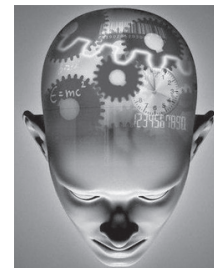


Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ



Editorial

Maria Cláudia de Chiara Pismel
Psicóloga, Mestre em Psicologia pela UEM

A instalação e vigência do sistema neoliberal-sociedade de consumo trouxeram consequências a nível social e subjetivo. A sociedade passou a organizar-se em torno da mercadoria. De maneira mais objetiva observa-se na sociedade de consumo a primazia do mercado, cujas determinações acabaram por transformar a necessidade, em necessidade de consumir.

O filósofo Adorno, na década de 50, afirmava a criação da necessidade de consumir por meio da atuação de mecanismos sócio-ideológicos amplamente divulgados pelos meios de comunicação e que culminaria por transformar os indivíduos em massa padronizada de consumidores. Seguindo suas indicações nos indagamos: ora, se a sociedade de consumo atual encontra-se organizada em torno da primazia do mercado e do consumo, como poderíamos pensar a subjetividade? Estaria a mesma atravessada pelas insígnias do consumo? Certos estamos de que a subjetividade vem passando por transformações. É nesta perspectiva que as produções em psicologia parecem apontar, compreendendo a subjetividade na intersecção entre o processo histórico econômico político e social e o discurso social, que entrementes demarcam a existência social a qual o indivíduo é chamado a constituir-se como pessoa. Embasados nestas produções, os profissionais da psicologia e da psicanálise tem encontrado respaldo para tratar dos sofrimentos psíquicos da atualidade.

Nesta edição do Jornal Psicologia em Foco são apresentados artigos de temáticas variadas e valiosas reflexões em torno da sociedade/cultura de consumo que ampliam o estudo, como também, permitem pensar a atuação clínica na atualidade. Convido o leitor a participar desta via de conhecimento, permeando a “felicidade”, refletindo sobre a “beleza”, caminhamos em direção ao “ser”, mesmo que tenhamos que passar pelas “sombras” para “desenvolver a pessoa/coachee”.

Nesta Edição

PSICOLOGIA EM DEBATE

O (des) brincar na cultura do consumo: um olhar sobre o brincar na cultura contemporânea a partir de Leontiev

Geovani Antonio Secchi; Dra. Regina Perez Christofolli Abeche
página.....02

O efeito sombra - Maria Cristina Recco

página.....03

Quem ser? Eis a questão: o narcisismo na atualidade

página.....04

Uma reflexão sobre a verdadeira beleza - Fernanda Rossi

página.....05

Felicidade: como encontrá-la? - Helen Messias Guzmán

página.....07

VOCÊ SABIA?

Quais as diferenças entre psicanálise e Psicoterapias? - Roberto Martins Peado

página.....07

CONEXÕES

O que é coaching? - Tatiana Martinhago

página.....08

A opinião do coachee é o que importa - Renan Freitas

página.....08

DICAS DE LEITURA

página.....09

CINEMA E PSICOLOGIA

página.....09

CHARGES E CHISTES

página.....09

AGENDA CULTURAL

página.....10



Contato

jornalpsicologiaemfoco@hotmail.com ou 9985-9839

EDITOR: Vinícius Romagnolli R. Gomes (CRP 08/16521)

COLABORADORES: Cintia Ciceri; Germano Brites; João Marques; Livia Ruiz; Larissa Damian; Mayara Coutinho; Raquel Abeche; Renata Boff; Rafaela Bertipalha; Roseane Pracz; Thaila Esquiente; Thais Rocco.

CONSELHO EDITORIAL: Diogo A. Valim; Gilcinéia Rose dos Santos; Marcelo M. Khoury; Roberto Martins Prado.

IMPRESSÃO E ARTE: Gráfica Visual



Visite nosso
Blog

jornalpsicologiaemfoco.blogspot.com



NECPAR

Núcleo de Educação Continuada do Paraná

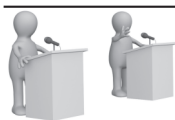
- Psicanálise: Teoria e Clínica - nova turma em Agosto de 2011
- Pós-graduação em Psicoterapia Cognitivo-Comportamental e
Análise do Comportamento: início em Abril de 2011 - Últimas vagas

INSCRIÇÕES ONLINE ABERTAS

Inscrições: www.necpar.com - Informações: (44) 3031-7182

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ



Psicologia em Debate

O (DES) BRINCAR NA CULTURA DO CONSUMO:

