

## O QUE É O GEÓGRAFO PROFISSIONAL? (\*)

Armando Corrêa da Silva (\*\*)

### Introdução

Enquanto muitos geógrafos estão ainda empenhados na discussão a respeito de — *o que é o espaço?* — outros, ainda não muitos, estão, ou tentando desenvolver o tema — *o que é o espaço do geógrafo em nossa sociedade?* — ou já enfrentando os problemas de uma efetiva e difícil atuação profissional, na empresa pública, na empresa privada, ou de forma autônoma.

Recentemente, esta última questão foi assim caracterizada:

"The preparation of a professional, in the case, Brazilian, depends on two factors. One is of *general nature*; these factors are usually out of the reach of the individual professional (and sometimes of his professors). They are related to the cultural and technical stage of the country. There are factors of a *particular nature*, closer to the professional, such as his intellectual capacity, the environment in which he lives, the schools and university he attended, etc. ... This is an arbitrary classification because there are problems related at the same time to factors of general and of particular nature". (Paviani, 1982: 387).

Bem, parece que o problema envolve uma busca de definição, a propósito do *que é o geógrafo profissional?*, mesmo que na forma de uma aproximação ao problema, ainda de modo apenas prospectivo.

### DESENHO PRÉVIO DE UMA PROFISSÃO E TRABALHO

Este artigo faz referência apenas ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo e a seu Curso de Pós-Graduação, e à experiência do autor, relativa ao período 1975-1982.

### Os Pós-Graduandos e seus Projetos

Em 1974, levantamento realizado pelo Departamento de Geografia da FFLCH da USP revelou os seguintes resultados:

Tabela Ia) Projetos em Andamento por Assuntos

Assuntos	Frequência	%
Cidades	38	23,90
Campo	31	19,50
Geomorfologia	19	11,95
Indústria	14	8,81
Climatologia	13	8,18
Pedologia	12	7,55
População	7	4,40
Região	4	2,51
Pesca	4	2,51
Transportes	3	1,88
Organização do Espaço	3	1,88
Comércio	2	1,26
Cartografia	2	1,26
Metodologia	2	1,26
Comunicações	1	0,63

(\*) — Recebido para publicação em 10/12/82.

(\*\*) — Professor Livre-Docente do Departamento de Geografia — FFLCH — USP.

Saúde e Turismo	1	0,63
Economia	1	0,63
Energia	1	0,63
Oceanografia(logia)	1	0,63
Totais	159	100,00

Tabela Ib) Agrupamento dos Dados

	Frequência	%
Geografia Humana	103	64,77
Geografia Física	45	28,30
Geografia Regional	4	2,52
Organização do Espaço	3	1,89
Cartografia	2	1,26
Metodologia	2	1,26
Totais	159	100,00

São estudos na forma de levantamentos básicos com a utilização de dados primários e secundários e uso de vários métodos e técnicas. Obedecem relativamente a um mesmo padrão geral que não é especificado aqui.

Em 1978 foi realizado outro levantamento Dados disponíveis relativos à Geografia Física revelaram o seguinte:

Tabela IIa) Projetos em Andamentos por Assuntos

Assuntos	Frequência	%
Disciplinares		
Geomorfologia	28	39,44
Climatologia	19	26,75
Pedologia	9	12,67
Hidrografia(logia)	4	5,63
Biogeografia	3	4,23
Tecnologia	2	2,82
Metodologia	1	1,41
Cartografia	1	1,41
Interdisciplinares		
Transportes	2	2,82
Agricultura	1	1,41
Outros		
Ensino da Geografia	1	1,41
Totais	71	100,00

Tabela IIb)

Agrupamento dos Dados

Áreas	Frequência	%
Geografia Física	63	88,73
Metodologia	3	4,23
Cartografia	1	1,41
Outros	4	5,63
Totais	71	100,00

São também estudos com as características indicadas relativas a 1974.

Em agosto de 1982, tabulação mais analítica, realizada pelo autor deste artigo, apenas com dados relativos à Área de Geografia Humana e Econômica do Departamento de Geografia da FFLCH da USP, referentes a Orientação em Pós-Graduação e participação em Bancas de Exames de Qualificação e à Defesa de Tese de Mestrado e Doutorado, revelou os seguintes dados:

Tabela III

Período e Projetos

1975	1	5,56 %
1976	2	11,11
1977	5	27,78
1978	5	27,77
1979	2	11,11
1980	2	11,11
1981	—	—
1982	1	5,56
Totais	18	100,00

Tabela IV

Natureza das Fontes

Primárias	16	88,89
Secundárias	18	100,00
Cartas, Gráficos e Tabelas		
Cartas	16	88,89
Gráficos	18	100,00
Tabelas	18	100,00

