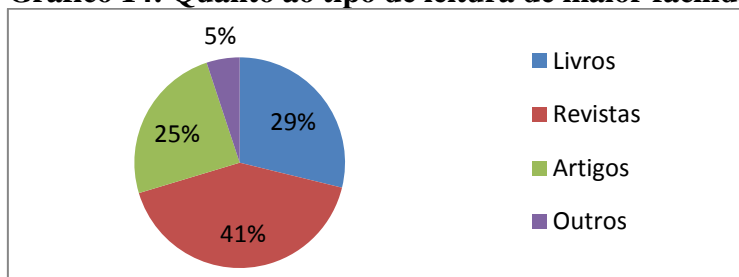
Gráfico 13: Quanto os principais motivos para a leitura



Os dados mostram que 59% entre os entrevistados afirmaram que o motivo que os levam a lê é devido à obtenção do conhecimento e 24% alegaram que é por prazer á leitura. Sendo que, 14% dos alunos falaram que por obrigação e os 3% que assinalam a opção “Outros” como principais motivos que o levam á ler é a junção das opções de conhecimento, obrigação e prazer.

O gráfico 14 tem finalidade apontar os gêneros textuais que os alunos têm maior facilidade de compreensão.

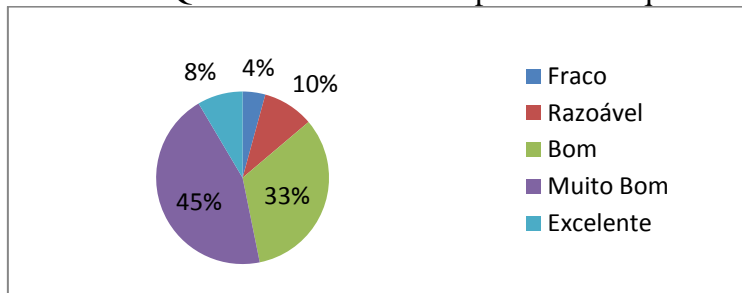
Gráfico 14: Quanto ao tipo de leitura de maior facilidade de compreensão



Conforme os dados, o tipo de leitura que mais destaca entre os entrevistados são revistas com 41%, os livros didáticos com 29% e 25% artigos. E 5% marcaram a opção “outros”, por sua vez, não especificaram o gênero literário.

O próximo gráfico apresenta o nível de compreensão dos acadêmicos quanto seu entendimento do que é literatura.

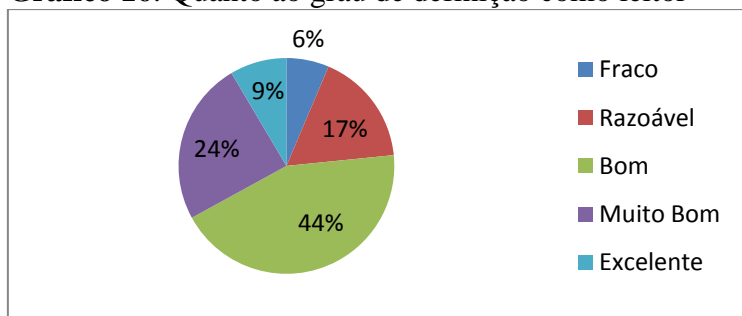
Gráfico 15: Quanto ao nível de compreensão do que é literatura



14% dos entrevistados consideram o nível de compreensão abaixo do razoável. E 78% “Bom” ou “Muito bom”, sendo que, apenas 8% dizem que o seu nível de compreensão é excelente.

O gráfico seguinte tem como objetivo definir o grau de leitor conforme as percepções dos entrevistados.