Um olhar sobre o brincar na cultura contemporânea a partir de Leontiev

Jovani Antonio Secchi*; Dra. Regina Perez Christofolli
Abeche**

Esse texto é fruto de uma especialização em Teoria Histórico-Cultural pela Universidade Estadual de Maringá- UEM. Analisa o documentário “Criança, a alma do negócio”, a partir de um valor disseminado pela cultura contemporânea: o consumo. Tem como referencial teórico Leontiev, autor este que se fundamenta na teoria do marxismo. Para tanto, apresenta os principais conceitos da teoria de Leontiev acerca do desenvolvimento do psiquismo. Em sequência aborda sobre a cultura contemporânea e um de seus principais valores: o consumo, a partir da perspectiva dos autores Z. Bauman e D. R. Dufour. E, por fim, descreve de forma sucinta, o documentário “Criança, a Alma do Negócio”, seguido de uma análise.

Para Leontiev (2004), há diferenças significativas entre os conceitos de atividade, ação e operação. Na *atividade* o motivo coincide com o objetivo da realização daquela ação, e mais, ela é responsável pelas principais mudanças nos processos psíquicos da criança; já na *ação* o motivo não coincide com o objetivo, consiste em um fim imediato, a ação surge e se realiza. E, a *operação*, consiste no modo de execução de uma ação. No entanto, há uma relação entre eles, ao se estimular há uma transformação/mudança de um para o outro, ou seja, ao se transferir o motivo da atividade para a ação, e da ação para uma nova forma de operação, cria-se uma nova atividade, que irá possibilitar o desenvolvimento psíquico e, conseqüentemente, a mudança de estágio da criança.

Já, em relação à cultura contemporânea, para Dufour (2001, p.2), o que a caracteriza é a falta de um “enunciador coletivo”, de um “em nome de”, que sirva de parâmetro/referência. Com isso, tem-se um sujeito obrigado a se constituir por si próprio, sem referenciais para legitimar e orientar suas escolhas. Nesse contexto, o consumismo tem sido disseminado como um dos principais valores. De acordo com Bauman (2001), o objetivo do Mercado vigente consiste em transformar o indivíduo em um eterno consumidor, alienando-o de sua capacidade de refletir sobre o objetivo e objeto de seu consumo. Além disso, a mercadoria tem de ser renovada constantemente, a fim de torná-la em um inesgotável atrativo ao consumidor. Por fim, o autor expõe que o consumo não está voltado para a satisfação das necessidades

físicas, mas sim para uma apropriação da imagem representada no produto, fazendo com que o consumo seja alimentado por ilusões de um desejo já capturado pelo mercado.

Em decorrência desse cenário, de acordo com Abeche (2010) uma subjetividade possível de ser construída é aquela que já se encontra capturada em sua interioridade, ou seja, o que pertence à narrativa pessoal encontra-se desvalorizado. Isso ocorre em decorrência de todos os discursos de legitimação, que são transmitidos pelas gerações anteriores e que passariam por um crivo para discernir e decidir sobre mudanças, terem sido capturados pelos ditames da sociedade do consumo e do espetáculo.

O documentário “Criança, a alma do negócio”, produzido por Maria Farinha, Marcos Nisti, Estela Renner, aborda a acerca da transformação das crianças em consumidoras. Mostra claramente o quanto que a mídia, de forma insistente, age sobre a mente das crianças a fim de implantar o desejo do consumo. Além disso, fica claro, nas falas do vídeo, a manipulação realizada nas crianças, para transformá-las em consumidoras, ao mesmo tempo em que consiste também em uma forma estratégica com o escopo de obrigar os pais a comprarem/consumirem os produtos das propagandas.



O que se constata no documentário, é que a **brincadeira acaba por ser suplantada pelo consumir**, portanto, não se teria mais o brincar que proporcionaria a dialética entre operação, ação e atividade. Logo, o consumo teria como seu fim maior a própria condição de apropriar-se da imagem representada no produto. Destarte, o consumo pode ser entendido como uma ação, pois, na ação, o motivo não coincide com o objetivo da realização daquele ato; assim a finalidade de se consumir equivale a apropriar-se da imagem que está representada no produto, ou seja, um objetivo imediato.

O que move a ação de consumir é a ideologia de que, ao tomar posse de um determinado objeto (qualquer objeto), o indivíduo estaria se apropriando de algo que lhe daria a condição de completude, tendo a ilusão de que, ao adquirir um produto, se satisfaria de forma plena em seus desejos. No entanto, como a sensação de completude não ocorre, após apropriar-se do objeto da

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ

propaganda, o consumidor percebe que o produto adquirido não foi suficiente para aplacar seus anseios. Assim, o indivíduo volta a consumir na esperança de que, na próxima aquisição, terá a tão almejada sensação de completude. Cria-se, assim, a partir dessa ideologia, um indivíduo desejoso para comprar; desse modo, estabelece-se o consumismo como uma ação, pois o motivo que lhe move para o consumo não vai estar no objeto consumido, com isso, o consumidor jamais conseguirá alcançá-lo.