Tabela V

Projetos em Andamento e Terminados por Assuntos		
Assuntos	Frequência	%
Ocupação de Espaço	8	44,44
Organização do Espaço	3	16,67
Reflexão Teórica	2	11,11
Mudança Geográfica	2	11,11
Situação no Campo	2	11,11
Cartografia	1	5,56
Totais	18	100,00

Tabela VI

Projetos em Andamento e Terminados por Disciplina		
Disciplinas	Frequência	%
Geografia Agrária	9	50,00
Geografia Urbana	5	27,77
Geografia das Indústrias	2	11,11
Geografia do Trabalho	1	5,56
Geografia Teórica	1	5,56
Totais	18	100,00

Tabela VII

Objetivos ou Natureza dos Projetos		
	Frequência	%
Uso de técnicas	17	94,44
Descrição de realidade	8	44,44
Reconstituição histórica	8	44,44
Lev. de problemática	7	38,89
Uso de categ. e conceitos	7	38,89
Reflexão teórica	7	38,89
Uso de metodologia	4	22,22
Teste de metodologia	4	22,22
Teste de hipóteses	3	16,67
Teste de teorias	3	16,67
Elaboração de conceitos	2	11,11
Aplicação de teoria	1	5,56
Deter. de hierarquia	1	5,56
Determinação de função	1	5,56
Deter. de amplitude	1	5,56
Det. de geração e atração	1	5,56

### Como avaliar esses dados?

Os projetos abrangem, razoavelmente, quase todos os assuntos de interesse do geógrafo, quer este se destine ou esteja envolvido com a empresa pública ou privada, quer só esteja estudando, ou trabalhando e estudando. Os projetos se concentram no âmbito de algumas disciplinas: são importantes os casos de Geomorfologia e Geografia urbana; depois, aparecem Climatologia, Geografia Agrária e Pedologia; Geografia das Indústrias e da População aparecem mais adiante.

As fontes utilizadas são, preponderantemente, primárias. Há uso intensivo de cartas, gráficos e tabelas.

O conhecimento se manifesta através da preocupação com o uso de técnicas, a descrição de realidade e a reconstituição histórica — seguidas de interesse por problemas teóricos e metodológicos.

Chega-se, inclusive, à busca de parâmetros e indicadores relacionados a estudos específicos, embora ainda de modo incipiente.

### O Mercado Existente em São Paulo-SP

O trabalho do geógrafo profissional caracteriza-se mais como uma atividade de serviço, do que de comércio, indústria, finanças ou de comunicação e transporte. Também, é uma atividade mais urbana do que rural. Por isso, é o Setor Público o que mais absolve essa força-de-trabalho: planejamento, institutos técnicos, empresas de urbanização, habitação, transportes etc., considerando a demanda tradicional das Escolas (de vários níveis) como principalmente do Estado.

A experiência do geógrafo profissional no Setor Privado é menor. Excetuando-se o trabalho na rede privada de ensino, não está definido o campo de trabalho nesse setor.

Qual, por isso, o mercado de trabalho potencial ou efetivo para o geógrafo profissional, em São Paulo-SP, no que diz respeito ao Setor Privado?

Este autor fez um levantamento hipotético através da Lista Telefonica 105: Páginas Amarelas, su-

pondo haver correlação positiva entre os projetos dos pós-graduandos, vistos anteriormente, e certo número de empresas, escritórios e atividades autônomas, a saber:

*Tabela VIII*

Mercado Privado Suposto do Geógrafo em São Paulo

Empresas	Unidades	%	Atividades
Loteamentos	84	34,71	(projetos)
Projetos industriais:			
Paisagísticos	35		
Industriais	4		
Subtotal	39	16,12	(projetos, ajardinamento, arborização, conservação)
Mapas e Globos	20	8,26	(mapas, plantas, guias, globos, atlas, quadros: marketing, controle de vendas, pesquisa, expedição, transporte, plantas visográficas, mercadológicas, de zoneamento, de comércio, mapas básicos, geopolíticos, políticos, físicos, científicos, escolares)
Construção Civil	19	7,85	(projetos)
Pesquisas:			
de mercado	11		
tecnológicas	3		
minerais	2		
econômicas	1		
Subtotal	17	7,02	(tabulação, cálculos estatísticos, digitação direta, estudos sociais e econômicos, publicidade, quantificação e qualificação, projetos, geofísica, teste de materiais, ensaios e análises, experiências)
Planejamento:			
Habitacional	12	4,96	(projetos)
Saneamento	12	4,96	(projetos)
Desenho	10	4,13	(desenho, logotipos, arte final, criações, projetos, plantas, decorações, comunicações visuais, embalagens, publicidade)
Construções industriais	7	2,89	(projetos)
Aerofotogrametria	5	2,07	(loteamentos industriais, coberturas aéreas, confecção de mapas urbanos, topografia, projetos)
Reflorestamento	4	1,66	(projetos, comercialização, assessoria)
Comércio exterior	3	1,24	(serviços)
Guias:			
informativos	3	1,24	(mapas, desenhos, pesquisas)
Poluição	3	1,24	(estudos)
Planejamento:			
Rural	2	0,83	(crédito rural e agro-industrial, projetos agro-pecuários)