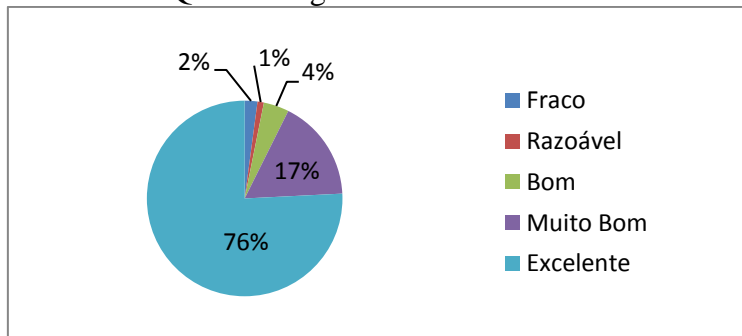
Gráfico 16: Quanto ao grau de definição como leitor



De acordo com os dados acima, 44% dos entrevistados relata que seu grau de leitor é “Bom” e 33% consideram que seja acima de “Muito bom”. E 23% definem o seu grau de leitor abaixo de razoável.

O gráfico 17 tem a finalidade de apresentar a percepção dos leitores quanto à leitura ser ou não influenciador na formação do gestor.

Gráfico 17: Quanto ao grau de influência da leitura na formação do gestor



Nota-se que, 3% dos entrevistados não consideram a leitura com relevância e 21% relatam que seja importante. No entanto 76% percebem que a leitura é grande influenciador na formação do gestor.

5.1 Análise dos resultados

Nota que o hábito de leitura dos acadêmicos é baixo, pois dentre os entrevistados menos da metade leem diariamente ou constantemente.

Seguindo na comprovação do déficit de leitura a maioria dos acadêmicos apresenta baixo índice de leitura das bibliografias e outras leituras propostas pelos professores, apesar de reconhecer que os professores lhes incentivam à leitura - ainda, constatou-se que os acadêmicos tem dificuldade de compreensão das leituras propostas. Eles compreendem o que é literatura, praticam leitura tradicional (livros), apesar da grande influencia e utilização da leitura moderna (sites) e reconhecem a necessidade de ler para se obter conhecimento, mas uma boa parcela dos entrevistados se alto classificam mediano ou razoável quanto ao seu grau de leitor.

Apesar da comprovação do baixo índice de leitura dos acadêmicos, na análise dos resultados constatou-se que, mais da metade dos acadêmicos entrevistados estavam praticando o ato de leitura no período em que a pesquisa foi aplicada, incluindo a leitura do *pop-management*, apesar de não conhecerem essa denominação *pop-management*, quando explicado o seu significado foi identificado que eles praticavam a leitura deste tipo de literatura e posteriormente ainda a consideraram como um diferencial na formação do gestor. Os acadêmicos relataram ainda, haver indicação de literatura *pop-management* por parte dos professores.

Verifica-se ainda que a grande maioria entente a importância da leitura para sua formação como futuro gestor, porém a falta de interesse pelas bibliografias indicadas nos planos de curso por meio dos professoras é clara e preocupante. Assim, esta pesquisa pode auxiliar aos professores do curso a repensarem formas de envolver cada vez mais os alunos para que tenham uma formação com qualidade

6 Considerações Finais

O presente artigo teve como objetivo entender por meio dos alunos, como o ato da leitura interfere na formação dos futuros gestores. Foram identificados os tipos de leituras praticadas pelos estudantes (leituras tradicionais: livros, revistas e artigos; leitura moderna: sites) e uma representação significativa, no meio acadêmico, da literatura *pop-management*, mesmo com uma parcela dos entrevistados não conhecendo sua denominação. Identificou-se o baixo índice de leitura dos acadêmicos, ainda que tenham o incentivo dos professores para leitura e o reconhecimento por parte deles da influencia da leitura, seja literária, *pop-management* ou conteúdos repassadas em sala de aula, na sua formação profissional.

A literatura *pop-management* é um incentivo a leitura. Sua linguagem clara e objetiva das teorias relatadas pode melhorar o baixo índice de leitura dos acadêmicos, por ser de fácil compreensão, já que outro aspecto detectado quanto a leitura foi a dificuldades de compreensão dos conteúdos repassados em sala de aula por apresentarem linguagem muito técnica. Essa pode vir a ser uma forma de incentivar o processo de leitura dos acadêmicos.