Portanto, o consumo, como representado nas falas do documentário, não pode ser considerado uma atividade, pois não tem um fim em si mesmo, ou seja, o motivo não coincide com o objetivo da realização daquela ação. Além do mais, pelo consumismo, exclui-se a dialética entre ação, atividade e operação, pois não há uma transferência de motivo da atividade, o qual permita transformar o motivo da ação; portanto, não se estabelece uma nova atividade. É justamente pelo fato de o consumismo excluir o processo dialético, o qual permitiria o desenvolvimento psíquico do sujeito, que a mídia tem transformado o ato de consumir na mais nova brincadeira de crianças, ou seja, para a contemporaneidade, a brincadeira infantil se resume em consumir.

O que se constata no documentário é que, a partir dessa transformação do consumo em brincadeira de criança, exclui-se, em grande parte a presença do educador, isto é, os infantes passam a ser detentores de um conhecimento que se resume aos produtos a serem consumidos. Assim, com a exclusão do educador, a mediação, por meio da qual novas regras seriam apresentadas a criança, possibilitando o desenvolvimento do seu psiquismo e, conseqüentemente, o avanço de estágio, não aconteceria.

O valor que predomina, no universo da criança, nessa contemporânea sociedade do consumo consiste em que a apropriação do produto torna-se a forma prevalente de a criança poder se diferenciar dos outros e construir sua subjetividade/singularidade. Para isso, não se permite que se pense, reflita sobre a atual situação e, para manter essa condição, tudo é dado de forma pronta e acabada, como se esta realidade não fosse construída. Sendo assim, tais condições não promovem um desenvolvimento a contento do psiquismo e, tão pouco, ocorreria uma adequada mudança nos estágios do desenvolvimento da criança, o que possibilitaria a sua construção subjetiva.

Dai a importância do indivíduo conhecer o seu passado, o seu

significado, para saber a sua contribuição na construção da sua singularidade, do seu desejo, para se desalienar do desejo do outro, do outro hoje representado não mais pelos familiares, pela tradição, mas deste outro representado pelo deus Mercado também guardião do cárcere no qual os desejos capturados estão aprisionados. O passado, o presente não questionado, não recordado e não elaborado se torna fonte sofrimento e de comportamentos muitas vezes indesejados.

Na atualidade percebe-se que este passado negado, não levado em consideração, digno somente do esquecimento torna o ser humano aberto para repetir e reproduzir uma série de comportamentos não desejáveis, fontes de sofrimento.

Para saber mais:

ABECHE, Regina Perez Christofolli. A que resistir? E o que criar? Reflexões sobre a (des) construção das subjetividades na contemporaneidade. In: BONAMIGO, I. S.;

BAUMAN, Z. O mal-estar na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

LEONTIEV, Aléxis. O Desenvolvimento do Psiquismo. 2ª. ed. São Paulo: Centauro, 2004.

O "EFEITO SOMBRA"

*Maria Cristina Recco**

Em algum momento da vida, nos vemos em busca de algo que não sabemos exatamente o que é, mas sabemos que é nosso...sabemos quando algum detalhe que encontramos faz parte desta busca, seja numa conversa, um filme, em um livro, um momento espiritual, uma reflexão, sonho, cursos, ou principalmente, em um encontro analítico...é algo que tem a ver conosco mesmo. Este é um princípio de luz onde através dele, tentamos conhecer a nossa alma. Porém, onde tem luz também tem sombra. Conhecer a alma, também supõe conhecer nossos aspectos sombrios ou obscuros da nossa psique e, uma vez que alguém ouve falar da sombra, já não pode mais negar sua existência. Todos nós somos atacados por nossos próprios impulsos sombrios em nossas mentes ou em nossos atos. Somos possuídos por aspectos negativos da nossa alma, uma vez que todo bem e todo mal perfazem a natureza humana.

RE VIVER
Psicoterapia

Maria Cristina Recco
Psicóloga Junguiana
CRP 08/1453

FONE 3028-4828

crisrecco@gmail.com

RUA NÉO ALVES MARTINS, 3176 - SL. 72 - 7º ANDAR - MARINGÁ

Ató
analítico
Clínica e Transmissão de Psicanálise

Marta Dalla Torre
CRP 08/0404
Valéria Codato A. Silva
CRP 8/02563

Psicanálise de crianças, adolescentes e adultos
Descontos especiais para acadêmicos do Cesumar

Av. Independência, 258 - Sala 408 - Maringá - PR - Fone (44) 32254561

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ

Em busca dessa alma como um todo e de encontrar o sentido da vida, caminhamos para nossa interioridade, experimentando conhecimentos inéditos.

