

Opinião

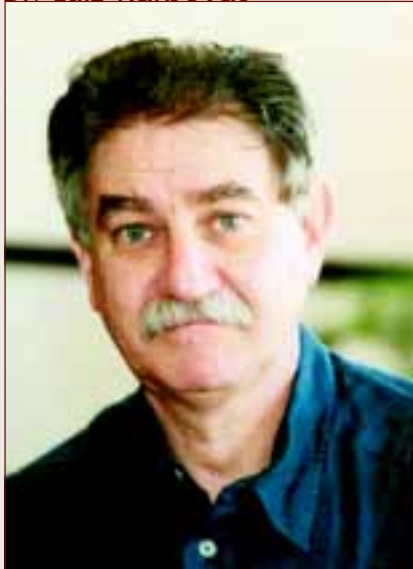
Os Rumos da Nação

E stá sendo veiculado na televisão brasileira um anúncio comercial de um determinado liquidificador, de marca conhecida no mercado, que mostra, na cozinha de uma residência, dois adolescentes conversando, na sua linguagem modelo século XXI, e um deles mostra dificuldade em liberar a base do copo, concluindo que se encontra emperrada.

Uma senhora idosa, na sala vizinha, acompanha a conversa dos dois adolescentes, levanta-se do sofá e, apoiada em uma bengala, aproxima-se deles e num toque sutil, aperta um botão que libera a base do copo do tal liquidificador.

Os dois adolescentes então comentam a senhora idosa, dizendo que ela os humilhou apesar de ser uma “velha”. A senhora de imediato, replica: “Sou velha, mas não sou burra!... e nem surda!...”.

Dr. Luiz Karpovas



Diretor do Boletim do CBR e
Diretor de Defesa Profissional do CBR

Possivelmente, esta é uma das melhores propagandas já veiculadas nos últimos tempos na televisão brasileira. Mais do que estar divulgando um produto comercial ela escancara o nível da mocidade brasileira, a linguagem costumeiramente utilizada por eles e a distância entre esta juventude e as gerações mais antigas nas quais deveriam se

espelhar como modelos de educação, respeito, cultura e conhecimento.

Foi-se o tempo em que os mais velhos eram motivos de respeito e exemplo a ser seguido. Diversas são as razões que levam a esta preocupante situação: cada vez mais os pais estão mais distantes dos filhos relegando a educação deles para terceiros, neles incluídas as escolas, nem sempre devidamente estruturadas para substituí-los naquilo que é a sua condição primordial – o exemplo a ser seguido. E as escolas, reflexo de uma formação deficiente dos professores e da qualidade das universidades, não estão cumprindo com a função que delas se espera. Hoje, substitui-se a qualidade pela quantidade – as boas universidades estão sendo substituídas por investimentos de alta lucratividade.