



Um indivíduo honesto é aquele que não aceita condições que não sejam verdadeiras

Heitor Freire, corretor de imóveis e advogado

**Editorial**

**Pesquisa**

Levantamento divulgado pelo Procon-MS (Procuradoria de Defesa do Consumidor de Mato Grosso do Sul) revelou diferenças superiores a 1.500% nos preços de alguns produtos que integram a cesta de material escolar da grande maioria das escolas de Campo Grande. Foram realizados levantamentos em oito estabelecimentos, envolvendo quase 230 itens, e constatado que muitos produtos comuns aos estudantes têm preços exorbitantes quando comparados à concorrência –o percentual citado acima envolve um tipo específico de dicionário, que segundo a pesquisa era comercializado com preços entre R\$ 2,99 e R\$ 48; mas o levantamento traz diferenças de preços também absurdas em relação a itens como cadernos, lápis e borrachas onde, caso o comprador se predisponha a pesquisar, identificará diferenças de preços superiores a 100%.

A diferença nos valores a serem empenhados por pais ou responsáveis mereceu atenção peculiar do Procon, que anunciou fiscalização especial e comparação dos preços de compra nos estabelecimentos para tentar entender o porquê de uma variação tão gritante –seja para preços tão altos ou valores incrivelmente baixos. Como ocorreu

meses antes nos postos de combustíveis, que terminaram tendo de se defender de acusações diversas. Tudo para que sejam identificadas práticas que possam ou lesar o consumidor ou os cofres estaduais.

Tão importante quando identificar e punir excessos, o levantamento realizado pelo Procon –disponível no site da instituição, em [www.procon.ms.gov.br](http://www.procon.ms.gov.br); na lista de pesquisas realizadas pelo instituto– serve de baliza para que os pais também possam economizar em um momento complexo. Janeiro é tradicionalmente um mês de pressão financeira, com a necessidade de serem pagos impostos como o IPTU e o IPVA, reajustes de tarifas serem aplicados e despesas de início de ano se fazerem presentes –como as matrículas em escolas. Saber que, com um pouco de empenho, é possível evitar uma sangria maior nos bolsos, motivo de comemoração para muitas famílias.

A cotação de preços, assim como estratégias como compras coletivas entre amigos, podem fazer com que os gastos sejam um pouco menos pesados. E, caso identifique excessos, os compradores não devem apenas alertar uns aos outros, mas também acionar as autoridades para que supostas práticas prejudiciais sejam tolhidas.

**Marcos Borges**



**Inexperiência dos meios jornalísticos para a internet**

Gerson Luiz Mello Martins

Passados 20 anos do primeiro jornal brasileiro na internet, marcado pela primeira edição do Jornal do Brasil publicada na web em 28 de maio de 1995, as empresas jornalísticas ainda não investem na rede, seja no ambiente web, acessado pelos computadores, seja por meio dos dispositivos móveis, principalmente os celulares inteligentes –os smartphones. As chamadas pomposas de novos portais de notícias inaugurados pelas empresas jornalísticas mantêm os velhos modelos do jornalismo impresso e, em 90% dos casos, utilizam textos e fotos numa plataforma que permite uma contextualização potencializada da informação. Periodicamente se verifica que os novos portais nada têm de novo. E que pouquíssimos recursos do ambiente de internet são utilizados na “última versão” do “site” do jornal.

O uso jornalístico da internet, pode-se reafirmar, passados 20 anos, é tido como uma despesa a mais para as empresas jornalísticas. Muitos ainda observam a internet como concorrente da versão em papel ou, no caso das emissoras de televisão ou rádio, como complemento. Há uma estratégia míope por parte dos empresários quando se trata de investimento na plataforma web ou móvel (mobile). Se avaliar-se o crescimento dos acessos à informação jornalística pela internet, principalmente por meio dos smartphones, facilmente se compreenderá

que a internet é a salvação das empresas jornalísticas. Os usuários da internet, os navegadores desse mar de informações, buscam notícias de atualidade na rede e recorrem a empresas não jornalísticas, facilitada pelos equipamentos portáteis, nas mãos de todos, todas as horas do dia, a cada minuto, em cada refeição ou até mesmo em momentos de ócio ou privados.