O Efeito Sombra é título de um livro de Deepack Chopra (recomendo que corram às livrarias, já li e indiquei a vários pacientes), e também já é filme, que entrará em cartaz brevemente nos cinemas. Ele retrata ricamente, através de exemplos, sobre o conceito junguiano de sombra. Na análise da estrutura psíquica, deparamos com vários arquétipos (registros do inconsciente coletivo, referente a imagens arcaicas típicas ou primordiais), entre eles, a sombra. A sombra refere-se a conteúdos reprimidos como frustrações, omissões, vergonhas, medos, que guardados, tomaram dentro de nós formas negativas e potencializaram---se, sendo refletidos em nossos comportamentos, como atos indevidos ou com proporções indevidas. São as compulsões, “defeitos de caráter”, tidos como comportamentos doentios, que atuam internamente, através de impulsos sem freios, sem limites, sem equilíbrio. E que tantos estragos causam na vida. Agressões, estupidez, atos invasivos, desrespeito a alguém ou a natureza... desde graus leves aos mais altos. Um moralismo hipócrita é carregado de sombras profundas... o marido que fica vendo pornografia enquanto a esposa prepara o jantar, é sombra; as cadeias estão cheias de histórias onde a sombra atuou e a pessoa cometeu um crime. A sombra é escura e misteriosa. E pode ser perigosa. É tudo o que de nós procuramos esconder... artimanhas, estratégias, jogos de relacionamento, tudo o que tenta mostrar o que se deseja que seja visto, em detrimento de que a verdadeira intenção apareça. Ali também está a sombra. O perigo maior está em ignorá-la. Não se pode lutar com a sombra, mas sobre ela pode-se jogar luz. Aí está um grande desafio, confrontar nossos aspectos sombrios e torná-los luz internamente. A consciência do que somos nos humaniza; nos desenvolve. Integrar a sombra é ficar um pouco mais inteiro, encontrar nosso elo perdido... afinal, só podemos crescer para o lado que ainda não foi desenvolvido.

*Maria Cristina Recco é psicoterapeuta junguiana (CRP 08/1453)

QUEM SER? EIS A QUESTÃO: O NARCISISMO NA ATUALIDADE

Rosane Uchikawa*

“*Ser ou não ser, eis a questão*”, já não representa o conflito existencial do ser humano contemporâneo. Parodiando a célebre frase de Hamlet, a grande pergunta, que não quer calar, na atualidade é “*Quem ser, eis a questão*”.

A todo instante recebemos estímulos. A mídia e a sociedade em geral se encarregam de construir novos modelos, estereótipos, exemplos de sucesso. Ditam o que se deve ou não consumir, como se deve vestir, receitas para a felicidade, entre outros. Todo este bombardeio de fantasias e

sonhos de consumo traz mudanças comportamentais para o sujeito, promove um estreitamento na capacidade de refletir e o que impera é o mandamento de gozar, a gratificação está no consumo imediato e descartável.

E, nessa ciranda, de desejo, gozo e aceitação, o sujeito entra freneticamente na tentativa de enquadrar-se à padrões de aceitação social, culminando no distanciamento, cada vez maior, do seu self real rumo a um self ideal e, é justamente a distancia que se dá entre ideal e real, a geradora dos distúrbios psíquicos.

Vivemos num mundo onde a beleza é associada ao poder, onde tudo que é bonito é tido como de valor, o que é belo enche os olhos, nos atinge, em cheio, naquilo que nos é de mais primitivo: o objeto de desejo. Um “ideal” nos persegue, desenfreadamente a busca da imagem idealizada acontece, em troca de um reconhecimento e de uma aceitação do “outro”. O sujeito então, não se reconhece em si, mas sim, diante de uma imagem construída e convencionalizada como sendo a melhor, a perfeita e a mais aceitável. A imagem pela qual acredita que será amado e terá as atenções voltadas para si.



Todo esse investimento das pulsões no “eu” tem por efeito, a transformação do desejo pelo objeto, no desejo pelo “eu”, ou seja, o “eu” se torna seu próprio objeto de desejo. Zimerman (1999), nos alerta que, na atualidade, é imprescindível que o analista, esteja devidamente preparado para entender a patologia e a normalidade do narcisismo, uma vez que exerce influências preciosas na estruturação edípica e vice versa. Ele advoga então, que qualquer que seja o arranjo da constelação edípica, ela sempre se organiza a partir de uma prévia posição narcisística, ancorada em “sua majestade: o bebê”, parafraseando Freud.

