



Brasil Rotário

Revista do Rotary

dezembro, 1996



Natal, festa de amor
e concórdia

SYSNO 915756
PROD 001863

ACERVO PESC

nt. 915756

SEM
13/01/97

Sumário

- 7 - Sonambulismo: mistérios e superstições
Alfredo Castro Neto
- 20 - Rotariano dá a volta ao mundo em iate
- 24 - Um presente especial
Antônio José Ferreira Carvalho
- 26 - Reviver o passado e analisar o presente para obter sucesso no futuro
Alfredo Colenç Junior
- 28 - Rotary e Natal
Emerson Pinto de Araújo
- 32 - Natal, prova imensurável do amor de Deus
Torquato Marques dos Santos
- 33 - Natal
Guilherme Schubert
- 37 - Otimismo e paz
Firmino de Paula Santos Lima
- 50 - Instrução rotária básica
Owen McDowell
- 51 - Fim de milênio
Lauro Ruschel
- 54 - Mensagem sigilosa ditada por Santa ainda é mistério em Natividade
Noel Francisco
- 58 - O ser humano nas quatro estações da vida
Jaime de Moura Ferreira
- 62 - Seu presente para o futuro
Donald Kwait
- 63 - 75 anos de Rotary no Brasil

3 - De coadjuvante a estrela: A presença da mulher no Rotary já é uma realidade, de Luiz Otávio Alvarenga mostra a força feminina em nossa organização.

Ronald Theobald



8 - Tesouros históricos há muito escondidos podem ser agora admirados pelo grande público. É A história do Brasil em exposição permanente no Espaço Cultural da Marinha, de Luiz Otávio Alvarenga.

12 - Próximos de seu objetivo de erradicação até o ano 2000, os rotarianos fecham o cerco contra a doença. África, o último reduto da pólio, de Cary Silver, conta o sucesso dos DNVs.

34 - Cada palavra de otimismo é um tijolo que formará a base do próximo ano, na Mensagem dos governadores aos rotarianos.

Brasil Rotário

Diretor Responsável - Roberto Petis Fernandes

Editoração e Marketing - Studio 22 Comunicação Ltda.

Diretor de Marketing - Lindoval G. F. Oliveira - Jorn. Prof. Mtb.3.483/9/144

Diretor Editorial - Waldyr Figueiredo - Jorn. Prof. Mtb. 7.365/26

Redação e Depto. de Marketing - Av. Nilo Peçanha, 155/Gr. 701 -

Rio de Janeiro - RJ - CEP 20027-900 - Tel: (021) 240-4670, 262-2813, 533-3616

E-mail da Redação - redacao.brasil.rotario@ibm.net

Publicidade em São Paulo - J Leon Khatchadourian - Rua Bela Cintra, 1222, 15º andar, Jardim Paulista - São Paulo - SP - CEP 01415-001 - Telefax (011) 883-0480

Publicidade em Minas Gerais - Nelson Rocha Braga - Rua Min. Jor-

ge Vargas, 36 - CEP 30840-390 - Belo Horizonte - MG - Tel (031) 476-6636 - Telefax (031) 451-5228

Publicidade em Santa Catarina - Central de Negócios em Propaganda Ltda. R. do Príncipe, nº 115, s/34 - Joinville - SC - CEP 89201-902. Telefax: (047) 433-8393

Redação: Carmen Lucia Araujo, Janete Costa Nascimento, Karla Costa Velho; Maria Cristina da Silva Andrade; Maria Lúcia Ribeiro de Sousa; Valeria Cristina Rocha de Matos e Luiz Renato Dantas Coutinho (Studio 22)

Fotolitos: Artcromo

Impressão: Gráfica JB

* As matérias assinadas são de inteira responsabilidade dos seus autores.