Colonização e imigração	1	0,41	(serviços)
Distritos industriais	1	0,41	(projetos, serviços)
Totais	242	100,00	

Essas atividades podem ser reunidas em 3 tópicos gerais.

*Tabela IX*

Agrupamento dos Dados

Atividades	Frequência	
Cartografia, Desenho	185	76,45
Pesquisa, Estudos	33	13,64
Totais	24	9,91
(projetos)	242	100,00

O geógrafo tem preparo para a realização de pesquisas, estudos, que envolvem desenho e cartografia. Alguns deles tem trabalhado na produção de projetos. Mas, tem se tratado, principalmente, de trabalho não destinado ao mercado, como mercadoria.

*Empresa Pública ou Empresa Privada?*

Até a década de 60 a Universidade de São Paulo existiu como organismo principalmente cultural. A partir do fim dos anos 60 essa situação modificou-se, com o advento de maior ênfase em ciência e tecnologia. Paralelamente, o Setor Privado da sociedade passou a desenvolver uma preocupação maior com a cultura. O que aconteceu? Parece ter havido, no período, uma mudança de significado de cultura e técnica: de apenas elementos gerais na produção de mercadorias, tornaram-se itens específicos de demanda dirigida pelo capital concentrado e centralizado. Apesar de "contrários" a empresa pública e a empresa privada aproximaram-se uma de outra em sua exigência de cultura e técnica a serviço dos interesses do capital monopolista. Com isso, desenvolveu-se uma "nova" contradição entre técnica e cultura: a das relações sociais de produção antagônicas de técnica e cultura, em grau superior. O que mudou? "Cada sociedade de classe forma-se sobre a base de normas bem definidas de luta contra a natureza, e estas normas são

modificadas em relação ao desenvolvimento da técnica. Qual é a base das bases: a organização de classe da sociedade ou a sua força produtiva? Sem dúvida, a força produtiva. Sobre esta base, num certo nível de seu desenvolvimento, formam-se e reformam-se as classes. Nas forças produtivas expressa-se materialmente a habilidade econômica da humanidade, sua capacidade de assegurar a própria existência. Esta dinâmica fundamenta as classes que, nas suas relações recíprocas, determinam o caráter da cultura.

"E neste ponto devemos, antes de tudo e sobretudo, perguntar a propósito da técnica: é apenas um instrumento de opressão de classe? Basta colocar a pergunta para ter logo a resposta: não, a técnica é a conquista fundamental da humanidade; embora tenha servido como instrumento de exploração é, ao mesmo tempo, condição essencial para a emancipação do explorado. A máquina sufoca o escravo assalariado. Mas este somente pode libertar-se através da máquina. Aqui está a raiz de toda a questão.

"Se não esquecermos que a força motriz do processo histórico são as forças produtivas que liberam o homem do domínio da natureza, então compreenderemos que o proletariado necessita apoderar-se de toda a soma de conhecimento e de capacidade elaborada pela humanidade no curso de sua história, para poder emancipar-se e reconstruir a vida sobre a base dos princípios de solidariedade.

"É a cultura que faz progredir a técnica ou é a técnica que faz a cultura progredir? Isto me foi perguntado num dos debates do qual participei anteriormente. É errado colocar a questão desta maneira. A técnica não pode ser contraposta à cultura, porque é a mola principal. Sem técnica não há cultura. O desenvolvimento da técnica faz a

cultura progredir. Mas a ciência e a cultura em geral constituem os fundamentos da técnica e ajuda poderosa para seu desenvolvimento posterior". (Trotsky, 1981: 52/3).

A definição do geógrafo profissional é condição necessária para a redefinição do professor de geografia; pois só este, modificado, poderá formar aquele.

Como se dão a técnica e a cultura nas "novas" condições?