Na Posição Narcísica, o indivíduo já adulto, busca constituir uma forma de assegurar e perpetuar a simbiose materna primitiva, de forma fusionada e indiscriminada. Há uma busca de completude do prazer, de escala de valores centradas no ego ideal, jogos de constantes comparações e identificações defeituosas, entre outras características. Esta posição, em maior ou menor grau, é sintoma, da forma com que se deu a relação do bebê com a mãe, nos estágios iniciais de sua formação psicosssexual.

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ

Numa relação mãe/bebe, onde há falhas na continência, existe o risco de gerar no bebê a angústia de desamparo que ameaça sua primitiva organização egóica, por ainda não ter estrutura para aplacar a potência desorganizadora do Id. Essa memória de sentimentos experimentados pelo bebê e que poderá dar origem aos transtornos narcisistas, estará presente em maior ou menor grau em sua mente, interagindo de uma forma ou de outra, nas relações que este estabelecer ao longo de sua vida.

Na impossibilidade de alcançar a completude do prazer narcísico, vazios existenciais dolorosos são formados e o sujeito vê-se impulsionado a buscar objetos que possam preencher-lo, na tentativa de aplacar a angústia. Como vimos no início deste artigo, o leque de objetos oferecidos como ideais, com a promessa de tamponar qualquer vazio existencial com toda eficácia, é imenso. São drogas, silicoes, carros potentes, cartões de crédito e até outro ser humano. Tudo isso podendo ser consumido ao mesmo tempo com a mesma voracidade que poderá ser igualmente descartado.

Com tanta oferta e, na fuga desesperada para evitar o sofrimento, o sujeito vai se perdendo cada vez mais de si. Nessa busca de “completar a incompletude” com o externo, distancia-se cada vez mais do seu interior. A nós, profissionais da área psi, resta a difícil e árdua tarefa de dar conta de queixas que nos chegam diariamente em nossos consultórios, relativas à questões como: “Quem sou eu de fato?” ou “Quero me descobrir...” ou ainda “Já não sei mais quem eu sou.....”.

Para tanto, há que se estar em constante busca pelo saber, dedicação absoluta, embasado no chamado tripé psicanalítico constituído pela teoria, supervisão e análise pessoal. Mas, acima de tudo, com espaço mental disponível, a fim de ser continente à esse ser humano que busca no tratamento o alívio para suas dores narcísicas.

* Rosane Uchikawa é psicóloga. (CRP: 08/15427)

UMA REFLEXÃO SOBRE A VERDADEIRA BELEZA

Fernanda Rossi*

Refletir sobre a beleza é um campo bastante amplo, pois há beleza em tudo: na natureza, nos animais, nos homens, na arquitetura, na ciência, na literatura e assim por diante. Esta reflexão se centrará na beleza humana. O que também não é tarefa fácil, tendo em vista, que se precisa levar em conta que a beleza depende de aspectos sociais, históricos, culturais e individuais. E está relacionado tanto a questões físicas quanto psicológicas. Mas então o que faz uma pessoa ser bela? Pode ir além do físico, ou acaba nele?

No aspecto social a beleza está ligada a um padrão aceitável a uma época, houve o belo como do obeso tão bem retratado nas pinturas de Botticelli, ou do corpo musculoso como das esculturas de Da Vinci, até chegar na magreza da moda tão bem representada por Kate Moss. Assim o conceito de beleza foi e irá se modificando ao longo da história. Havendo em cada época um modelo fortemente definido.

O que faz parte do aspecto histórico, que é fortemente determinado pelas questões econômicas. Aonde, contraditoriamente, a oferta de alimento vai à contra mão das formas corporais valorizadas. Quer dizer, em épocas nas quais há pouca oferta de alimentos, a imagem feminina acima do peso é que indica poder, enquanto que nos períodos de abundância de comida, como atualmente, o ser magro é o representante tanto de autodisciplina quanto sucesso (Liveira e Hutz, 2010).

Além do fato da beleza como diferença da maioria. Quando o imperativo de uma época era o trabalho braçal que gasta muita energia, ser obeso e de pele alva era o representante maior da superioridade e realeza. Com o advento da percepção de que a obesidade é perigosa para a saúde, ser magro se tornou o alvo da riqueza. Pois no século XX, com as pesquisas científicas a obesidade foi percebida como doença, classificada até mesmo pela Organização Mundial da Saúde. E estar magro significa pagar um preço por isso, que vão desde os cuidados com alimentação, passando pelos exercícios físicos até as cirurgias plásticas (Freitas, Lima, Costa e Lucena Filho, 2010). Algo nem um pouco barato. Há também a beleza cultural, no Japão, por exemplo, a pele bem clara é considerada a mais bonita, enquanto que aqui no Brasil é a pele bronzeada considerado o desejado. No Oriente, a Índia como representante maior, a maquiagem forte e bem marcada é o ápice do belo. Enquanto que na Europa a maquiagem discreta é