O jornalista e pesquisador de ciberjornalismo da Universidade de Navarra, Espanha, Ramón Salaverría, em

Um novíssimo portal, site, não se traduz necessariamente num sucesso de acessos, de receita publicitária

entrevista publicada em dezembro de 2000, destacava a miopia das empresas jornalísticas. Afirmava que “se (as empresas e os empresários) entendem que seu trabalho é produzir um jornal de papel todos os dias, estarão perdendo a oportunidade que apresente a internet, um canal de informação prioritário. Internet é, entretanto, um desafio para os meios de comunicação, digamos um adversário, mas se se sabe utilizar adequadamente, é provavelmente sua tábua de salvação”.

Um novíssimo portal, site, não se traduz necessariamente num sucesso de acessos, de receita publicitária. Se não houver investimentos em profissionais qualificados, preparados, em plataformas multifuncionais, o “novíssimo site” não representará rentabilidade e tampouco um caso de sucesso. Está constatado que a maioria dos profissionais de jornalismo, dos jornalistas, não está preparada para produzir informação para a internet, no sentido mais amplo, seja para o ambiente web, seja para os dispositivos móveis, para os celulares. Se de um lado as empresas de informática se esmeram em construir plataformas multifuncionais, de outro, o desconhecimento de práticas de informática básica por parte dos jornalistas não possibilita um avanço e um ganho de qualidade da informação jornalística distribuída. Essa realidade afeta tanto as pequenas empresas jornalísticas das cidades de médio porte quanto os grandes portais ou sites jornalísticos das grandes cadeias de comunicação. Os jornalistas não estão preparados para produzir informação para internet e tampouco os empresários do jornalismo se preocupam em contratar pessoal qualificado, preparado. A realidade do jornalismo na internet ainda está muito longe de atingir seu público com qualidade.

Jornalista e pesquisador do PPGCOM e Ciberjor/UFMS  
gerson.martins@ufms.br

**Da honestidade**

Heitor Freire

Fui instado por um amigo e irmão a escrever sobre a honestidade. Lembrei-me de pronto que, uma vez, Gandhi foi visitado por uma mãe com o seu filho, pedindo-lhe que dissesse para ele sobre os malefícios do uso do açúcar que ele comia em excesso. Gandhi pediu-lhe que voltasse dentro de 15 dias. Quando voltaram, ele discorreu sobre os malefícios do uso exagerado do açúcar e de como isso prejudicava a saúde das pessoas. O menino entendeu e aceitou as suas ponderações. A mãe então perguntou o porquê de ele não falar da primeira vez. Ele respondeu: “Eu também comia açúcar”.

Assim, impelido a tratar desse tema, comecei a pesquisar o que é honestidade. Quanto à etimologia, a palavra “honestidade” tem origem no latim “honus”, que remete para dignidade e honra. No seu conceito original, a honestidade é um princípio básico que faz o ser humano agir com sinceridade consigo e com os outros, sendo um dos valores fundamentais da humanidade, somando-se à verdade interior de cada um.

A honestidade é mostrada através das atitudes que um ser humano tem para com o próximo, mostrando-se como realmente é, sem fingir ser algo que não consegue, estabelecendo relações pessoais sólidas e sinceras e adquirindo o respeito de seu semelhante.

Um indivíduo honesto é aquele que não aceita condições que não sejam verdadeiras, sem querer levar vantagem sobre os outros, o mesmo ocorrendo com qualquer instituição, que não desmerece quem nela confia.

Como regra primária, e de forma explícita, a honestidade passa a ser, então, uma obediência incondicional às regras morais estabelecidas na sociedade. Em algumas situações, no entanto, a honestidade pode ser mais difícil de ser trabalhada, principalmente nos meios sociais, em

A honestidade é mostrada através das atitudes que um ser humano tem para com o próximo

que algumas convenções estão enraizadas.

E no mundo de hoje, a honestidade existe? Ao analisar o comportamento da maioria dos políticos e da própria sociedade em geral, constatamos que é muito difícil encontrar uma pessoa honesta. É isso em todos os estratos sociais. Todos querem levar vantagem.

E a questão anunciada por Maquiavel? Para realizar o sucesso de um Estado ou de uma nação, o Príncipe não pode ser limitado pela moralidade, então “os fins justificam os meios”. É o que tem sido o farol a iluminar

o caminho dos políticos.

Santo Agostinho argumenta: “Para que Deus criasse criaturas racionais como os seres humanos tinha de lhes dar livre-arbítrio”. E a escolha que decorre daí vai determinar o comportamento de cada um.