## O GEÓGRAFO E A FÁBRICA DE CONHECIMENTOS

A maior parte dos trabalhos de pós-graduação, definidos pelos projetos realizados ou em realização no Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, consiste em monografias. É que a monografia mostrou-se a forma possível de realização da "produção em série" dos trabalhos geográficos. E, também, o veículo de aprendizado das técnicas. Nesse primeiro momento houve um decréscimo de validade da ciência e cultura; no momento seguinte, começou a ressurgir a necessidade destas últimas.

### *Cartografia Industrial?*

O mapa tornou-se desnecessário?

A questão põe um problema ainda não resolvido: a Geografia precisa do mapa, no mesmo momento em que o mapa encontra-se "superado"...

O que se está fazendo? Da pesquisa chega-se ao mapa; este, ilustra o texto.

O que se deveria fazer? Do mapa, chegar-se ao texto; o texto, descritivo, seria o apêndice da explicação.

Mas, que tipo de mapas?

Parece que, antes que "mapa", o *mapa* deveria apresentar-se na forma do *industrial design*.

Convém verificar isto.

O que se deveria esperar de uma "cartografia industrial"?

Quais seriam suas regras?

O assunto refere-se à produção e consumo da informação e da comunicação. O que ocorre com o *objeto industrial*? "O objecto industrial será, pois, considerado igual a qualquer outra 'mensagem' capaz de nos proporcionar um determinado coeficiente informativo. Como a teoria da informação se baseia essencialmente no cálculo da 'quantidade de informação' apresentada por uma dada mensagem, fácil será concluirmos que a própria informação será tanto maior quanto for a *imprevisibilidade* do conteúdo dessa mensagem. Isto segundo as conhecidas investigações cibernéticas de Wiener, Shannon, Weaver e as subsequentes aplicações destas à estética tentadas por A. Moles, Max Bense e outros. Não poderemos ocupar-nos aqui da precisão matemática desta teoria, limitando-nos a informar quem não esteja ao corrente, de que a quantidade de informação proporcionada por uma mensagem (e, portanto, também a oferecida por uma obra de arte ou por qualquer outro elemento comunicativo) segue leis análogas às que regulam o princípio termodinâmico da *entropia*, grandeza interpretada já em 1894 por Boltzmann como correspondendo a uma distribuição de probabilidades.

"Uma vez que a informação proporcionada por uma dada mensagem, por uma determinada comunicação, depende da sua 'originalidade', facilmente se compreende que o grau de informação dessa mensagem pode equivaler ao grau de surpresa que causa, à sua imprevisibilidade ou improbabilidade, o que leva a identificar a informação como o opos-

to à entropia. Se agora aplicarmos estes princípios ao caso do *design* industrial, será fácil deduzirmos que o inesperado da mensagem (oferecida pelo objecto industrial de novo tipo), a sua 'novidade', é fundamental para se obter um elevado grau de informação, ou seja, para apresentar aos olhos do consumidor uma solicitação muito forte à aquisição. Quanto mais novo, mais insólito, mais inédito for o objecto lançado no mercado, tanto mais fácil e intensa será a sua procura; mais ainda, logo que a forma tenha perdido a sua 'novidade' — e por isso o inesperado da mensagem —, quando se tiver 'consumido' a sua qualidade comunicativa, também diminuirá o seu valor não só estético como, sobretudo, informativo. Na realidade, não devemos identificar *tout court* o coeficiente estético com o coeficiente informativo, como alguns autores tem procurado fazer. Será interessante observar, pelo contrário, que é precisamente pelo facto de o objecto industrial ser propositadamente criado para uma fruição (prática e estética) imediata e estritamente vinculada ao seu uso que se *consome* mais rapidamente do que a obra de arte (pictórica, escultórica ou arquitectónica), cuja validade pode persistir mesmo depois de ter perdido o seu valor informativo. De facto, as obras de arte são menos sensíveis ao desgaste e ao envelhecimento, embora, em contrapartida, lhes não baste, para serem válidas, serem inesperadamente inovadoras.

“O que fica dito permite-nos compreender, uma vez mais, o motivo por que entram tão rapidamente em declínio os valores formais do objecto industrial, valores que, conforme veremos em seguida, dependem da 'moda', mais que os valores das outras artes. E explica-nos, acima de tudo, até que ponto é errôneo querer submeter o objecto industrial aos mesmos cânones estéticos que regulam a evolução e a fruição das outras obras de arte. Nenhum dos elementos que contribuem para criar a especial atmosfera de agrado ligada ao lento deteriorar-se das obras, como sejam a pátina da antiguidade, o aspecto de 'rudeza' de uma arquitectura antiga, pode entrar em jogo no momento de valori-

zação de uma obra industrial; a não ser que esta perca por completo as suas características de 'objecto funcionante e funcional' para se converter em fragmento, resíduo ou relíquia de uma civilização ultrapassada, assumindo então conotações bem diversas daquelas para que foi criada e acabando por perder por completo a sua autêntica qualidade funcional”. (Dorfles, 1978: 37/41).