15 ANOS DESENVOLVENDO PESSOAS...

“A PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL CUIDANDO DA SAÚDE EMOCIONAL DAS ORGANIZAÇÕES”

- Projetos em Capacitação Profissional
- Avaliação de competências
- Atendimentos em Coaching Organizacional
- Treinamentos Comportamentais e Técnicos

www.ibrade.com.br
ibrade@ibrade.com.br
11 8567.0531
44 9972.5486
44 3262.2530

Diretoria: PROF ISLA GONÇALVES - Psicóloga Organizacional e do Trabalho
Especialista em Mudanças comportamentais nas organizações

Vinícius Romagnolli Rodrigues Gomes

Psicólogo CRP 08/16521

44 9985-9839 - viniciusromagnolli@hotmail.com

Roberto Martins Prado

Psicólogo CRP 08/16517

44 9901-3407 - robertopsicologia@hotmail.com



Psicologia Clínica
e Desenvolvimento
de Pessoas

Aspen Trade Center
Av. São Paulo, 172 - Sala 1321 - CEP 87013-040 - Maringá - Paraná

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ

considerada o ideal. Desta forma, dependendo de cada região a beleza e a forma de destacá-la também serão diferentes.

Quanto mais então no aspecto individual. Entra-se na idéia de que a “beleza depende dos olhos de quem vê”. O que é muito único para cada um. Há de se levar em conta que de acordo com a biologia evolutiva a beleza é resultado da união de simetria, harmonia e unidade, assim o belo é entendido por todos como sendo belo (Macedo e Sandoval, 2011). Como por exemplo, a imagem da rainha egípcia Nefertiti é, mesmo depois de 3000 anos, considerada ainda lindíssima. Então, o belo pode ser definido como igualmente admirado por todos. Contudo, uma pessoa pode se interessar e achar belíssima uma mulher que outra pessoa não acharia. Ou seja, há o belo considerado socialmente como real, e o belo que se destaca individualmente para cada um.

O que indica que a beleza vai além do constructo social. Há nele questões psicológicas do que cada pessoa desperta em nós, que podem ser os traços do rosto, o tipo de corpo, o olhar, o jeito de caminhar, o estilo, enfim, detalhes que fazem toda a diferença.

Por este aspecto a beleza deixa de ser apenas física para tornar-se parte da existência de cada um. Algo que se têm muito mais possibilidades de esculpir. Pois leva em conta outros atributos tais como a história de vida de cada um, a educação, a cultura, a autoestima, o jeito de ver a vida, o estilo, os cuidados consigo mesmo, enfim, uma variedade tão grande que torna cada um tão único e belo ao seu modo.

Num mundo tão voltado para o externo, pensar em beleza dentro desta visão pode parecer um contra-senso, mas quem sabe seja o único modo possível de encontrar satisfação. Pois o padrão de beleza vigente tem cobrado um alto preço principalmente das mulheres. Transtornos alimentares como bulimia e anorexia acontecendo cada vez mais cedo. Crianças mais preocupadas com o corpo do que o brincar (Oliveira e Hutz, 2010). O envelhecimento visto como negativo, inadequado, indesejado e que deve a todo custo ser evitado (Moreira e Nogueira, 2008). Como se isso fosse possível!

O tempo é implacável, ele chega e não pede licença! Por mais belo que o corpo seja, se a mente não for saudável não é suficiente para manter a chama de um relacionamento amoroso vivo, laços familiares reais e amizades duradouras.

Os aspectos psicológicos são os únicos que nos acompanham durante toda a vida e ao contrário do físico este pode ficar mais belo com o passar do tempo.

Como influenciá-lo então?

Primeiramente olhando para sua autoestima. Autoestima é

o juízo de valor que um indivíduo tem de si mesmo. Sua construção se inicia na mais tenra idade e influencia por toda a vida o relacionamento consigo mesmo e com as pessoas ao seu redor. Diante de desafios é este atributo emocional que possibilita confiança, força e determinação ou o contrário de tudo isto.

Uma avaliação rápida da autoestima pode ser feita com o tentar descrever 10 características suas positivas e dez negativas. Normalmente se esbarra em não saber o que escrever, principalmente nas positivas. É tão fácil e rápido se julgar, enxergar os defeitos. Até mesmo quando se recebe um elogio, poucas pessoas agradecem, a maior parte junto com o agradecimento vem uma justificativa. Por exemplo, ao elogio de “que linda sua blusa” vem a resposta “paguei tão barato” ou “é tão velha” e assim por diante.

