

ÁGORA AGORA: UM PODCAST DE ATUALIDADES

Este artigo narra a vivência discente decorrente da produção de um *podcast* sobre temas da atualidade dentro da disciplina de “Temas emergentes em Serviços” do curso de Administração da UNIVERSO e versa sobre *pink Money*, *black Money* e *silver money*. O projeto “Ágora Agora” foi veiculado pela rádio Favela (106,7 FM BH) em seis episódios semanais.

Palavras-chave: contemporâneo; administração; extensão

INTRODUÇÃO

O curso de administração tem, entre suas características mais marcantes, a generalidade de formação acadêmica e a flexibilidade de atuação profissional. E foi justamente esta característica que motivou a discente Rita Cassia Aparecida Costa, co-autora deste trabalho, a escolher este curso. O administrador não trabalha apenas com metas, valores e investimentos, ele também lidera, coordena, comanda e organiza pessoas. Por esse motivo, o estudante do curso trabalha e molda constantemente a sua capacidade de comunicação interpessoal.

Rita afirma que quando optou pelo curso, foi a ideia da versatilidade que a chamou a atenção, uma profissão que lhe possibilita não ser estática, o que acaba exigindo conhecimentos multifacetados, dinamismo, eficiência, o gosto por mudanças e a capacidade de ser flexível. Segundo Rita, a administração permite que se tenha o devido conhecimento de todas as áreas que a circundam.

Mas é necessário escolher uma área para aprofundamento, assim como o estudante de medicina, que escolhe na sua residência sua especialização, afinal, quem quer opinião sobre algo vai procurar um especialista. Rita procura se aprofundar na área financeira e exalta a ligação de outros setores com esta área, mesmo que não pareça que haja tal ligação, à primeira vista.

Porém, esta mesma flexibilidade é o que faz com que a profissão do administrador ainda não seja tão valorizada. No senso comum, a administração é conhecida como o curso dos indecisos, esse “pré-conceito”, ou seja, uma ideia gerada pelo desconhecido, leva à desvalorização por aqueles que não conhecem a visão holística e o alto grau de criticidade que esse curso apresenta.

A administração é uma área que demanda profissionais holísticos, empreendedores e intraempreendedores, é uma área em constante mudança e que está sempre se reinventando para atender às demandas do mercado, o que exige de nós, estudantes e profissionais, uma constante dedicação em se especializar e aprender a cada dia mais. Isto é, o ganho de conhecimento não acaba na conclusão da graduação — ele continua por toda a carreira.

Rita ressalta que o aprendizado permanente, o olhar abrangente, as novas tecnologias, a globalização, as mudanças constantes no cenário econômico e político são as principais necessidades e os maiores desafios que permeiam a rotina do administrador atual.

Dentro da academia predomina a narrativa segundo a qual os avanços tecnológicos ocorridos nas últimas décadas, assim como o crescimento da internet, mudaram a forma com que as pessoas trabalham e como as organizações se comportam. O administrador encontra hoje novos obstáculos quando o assunto é gestão e liderança. Mas também oportunidades, afinal, o avanço tecnológico agrega conceitos, processos e ferramentas capazes de conceder importante vantagem competitiva às organizações.

Rita afirma que

Dá pra ver que o futuro da administração já começou, com as mudanças impostas pela pandemia, o mercado teve que se adaptar para manter seus negócios girando. (COSTA, 2022)

Os administradores do futuro devem se preparar para o período pós-pandemia, reconsiderar decisões antigas e vislumbrar o futuro por um ponto de vista maior.

É certo que a Administração do amanhã deverá ser muito diferente daquilo que temos hoje, não só pelos avanços tecnológicos que crescem exponencialmente a cada momento, trazendo consequências disruptivas, como também pelo incrível desenvolvimento das organizações como “comunidades humanas complexas” (CHIAVENATO, 2017) e pelas mudanças sociais e culturais que nelas ocorrem.

OBJETIVO

Devido a um momento inusitado, onde uma turma era composta apenas por dois alunos, o professor da disciplina sugeriu fazer algo diferente nas aulas, ao invés de ter aulas convencionais, foi proposto “sair um pouco da caixinha” e fazer algo novo e inusitado. A ideia foi criar um espaço de debate que interesse e esclareça os mais diversos públicos e expandir o conhecimento para fora dos muros do ensino superior.