Do que se expõe conclui-se que a cartografia industrial seria possível, mas demandaria especificidade de produção e consumo. Apesar da atual tecnologia de satélites estar bastante desenvolvida, ainda não se consegue o “mapa industrial”, descartável, e de uso de massa.

A produção do mapa ainda é trabalho, em grande medida, artesanal, como produção e como comunicação. O mais recente progresso adveio dos usos da fotografia aérea vertical, através da aerofotogrametria e, em Geografia, da aerofotogeografia.

Mas, o mapa é apenas um meio.

#### *Informação e Comunicação*

Existe um *know-how* geográfico?

É difícil responder.

O mapa, a carta, o cartograma etc. não são especificidade do conhecimento em Geografia. Na verdade, são elementos da Cartografia e, por isso, costuma-se falar em cartografia geográfica.

Além disso, o gráfico e a tabela não são também especificidades da Geografia.

Há, no entanto, a possibilidade de construção de indicadores. Eles seriam o modo do geógrafo aferir os fenômenos e, com isso, apresentar informações *úteis*, quer dizer, suscetíveis de serem transformadas em orientação de decisões.

Os projetos dos pós-graduandos, vistos anteriormente, apresentam muito conhecimento especia-

lizado, mas nem sempre expresso na forma de indicadores. Mas, não é difícil desenvolvê-lo nessa direção.

O geógrafo consegue desenvolver o conhecimento singular do território, embora descritivo. Faz também reconstruções históricas do espaço.

O problema é que o objeto do trabalho do geógrafo não se encontra bem definido. Ele sabe o que estuda; mas, não está ainda preparado para lidar com os resultados, tendo em vista sua utilização por uma empresa pública ou privada. Em outras palavras: não é o sistema econômico que define o que o geógrafo deve fazer, mas é, em grande medida, ele que escolhe seu assunto.

Então, o geógrafo consegue informação e comunicação cultural e científica; mas, a tecnologia que conhece e utiliza nem sempre está de acordo com os interesses imediatos ou mediatos do mercado (num sentido amplo).

Será apenas uma questão do estágio em que se encontra o assunto?

#### *Da Forma à Função*

O geógrafo sabe o que é um plano.

O geógrafo sabe o que é um projeto.

Mas, nos dois casos, como saber desinteressado...

Mesmo quando realizado em um órgão público de planejamento.

Não há, sobre a geógrafo, a atuação de uma pressão utilitária, semelhante a que se exerce sobre o contador, o caixa, o escriturário, a secretária (de uma parte) — e, o economista, o sociólogo, o psicólogo, o estatístico, o químico, o engenheiro, o advogado, o médico (de outra parte) — na empresa

privada, e, em parte, em algumas unidades de poder público federais ou estaduais, atualmente.

Dizer isto é o mesmo que afirmar que o geógrafo ainda não tem desenvolvida uma consciência profissional.

Alguns geógrafos já passaram ou estão passando por uma experiência do tipo a que se faz referência acima. Nesse caso, eles levam à sala de aula essa experiência. Então, há preocupação com a forma — não apenas no sentido de *paisagem* — e com a função — não apenas no sentido, por exemplo, das análises urbanas.

## O GEÓGRAFO E A EMPRÊSA PÚBLICA

O problema atual do Estado é o Plano, de tal modo que, fazer parte do Estado é, necessariamente, compartilhar da ideologia do plano, numa forma autoritária, ou numa forma democrática.

O modo de existência do planejamento é o projeto. “O Estado Tecnoburocrático-capitalista Dependente não é apenas o Estado do planejamento, mas também o Estado dos projetos. Qualquer empreendimento que necessite um incentivo fiscal ou um financiamento subsidiado necessita de um projeto. Estes projetos são muitas vezes formais. Pouca relação tem com o que irá efetivamente executado, mas não importa. Sem a apresentação de projetos, para a elaboração dos quais constituem uma infinidade de empresas, algumas das quais gigantes, nada se faz. O projeto é ao mesmo tempo uma necessidade técnica, um instrumento essencial do planejamento e uma formalidade burocrática. Em qualquer hipótese, torna-se uma realidade onipresente para as grandes empresas em seu relacionamento com o Estado planejador”. (Pereira, 1981: 116). As empresas referidas acima são



“aparelhos estatais de planejamento: ministérios de planejamento, secretarias de planejamento, institutos de planejamentos, grupos de planejamentos, bancos de desenvolvimento, empresas de planejamento, coordenadoria de planejamento. Estes aparelhos de planejamento dedicam-se não apenas ao planejamento nacional, mas também ao planejamento regional, ao planejamento provincial, ao planejamento municipal, ao planejamento urbano, ao planejamento interno dos ministérios e demais órgãos governamentais, ao planejamento setorial da educação, da saúde, da previdência, da segurança, dos transportes, da energia, do desenvolvimento tecnológico, da agricultura, da indústria, do comércio, da produção açucareira, da produção do trigo, da indústria siderúrgica, do abastecimento, e assim por diante”. (Pereira, 1981: 117).