O fortalecimento deste atributo está relacionado ao autoconhecimento. A saber, quem você é, do que é capaz, quais suas limitações e poder gostar de si neste completo. É ser tolerante consigo mesmo, se aceitar como é. Não significa fechar os olhos para os defeitos, mas se perdoar quando cometê-los. É sair da rodaviva de exigências e cobranças que o mundo faz – cuide da casa, dos filhos, do conjugue, da carreira, dos amigos, do corpo e esteja feliz o tempo todo – para entrar na realidade de que não é possível fazer tudo isto. Há que escolher o que é prioritário e nisto focar, deixar o restante para segundo plano e fazer no seu ritmo, no seu tempo. Ao colocar os compromissos nesta dimensão fica possível encontrar o prazer de viver. Pois os comportamentos deixam de ser mecânicos e necessários, para se tornarem escolhas.

Para saber mais:

LIVEIRA, Leticia Langlois; HUTZ, Cláudio Simon. **Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo.** *Psicol. estud.* [online]. 2010, vol.15, n.3, pp. 575-582. ISSN 1413-7372.

MOREIRA, Virgínia e NOGUEIRA, Fernanda Nícia Nunes. **Do indesejável ao inevitável: a experiência vivida do estigma de envelhecer na contemporaneidade.** *Psicol. USP* [online]. 2008, vol.19, n.1, pp. 59-79. ISSN 0103-6564.

MACEDO, Daniela e Sandoval, Gabriella. **O QI da beleza.** Revista veja. 12 de janeiro, 2011. Pg 79-85.

* Fernanda Rossi é psicóloga clínica de orientação Psicanalítica,



Arla Cristina Rocha Ribeiro

Crp - 08/14458 - Psicóloga

Fone 44 3029 2038 44 84337843

Centro Coml Paraná - Av. Tiradentes, 1008 - sl 1505



GRÁFICA EMBALAGENS
VISUAL

FORMULÁRIOS CONTÍNUOS

• NOTAS FISCAIS • RECEITUÁRIOS
• DUPLICATAS • FATURAS • RECIBOS
• CARNÊS • GUIA DE TRÂNSITO
• CONHECIMENTO DE TRANSPORTES

EMBALAGENS C/ MICRO ONDULADO

• EMBALAGENS P/ PEÇAS • CALÇADOS
• CONFECÇÕES • ALIMENTOS
• BRINQUEDOS • CARTUCHOS
• CARTELAS SKIN E BLISTER'S

IMPRESSOS OFFSET: COMERCIAL E PROMOCIONAL

• CATÁLOGOS • FOLDER'S • LIVROS • REVISTAS
• MALA DIRETA • CARTAZES • ENVELOPES • FOLHINHAS
• PASTAS • RÓTULOS • CALENDÁRIOS • FLY'S
• CARTÕES DE VISITA • ETIQUETAS ADESIVAS • TAG'S

**FONE/FAX 44
3268-2002**

AV. SÃO DOMINGOS, 1770 - CEP 87040-000 - MARINGÁ - PARANÁ

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ

FELICIDADE: COMO ENCONTRÁ-LA?

*Helen Messias Guzmán**

Sabemos que tudo o que fazemos parece ser uma forma de buscarmos a felicidade. Quando compramos uma casa, fazemos uma faculdade ou resolvemos nos casar ou ter um filho, são maneiras de buscarmos ser mais felizes. Todo ser humano anseia pela felicidade, mesmo que possamos buscar caminhos que não levem a ela, na verdade o que procuramos é a felicidade. Mas, então, como encontrá-la?...

A ciência confirma que pessoas felizes têm um conjunto de atitudes diante da vida que favorecem a felicidade. Mas o que é felicidade?

Seligman (2004) afirma que a felicidade se constrói a partir de três elementos: **prazer, engajamento e significado**.

Prazer é aquela sensação que envolve nosso corpo quando fazemos algo que gostamos....como ouvir uma boa música ou comer seu prato preferido em companhia agradável. Ou seja; para sermos felizes precisamos ter momentos de prazer, é importante fazermos aquilo que gostamos. Porém, o prazer não é o elemento mais importante da felicidade. Sabe por quê? Porque o prazer acaba, não dura para sempre, além disso, nos acostumamos ao prazer e se vivermos de forma muito prazerosa nos adaptamos a tal ponto que passamos a não dar mais valor ao que temos.

Vamos então ao segundo elemento da felicidade: **o engajamento**.

Engajar-se é envolver-se profundamente com aquilo que você faz, a ponto do tempo passar e você não perceber, é quando olhamos no relógio e nos surpreendemos com a hora; entramos em um estado chamado “flow”...você está tão envolvido com o que faz que a hora passa e você não percebe. Pessoas felizes são pessoas que se engajam no que fazem.