Adam Smith preconizava: “O homem é um animal que realiza barganhas”, e a barganha é feita ao se propor um trato que atenda ao interesse próprio de ambas as partes. Ou seja, sem levar em conta o bem público. Porque quando os interesses se chocam, cessa tudo o que a antiga musa canta, já proclamava Camões. E aí a porca torce o rabo.

Essa questão de julgar o comportamento humano decorre de um costume arraigado que nos leva a julgar o próximo, como se fôssemos a própria encarnação da moralidade. Lembrei-me que o Mestre dos Mestres perguntou com clareza meridiana: “Quem te constituiu juiz do teu irmão?”

Feitas essas considerações todas, veio-me a pergunta: Posso falar sobre a honestidade? Parafraseando Gandhi, não poderia pedir ao professor Fagundes que voltasse depois de 15 dias, nem depois de 15 anos. Quem sabe, depois de 15 milênios.

Corretor de imóveis e advogado

Os artigos assinados publicados neste espaço são de responsabilidade de seus autores e não representam, necessariamente, a opinião do jornal O Estado de Mato Grosso do Sul

**o Estado**  
MATO GROSSO DO SUL

Fundado em 2 de dezembro de 2002

“Somos o que fazemos. No dia em que fazemos, realmente existimos; nos outros, apenas duramos.”  
Padre Antônio Vieira

Rua 14 de Julho, 204 - Vila Santa Dorotéia  
Campo Grande - MS - CEP 79004-392 - PABX: (67) 3345-9000

**Diretor**  
Rafael Vallér  
**Editor Executivo**  
Humberto Marques  
editor@oestadoms.com.br  
**Política**  
Liziane Berrocal  
politica@oestadoms.com.br  
**Cidades**  
Anahí Zurutuza  
cidades@oestadoms.com.br

**Economia e Agronegócios**  
Flávio Brito  
economia@oestadoms.com.br  
**Esportes**  
Luciano Shakihama  
esportes@oestadoms.com.br  
**Artes e Lazer**  
Elusa Prado  
arteelazer@oestadoms.com.br  
**Cadernos Especiais e Concursos**  
Gabriel Nerts  
geral@oestadoms.com.br

**Fotografia**  
Saul Schramm  
fotografia@oestadoms.com.br  
**Arte**  
paginacao@oestadoms.com.br  
**Coordenação de pauta**  
Daiany Albuquerque  
cidadeesua@oestadoms.com.br

ATENDIMENTO AO ASSINANTE: (67) 3345-9050 A CIDADE É SUA, O PROBLEMA É NOSSO: cidadeesua@oestadoms.com.br

**OPINIÃO DO LEITOR A RESPEITO DA EDIÇÃO DE ONTEM**

1 Coletivamente, a manchete de ontem:

“Ano letivo começa com 10 mil à espera por vagas em creches”

Foi: 60% muito importante | 0% pouco importante  
40% importante | 0% sem importância

2 Os textos da primeira página continham algum exagero em relação às páginas internas?  
0% SIM | 100% NÃO

3 A charge da edição de ontem foi:

65% interessante | 25% indiferente  
10% pouco interessante | 0% não viu

4 Qual foi a notícia mais importante?

“Ano letivo começa com 10 mil à espera por vagas em creches”

5 Dê a sua avaliação à edição de ontem:  
60% ótimo | 40% bom | 0% regular | 0% ruim

Comercial | (67) 3345-9030 - comercial@oestadoms.com.br - gerentecomercial@oestadoms.com.br | Circulação | Atendimento ao assinante: (67) 3345-9050 circulacao@oestadoms.com.br  
Representantes | Brasília - DF - LC Comunicação e Marketing - SEPS 709/909 lote D sala 215 edifício FAPE - Cep: 70.390-095 Asa Sul - Tel: (61) 3711 8712 / 3443 0462 - e-mail: comercial@lccm.com.br | Rio de Janeiro - RJ - Planejamento Negócios de Mídia LTDA - Avenida Rio Branco, 45, sala 11/15 - Tel: (21) 2263-6468 | São Paulo - SP - Planejamento Negócios de Mídia LTDA - Avenida Jandira, 667 - Bairro Moema - CEP: 04080-004 - Tel: (11) 2985-9444