Porém, por mais importante que seja a leitura para a formação de gestores, ficou evidente a falta de interesse em se aperfeiçoarem e buscarem este diferencial para a sua formação. Conclui-se assim que os alunos ainda encontram-se na posição de mero receptores de informações, distanciando-se da pro atividade na busca pelo saber através do ato da leitura.

Referências

BACH, M. T; et al. Fatores de influencia na aprendizagem percebida dos alunos de cursos de administração. **Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior** (Campinas) vol. 19 n. 1, 2011.

BRITO, Danielle Santos. **A importância da leitura na formação social do indivíduo.** Periódico de Divulgação Científica da FALS, Ano IV - Nº VIII- JUN / 2010.

CARTOLARI, M.; CARLINO, P. (2011). **Leer y tomar apuntes para aprender en la formación docente: un estudio exploratorio.** Magis - Revista Internacional de Investigación en Educación, v. 4, n. 7, julho – dezembro, 2011, p. 67-86.

CARVALHO, J. L. F.; CARVALHO, F. A. A.; BEZERRA, Carol. O monge, o executivo e o estudante ludibriado: uma análise empírica sobre leitura eficaz entre alunos de administração. **Cadernos EBAPE.BR**, vol. 8, n 3, set, 2010, p 535-549.

CHIES, Z. Patricia; MARCON A. Regina S. Literatura de *Pop-Management*: a religião do trabalhador pós-moderno. **Contemporânea - Psicanálise e Transdisciplinaridade**, n.06, Abr/Mai/Jun 2008. Disponível em: <<http://www.contemporaneo.org.br/contemporanea.php>>. Acesso em 04 de junho de 2014.

COELHO, Marcéus Madeira Lyra. **O pop-management e as teorias de gestão:** um estudo exploratório sobre a reprodução do conceito de orientação para o Mercado. 106 f. Dissertação (Pós-Graduação em Administração). Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Economia Contabilidade e Finanças – FUCAPE, Espírito Santo, 2011.

FREIRE, Paulo. **A Importância do ato de ler:** em três artigos que se complementam. São Paulo: Autores associados: Cortez, 1989.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia:** saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

JÚNIOR, Edison Mello; MELLO, Ângela. **A Educação de Administradores em Cursos Noturnos:** o quanto a literatura nos ensina sobre o cotidiano das salas de aula. ENANPAD 2008

LAJOLO, Marisa. **Do mundo da leitura para a leitura do mundo.** São Paulo: Ática, 2002.

LAJOLO, Marisa. **Literatura:** leitores e leituras. São Paulo: Moderna, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologias científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARANHÃO, C. M. S. A.; MOTTA, F. M. V. “A IMPORTÂNCIA DO ATO DE LER”: LEITURAS CRÍTICAS NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)** v. 6, n. 2, nov/2007. Disponível em : <<http://revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/>>. Acesso em 21 de maio de 2014.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura?.** Coleção Primeiros Passos. Editora Brasiliense, 1982.

NEPOMUCENO, Luciana Holanda; MOREIRA, Alcione Albandes Moreira. **Porque se diz o que se diz sobre aprendizagem e conhecimento organizacionais na literatura pop-management:** uma crítica sobre os textos on-line da associação brasileira de recursos

humanos e da associação brasileira de treinamento e desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/eneo2004-224.pdf>>. Acesso em 08 de junho de 2014.

WOOD JR, Thomaz. **Pop-management**: a literatura popular de gestão no Brasil. 127f. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, núcleo de pesquisa e publicações – EAESP/NPP, São Paulo, 2002.

_____; PAULA, Ana Paula Paes de. **Pop-management**. In: XXV Encontro Nacional da Associação Nacional das Pós-Graduações em Administração/ANPAD, Anais, 9, 2001, Campinas. São Paulo: 2001.

_____; PAULA, Ana Paula Paes de. **Pop-management**: pesquisas sobre as revistas populares de gestão no Brasil. 2002. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2002-teo-977.pdf>>. Acesso em 15 de junho de 2014.