### *O Projeto Público*

A legitimidade da tecnoburocracia deriva do pressuposto de que monopoliza a competência técnica e organizacional.” (Pereira, 1981: 154). O projeto deve ser a explicitação disso.

Muitos dos projetos dos pós-graduandos, vistos anteriormente, tendem a existir como subsídios viáveis à elaboração do plano e de projetos específicos públicos.

Não obstante, há a pesquisa, que se realiza no órgão público de planejamento, e que é o modo de existência desse órgão. Ela obedece a um critério de objetividade que diz respeito à maior eficácia possível na relação insumo-produto.

A pesquisa é sub-produto do projeto, ou trabalho prévio de suporte do mesmo. Por sua vez, o projeto depende das diretrizes do plano.

Em situação de poder autoritário o projeto público nasce no interior do órgão de planejamento, sem consulta à população.

O planejamento democrático implica em que o projeto nasça através da representação política da população.

Contudo, o planejamento autoritário, ou democrático, não modifica fundamentalmente a natureza das determinações objetivas e subjetivas que promovem e demandam o projeto público. Antes, é o estágio em que se encontra a sociedade, que vai interferir grandemente nas diretrizes do plano, assim como no modo de efetivá-lo.

### *Decisão Técnica e Decisão Política*

O geógrafo profissional, na empresa pública, é alguém que será continuamente chamado a tomar decisões técnicas e decisões políticas. As primeiras, implicam na definição de critérios impessoais de desempenho de funções-meio e funções-fins. As segundas, implicam na definição de critérios alternativos, tendo em vista coalisões, consensos, resultados de votações etc. Haverá sempre dificuldade em conseguir eficácia para a decisão política e em conseguir flexibilidade à decisão técnica, assim como decidir sobre ambas.

De qualquer modo, decisões técnicas e decisões políticas ocorrem no interior do plano e fazem, mesmo, parte da lógica deste.

## **O GEÓGRAFO E A EMPRESA PRIVADA**

A diferença básica entre a empresa pública e a empresa privada é que, na primeira, o capital apresenta-se sob a forma de *capital-público*, enquanto na segunda, esse capital é um *capital-privado*. Isto significa que há uma identidade grande entre as empresas públicas, na medida em que o mesmo capital público existe parceladamente em cada uma delas na forma dos orçamentos e verbas disponíveis, não necessariamente conflitantes, enquanto riqueza

a investir ou a destinar como gasto público. O Estado é, então, o detentor do capital-público, a ser manipulado pelo governo, através das forças nele existentes ou representadas. Na empresa privada é diferente: o capital-privado é único para cada uma, como parcelas do mercado que cada uma detém. É a situação de mercado que explicita a diferença. Assim, se o Estado pode apresentar aspectos de irracionalidade econômica, a empresa privada tem que operar com o sentido permanente da maior eficácia possível, mesmo que apenas em termos racionais nominais (planejamento do erro).

#### *O Espaço de Decisão de 'Marketing'*

Embora a empresa privada constantemente se queixe da irracionalidade econômica com que opera o Estado (burocracia, incompetência, desorganização etc.), ela própria só pode existir e operar se resolver esses problemas, inerentes às grandes organizações contemporâneas. Então, também ela desempenhará suas funções de acordo com critérios de racionalização compatíveis com a situação da sociedade e país onde existe. No entanto, a empresa privada tem uma determinação de comportamento diferente da empresa pública: ela deve ser rentável, ou seja, ter lucro. Por isso, o departamento de 'marketing' é a principal sub-unidade interna da empresa privada. É ele, em última instância, que determina as decisões. Então, é ele que determina também os objetivos dos projetos, particularmente no caso da indústria.

#### *O Projeto Privado*

O projeto privado é diferente do projeto público, embora os dois profissionais, responsáveis por um e outro, possam trabalhar com uma lógica geral semelhante.