Reviver o passado e analisar o presente para obter sucesso no futuro

0692-8
Alfredo Colenç Júnior* 566-438

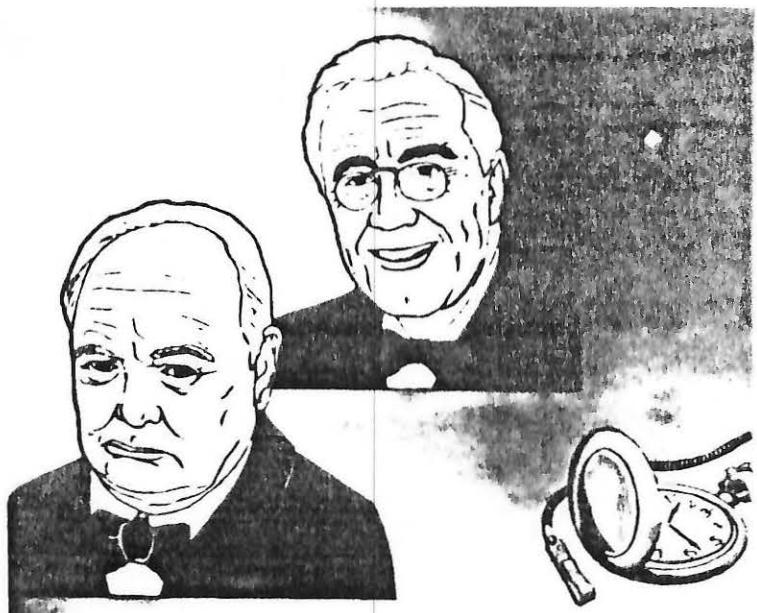
A sabedoria popular é rica em informações que se bem percebidas pelos interlocutores acarretam verdadeiras lições de vida, uma vez que suas manifestações são resultados de avaliações, experiências, sensibilidades e percepção de habilidades colhidas e somadas empiricamente, ao longo do tempo. De um modo geral, no Brasil, um jovem e afoito país, o enfoque sobre o sucesso apoia-se na abordagem inadequada e endereçada unicamente pela visão inovadora, renovada e revolucionária de que a decisão cabe exclusivamente ao jovem. A partir daí, todo vigor dos empreendimentos é impingido na construção do novo, e a imagem que se forma na cabeça das pessoas é que o novo é melhor e que o jovem é que detém o poder de empreendimento e das mudanças necessárias.

Essa é, entretanto, uma visão falaciosa de consequências altamente prejudiciais à sociedade brasileira como um todo, pois favorece diretamente àqueles que se beneficiam do consumismo, pelo mal aproveitamento do conhecimento e experiências, o que acarreta elevadíssimo desperdício das competências sociais e dos recursos econômicos.

Primeiro, rompe-se o encadeamento lógico estabelecido ao longo das gerações, com soma de valores e ganhos de competência. A seguir, a partir do isolamento que o segmento jovem proporciona aos mais velhos, o próprio segmento jovem se vê isolado e alvo de toda sorte de ataques e violações: por parte do tráfico, por parte da mídia, por parte de agentes radicais e até por parte dos segmentos excluídos dessa sociedade mal construída, que não podendo participar com sucesso da construção, encontram satisfação na destruição, pois que esta também representa o resultado de uma decisão e é palpável.

Ao se focalizar com destacada preferência apenas o segmento jovem da sociedade, negligenciando o segmento mais idoso, toda sociedade perde pois o vazio que se estabelece no relacionamento entre gerações representa perda pelo não aproveitamento de sabedoria e de experiências e um descompasso provocado pelas rupturas pontuais entre gerações sucessivas. No caso, a descontinuidade enfraquece o tecido social.

O Brasil é jovem, nossa colonização de fato e maço é recente e não conta com mais de cento e cin-



quenta anos. O Brasil é vigoroso; o que se investiu e se construiu neste país em cento e cinquenta anos, é muito mais que na grande maioria dos países, mesmo nos industrializados. Cabe, também, afirmar que o caráter vigoroso, empreendedor e liberal dos jovens é a grande força que o país dispõe para produzir soluções novas, adequadas e voltadas para as necessidades detectadas e potenciais da sociedade.

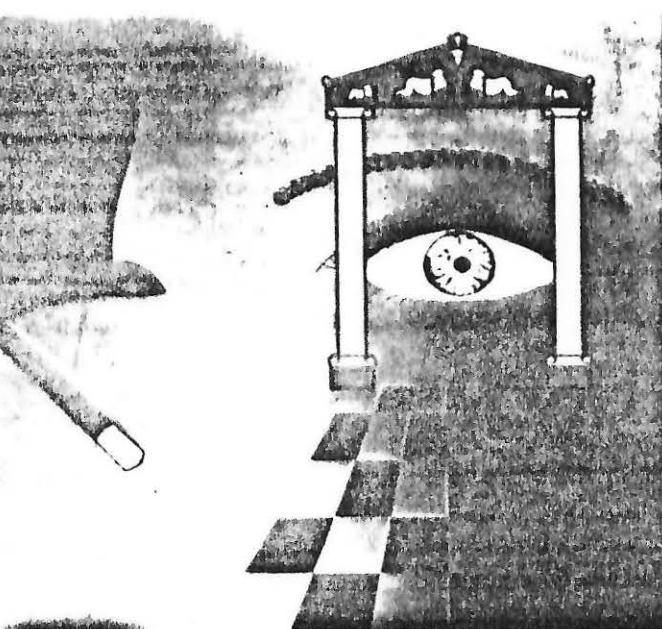
Estamos vivendo nesse momento histórico uma verdadeira geração de brasileiros, homogênea, feita de netos e bisnetos de imigrantes que se somam à população base. A consciência nacional e a cidadania começam a tomar forma a partir dessa homogeneização. Entretanto, estamos perdendo ao não considerarmos os mais idosos nas decisões, pois eles compõem um segmento útil e capaz de oferecer sua participação competente à solução dos problemas sociais, econômicos e políticos que o Brasil tanto necessita.