Assim surgiu o “Ágora Agora”, um *podcast* que traz semanalmente temas relevantes da atualidade com ponto de vista corporativo, e que impactam a vida de todos. O objetivo é levar o conhecimento e expertise do nosso professor e alunos para um número maior de pessoas através da disciplina “Temas

Emergentes de Serviços”, abordando questões que vão além do universo da comunidade de forma coloquial e acadêmica.

EMBASAMENTO

Dentre os temas debatidos estão *Silver money*, *Black money* e *Pink money*, termos usado para caracterizar a comercialização para o público de determinados grupos. Com a pulverização de informação, intensificada pela internet, alguns assuntos foram ganhando cada vez mais espaço e relevância na sociedade, surgindo assim alguns termos para classificar modos de consumo que, de certa forma, estão relacionadas a marcas que refletem essas preocupações sociais e éticas dos consumidores.

A economia prateada, do inglês *silver money*, é o mercado voltado exclusivamente às necessidades das pessoas com mais de 60 anos, grupo que tem crescido rapidamente em todo o mundo, e que deve aumentar ainda mais com a extensão da vida de todos nós. Esse público 60+ vem quebrando estereótipos e mudando seus hábitos de consumo, os seniores são muito diversos, e cabe ao empreendedor entender a fundo os novos hábitos, comportamentos e estilos de vida da terceira idade.

O “Black Money” reforça a importância de utilizar o poder de compra dos afrodescendentes e investir na própria comunidade de afro empreendedores com conceito extremamente simples, realocar a concentração de renda e diminuir as desigualdades, uma realidade no mercado de trabalho, onde observamos uma concentração maior de negros nos cargos de menor renda e, conforme subimos de cargo, encontramos essa pirâmide cada vez mais embranquecida. Dessa forma, o dinheiro se mantém circulando entre as pessoas negras por mais tempo, gerando emprego, renda e também, promovendo assim, a integração dessa população ao sistema financeiro.

Já o *pink money* é um movimento de empresas na busca por conquistar novos mercados, ligando suas imagens ou produtos à população LGBTQIA+. Na maioria dos casos o *pink money* não visa uma transformação social, mas, busca atingir exatamente esse pequeno grupo bem sucedido e privilegiado, por meio de frases de efeito e símbolos, há quem diga que essas campanhas tratam-se de oportunismo e encenação. De qualquer forma, não há dúvidas de que as campanhas publicitárias trazem visibilidade para a causa LGBTQIA+ como nunca houve antes.

CONCLUSÃO

O mercado organizacional, sempre buscou se reinventar para alcançar as novas gerações, e atrelado a essa motivação, também está a preocupação com o consumo ideológico para garantir a manutenção das estruturas do sistema capitalista, não apenas por meio do lucro, mas como um mecanismo de identificação dos indivíduos de um determinado grupo ou movimento. Mas até que ponto essa “boa ação” corporativa é genuína?

Em tempos de diversidade, trazer à tona a discussão de inclusão que é necessária para se tornar uma empresa que busca entender os anseios, percepções e comportamentos de um público que cresce cada dia mais. Abraçar a diversidade é uma das formas de criar simpatia em relação ao público, e fazer com que esses nichos se sintam mais à vontade ao consumir sua marca. Mas o problema é que ainda existem empresas que tratam o tema da inclusão e diversidade apenas no marketing, ignorando esses temas em suas próprias políticas internas, elas precisam ser inclusivas e adotar práticas internas para mudar a realidade. Não é suficiente mostrar a inclusão, é preciso ser uma empresa inclusiva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. Para onde vai a Administração. Brasília: Conselho Federal de Administração, 2017.

GALVÃO, Pedro. Pink Money: como sua marca deve se relacionar com o público LGBTI+. 26 de jun. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/pink-money/> . Acesso em: 09 jun.2022.

NASCIMENTO, Luciano. Black Money: movimento favorece negócios de pessoas negras. 20 de Nov. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-11/black-money-movimento-favorece-negocios-de-pessoas-negras> . Acesso em: 09 de Jun. 2022.

BORGES, Luciana. Economia Prateada? Saiba mais sobre esse termo e seus silver dollars. 30 de Jul. 2020. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/07/30/economia-prateada-saiba-mais-sobre-esse-termo-e-seus-silver-dollars/> . Acesso em: 09 de Jun. 2022.