O que ocorre na empresa? "Um projetista não produz, usualmente, os bens e serviços que satisfa-

zem de imediato às necessidades de um consumidor. Mais comumente, ele produz o modelo que é utilizado como referência para a reprodução de um determinado bem ou serviço, tantas vezes quantas sejam necessárias. Um projeto pode ser de um desenho, um papel de parede, ou de um vestido, no mundo da moda. Se o produtor acredita que um número suficiente de fregueses ficará satisfeito com réplicas, então pode-se prosseguir com a produção dos bens e serviços projetados. No decorrer da produção, um erro causado pelo produtor, na fabricação de qualquer réplica, pode redundar na rejeição da mesma; por outro lado, um erro cometido num projeto, e repetido na produção, pode acarretar um fracasso econômico de grandes proporções. A responsabilidade do projetista é, portanto, muito grande". (Asimow, 1968: 9).

#### *Decisão Técnica e Decisão Econômica*

Na empresa privada o geógrafo profissional, responsável, ou coresponsável, por um projeto, será chamado a tomar decisões técnicas e decisões econômicas. Por decisões técnicas deve entender-se as relativas aos aspectos do produto que dizem respeito à funcionalidade; por decisões econômicas deve entender-se as relativas aos aspectos do produto relacionados ao menor custo unitário possível, em relação à maior capacidade possível do mercado em consumi-lo.

## EM BUSCA DE UMA DEFINIÇÃO

Após a regulamentação da profissão de geógrafo, ocorrida no ano de 1980, o problema da definição do desempenho profissional começou a tornar-se importante, refletindo-se em iniciativas acadêmicas de mudanças de currículo. O Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, durante o ano de 1982, discutiu duas propostas (acompanhadas de emendas e justificativas) de al-

teração curricular, que implicam em questões de formação do geógrafo, em reivindicações relacionadas a trabalho e em problemas de natureza ideológica.

### *Propostas de Formação*

Uma proposta, a primeira a surgir, definiu-se em torno de dois pontos: a) "Respeito à concepção dominante no Departamento de Geografia, da Geografia como ciência humana e una, procurando entretanto através de um sistema flexível e amplo de disciplinas optativas possibilitar ênfase nos diferentes ramos da Geografia;" e, b), "Preocupação em não separar os cursos de bacharelado e licenciatura, já que a criação de dois currículos, prejudicaria o caráter humanístico e crítico das duas formações, além de restringir as opções do ponto de vista profissional". Esta proposta entende o geógrafo como alguém que deve ter o estatuto de uma preparação de nível superior, voltada a uma firme incidência em teoria e método. (Seabra, 1981).

A outra proposta, de caráter pragmático, justifica-se pelos seguintes considerandos: "1. que todo curso universitário tem, antes de mais nada, um papel social a cumprir; 2. que para cumprí-lo de forma satisfatória não terá, necessariamente, a nível de graduação, de procurar esgotar cada assunto de que se trate, mas antes, e sobretudo, de dar ao aluno bases seguras para o autoaperfeiçoamento constante e permanente, através, entre outras coisas, de a) orientação para aprender a estudar; b) formação de espírito crítico e objetivo; c) consciência de responsabilidade social; d) conhecimento bibliográfico e de fontes de informações gerais e específicas; e) objetividade científica e profissional; f) orientação para a escolha e desempenho de atividade profissional, e desenvolvimento de atitude compatível; g) instrumentação científica e técnica para a capacitação profissional; 3. que no caso específico do curso de Geografia deve haver a preocupação com a formação de professores, de técnicos

e de pesquisadores científicos, e, de maneira geral, com a ilustração cultural: 4. que a Ciência Geográfica, pelo seu próprio desenvolvimento, pelo seu instrumento teórico, metodológico e técnico, permite uma visão abrangente da interação sociedade-natureza, e nisto reside uma nada desprezível oportunidade de desempenho no desenvolvimento da sociedade (quaisquer que sejam os aspectos políticos-ideológicos levados em conta); 5. que essa abrangência de visão não dispensa a especialização relativa a este ou aquele objeto de interesse, e vice-versa; 6. que tanto o ensino como a pesquisa e a aplicação do conhecimento geográfico, sejam desenvolvidos pelos formados em Geografia ou não, têm papel de importância no desenvolvimento social; 7. que o nível de formação e interesses dos alunos que ingressam no Curso têm, em média, deixado muito a desejar; 8. o tipo de problemas que os egressos deste Departamento têm encontrado, a) no exercício do magistério; b) no desempenho de atividades técnicas; c) no desenvolvimento de trabalhos de pós-graduação; 9. as deficiências apresentadas pelos alunos, não só no início do curso, mas também no seu decorrer, relativas, principalmente, às dificuldades de apreensão, fixação de interesse, e de expressão oral ou escrita; 10. a divisão do trabalho científico e didático, e a necessária relação interdisciplinar, intra e extra-departamental, para um melhor entendimento da realidade; 11. as características sócio-econômicas do corpo discente e suas correspondentes necessidades e disponibilidades; 12. a caracterização geral de vivência e comportamento do universitário médio, atualmente; 13. as disposições superiores existentes, na legislação governamental e no conjunto de objetivos e normas da USP". (Marangoni, 1982).