Com o aumento da vida útil de homens e mulheres, a sociedade brasileira passa a contar com um enorme potencial humano que deverá influenciar a mídia e o marketing, como novo segmento diferenciado de mercado, mas não apenas isso, toda sociedade deve se preparar para ouvir e receber suas propostas e sua participação. A sociedade precisa disso, na verdade não pode negligenciar

lo, pois desde muito tempo vem pagando muito caro tal procedimento.

Não se trata de uma manifestação conservadora e arraigada ao passado. Pedro Navas, médico e escritor mineiro, fez referência ao culto ao passado como o andar num potente carro, numa superestrada, dirigindo-o sempre com observação focada apenas no espelho retrovisor. Entretanto, caminhar celeremente em relação ao futuro, sem considerar a experiência anterior e as reflexões dela decorrentes, representam o dar sempre o primeiro passo, titubeante experimentando com incerteza, o domínio do novo tempo.

Em recente viagem a Inglaterra e Gales como Líder

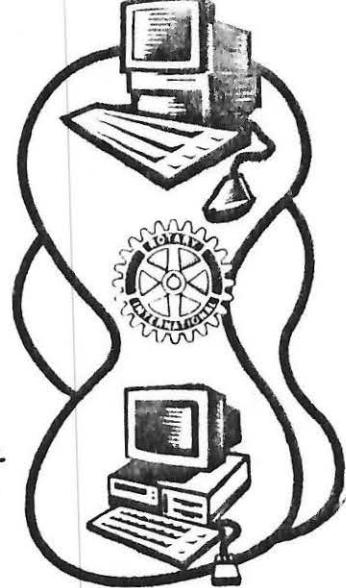


de Grupo de Estudos da Fundação Rotária, descobri uma cultura conservadora. A sociedade britânica orgulha-se do seu passado, cultua-o e consegue manter ao longo do tempo seus valores sociais e patrimoniais, por mais de mil anos. Há na grande maioria das cidades o Clube Conservador, cujo lema é: "conservar, manter, reparar e construir", com as ações nessa ordem. O cidadão britânico faz uma grande diferença entre antigo e velho. Um móvel antigo sempre será antigo e valioso; um móvel novo, comprado à moda vigente, em pouco tempo será velho, "demodée".

Esse ponto de vista, me permitiu longa reflexão, pois de início me pareceu uma ideia embolorada, entretanto, há uma sabedoria nisso e devemos incorporá-la com as adaptações necessárias à nossa realidade, pois podem representar resultados significativos às decisões de nossa sociedade. A não consideração da experiência anterior representa grande perda de valores sob diversos pontos de vista. Há muito que construir, porém com otimização de resultados e intensificação de recursos. Não mais podemos desperdiçar, sob qualquer pretexto, e isso se faz indispensável na construção social do Brasil.

¹ O autor é socio do **Rotary Club de São Carlos-Bandeirantes**, SP(D.4540), e Chairman Distrital do Intercâmbio de Grupos de Estudos.

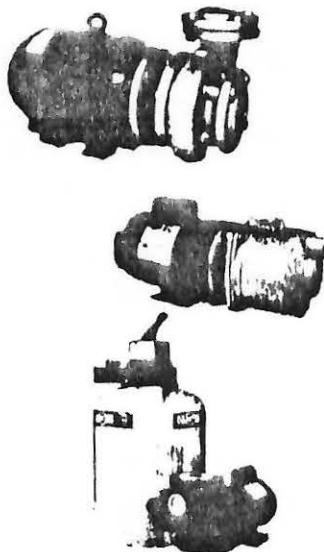
Brasil Rotário na Internet



Omês de janeiro de 1996 marcou a entrada do Rotary International na Internet. Agora, *Brasil Rotário* também navega nas ondas do ciberspaço. Quem quiser entrar em contato conosco só terá que acessar os seguintes endereços:

- brasil.rotario@ibm.net
- redacao.brasil.rotario@ibm.net
- secretaria.brasil.rotario@ibm.net

**HÁ MEIO SÉCULO PRODUZIMOS BOMBAS.
AGORA, FILTROS PARA PISCINAS:
SEMPRE COM A MELHOR QUALIDADE
E MUITO MAIS**



**GARANTIA
18 meses**

**VÁRIOS MODELOS
PARA USOS:**
• RESIDENCIAL
• INDUSTRIAL
• IRRIGAÇÃO
E OUTROS

DANCOR®
anos

VENDAS RIO-RUA JARDIM BOTÂNICO, 635-GR. 303

TEL.: (021) 294-8332 - FAX (021) 511-5143

VENDAS SÃO PAULO- AV. MORUMBI, 7.867-GR. 02

TEL.: (011) 5561-3364 - TELEFAX: (011) 240-2019