As duas propostas refletem não só a conjuntura atual, mas também concepções diferentes de formação do geógrafo, num sentido mais amplo.

### *Reivindicações de Trabalho*

A primeira proposta (Seabra, 1981) parece ter um caráter mais clássico do que a segunda, uma

vez que dá ênfase ao preparo cultural, determinante do preparo técnico. A outra proposta (Marangoni, 1982), enfatiza a técnica, como determinante da definição de cultura e, mesmo, de ciência.

Nesse caso, cada uma delas remete a modalidades diferentes de desempenho profissional, na empresa pública e na empresa privada.

Não se trata de encontrar uma posição intermediária entre as duas, mas de tomar, talvez, o preparo para pesquisa como o parâmetro atual mais adequado à definição do geógrafo profissional.

Provavelmente, as situações concretas de trabalho influenciarão no desenho final da profissão muito mais do que está realmente contido nas duas propostas.

#### *Perspectivas Ideológicas*

Até agora o geógrafo, enquanto principalmente um professor — do ensino público ou do ensino

privado — mas também como um técnico do planejamento, teve suas perspectivas ideológicas iniciais, em grande medida definidas pela natureza do ambiente ideológico onde formou-se, ou seja, a Universidade. No caso da USP essa perspectiva ideológica identifica-se com preocupações sociais e políticas referidas diversamente à democracia, ao socialismo, ao progresso, ao desenvolvimento, aos pobres, aos oprimidos, aos trabalhadores, à classe operária, aos camponeses etc.

É possível que a definição profissional provoque, entre os geógrafos, o que já ocorreu há muito tempo entre os médicos, os engenheiros, os advogados etc., ou seja — o que já ocorre com os economistas, sociólogos, psicólogos etc. — uma separação entre técnica e cultura e, portanto, entre o fazer e o pensar, de tal modo que se desenvolvam duas formas de luta específicas: a luta profissional (associações, sindicatos etc.) e a luta ideológica. Nos dois casos, isso repercutirá sobre a própria formação do geógrafo profissional.

## BIBLIOGRAFIA CITADA

- 01 — Asimow, M. (1968) “Capítulo 1. Uma Filosofia do Projeto de Engenharia” in Introdução ao Projeto de Engenharia, tradução de José Walderley Coêlho Dias, Editora Mestre Jou, São Paulo.
- 02 — Departamento de Geografia (1974) Pós-Graduação. Guia, FFLCH da USP e IGEOG, São Paulo.
- 03 — Departamento de Geografia (1978) Pós-Graduação. Guia, Geografia Física, 2: FFLCH da USP e IGEOG, São Paulo.
- 04 — Dorfles, G. (1978) O Design Industrial e sua Estética Tradução de Wanda Ramos, Editora Presença, Portugal, Livraria Martins Fontes, Brasil.
- 05 — Marangoni, A.M.M.C. (1972) Distribuição Semestral de Disciplinas. Proposta de Alteração Curricular, DG da FFLCH da USP, São Paulo.
- 06 — Paviani, A. (1982) “The Geographer’s Professional Skills: Problems and Perspectives” in IGU, Latin American Regional Conference, Vo. II Simpósio e Mesas Redondas, 2. Mesa redonda — A Capacitação Profissional do Geógrafo, IBGE, Rio de Janeiro.
- 07 — Pereira, L.C.B. (1981) “O Estado Planejador” in Estado e Subdesenvolvimento Industrializado. Esboço de uma Economia Política Periférica, Editora Brasileira, 2ª edição, São Paulo.
- 08 — Seabra, M.F.G. (1981) Distribuição Semestral das Disciplinas. Proposta Curricular, DG da FFLCH da USP, São Paulo.
- 09 — Silva, A.C. da (1975/82) Orientação em Pós-Graduação. Qualificação de Projetos de Mestrado e Doutorado, DG da FFLCH da USP, São Paulo.
- 10 — Telesp (1982) Comércio, Indústria, Profissões, Serviços. Lista Telefônica Telesp 105, Páginas Amarelas, Editora de Guias LTB S.A., São Paulo.
- 11 — Trotski, L. (1981) “Cultura e Socialismo” in Trotski. Política, Editora Ática S.A., tradução de Monique Faleck, São Paulo.