E o terceiro elemento da felicidade é o **significado**. É você perceber que sua vida tem sentido; tem um propósito maior. Aqui entramos no campo da espiritualidade. Precisamos perceber que nossa vida está ligada a algo maior. E o que dá significado a nossa vida? Trabalhar, como malucos e deixar de acompanhar nossos filhos em seus melhores momentos? Acumular riquezas e querer sempre mais? Fazer muitas plásticas e lipoesculturas, não demonstrando os sinais do amadurecimento? Construir casas cada vez mais caras? Usar roupas de marcas? Frequentar festas concorridas e desfilar o melhor vestido?

Ou será que o que dá mais significado a nossa vida e nos deixa mais felizes é fazermos o bem ao outro e termos verdadeiros amigos? Termos uma relação amorosa com nossos filhos e procurarmos estar presentes, apesar de trabalharmos bastante?

Estudiosos da felicidade afirmam que pessoas mais felizes têm sentimento de gratidão, demonstram contentamento, quer dizer, valorizam o que possuem, evitando comparar-se com aqueles que possuem mais que ele, preferem comparar-se com aqueles que possuem menos ou não possuem.

Outra atitude presente nas pessoas felizes é que elas aproveitam, desfrutam cada momento da vida, como se eles fossem únicos, pois o aqui agora nunca mais irá se repetir.

Um das mais premiadas pesquisadoras da felicidade, Lyubomirsky (2008) afirma que a vida de pessoas consideradas mais felizes não é acompanhada de acontecimentos fantásticos e gloriosos e a riqueza não é um elemento importante para nos trazer felicidade, o que vale é como nos portamos diante da vida e o quanto nos sentimos úteis à humanidade e à comunidade a que pertencemos.

* *Helen Messias Guzmán* é psicóloga (CRP: 08/04499), professora e supervisora clínica de gestalt-terapia do CESUMAR/ presidente do Instituto Maringaense de Gestalt-terapia.



VOCÊ SABIA?

Quais as diferenças entre psicanálise e as psicoterapias?

*por Roberto Martins Prado

David Zimerman, na busca de esclarecer e desconstruir alguns mitos que rondam a questão pontua que, até pouco tempo a origem de tal distinção estava situada na postura de alguns profissionais psicanalistas, hoje essa distinção tornou-se um mito.

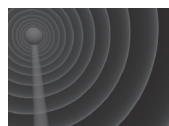
O que é possível ser considerado então é a diferença, ou seja, a especificidade de cada uma delas no que diz respeito à finalidade interventiva. Segundo o autor a psicoterapia “tem uma finalidade mais restrita” como: a solução de crises vitais e acidentais; a remoção de sintomas agudos de quadros de transtornos mentais, tais como angústia, fobia, paranóia, etc., propiciar melhor adaptação na família, sociedade e trabalho; dar apoio com vistas a um melhor enfrentamento de situações difíceis.

O tratamento psicanalítico por sua vez visa a um maior aprofundamento, que vai além dos benéficos terapêuticos conquistados a partir da psicoterapia, a análise pode então favorecer a mudança da estrutura interior do psiquismo. “Este o maior objetivo de uma análise”, realizar

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ

mudanças, caracterológicas, permanentes e verdadeiras que proporcionem ao analisando uma melhora na qualidade de vida, embora sem sintomas, (obsessivos, ou histéricos, fóbicos, depressivos, paranóide, psicossomático, dentre outros), manifestos possa prejudicar a si próprio e/ou aos outros, com sensíveis prejuízos e inibições nas capacidades afetivas intelectivas, comunicativas, criativas e de lazer.



CONEXÕES

A Psicologia em interface com outras áreas do conhecimento

O QUE É COACHING?

*Tatiana Martinhago**

O *coaching* é uma metodologia ou processo de orientação de pessoas ou equipes em busca de resultados superiores. Quem exerce o Coaching é intitulado de *Coach*, e quem recebe é o *Coachee*.

O Coaching ICI é uma fonte de apoio para as empresas e para as pessoas, esse modelo outorga o máximo valor à pessoa, sustentando-as em todo momento e acompanhando-as até que possam caminhar sozinhas, sendo solidários e oferecendo a melhor ajuda. O processo do Coaching ICI pode ser aplicado de modo formal, com encontros de Coaching regulares e pré-agendados, ou informalmente, de acordo com as necessidades que surgem. O Coaching pode ser exercido com temas pré-agendados, ou com temas livres. O Coaching ICI é baseado na Psicologia Integral, no Coaching Neurolinguístico, na Programação Neuro Linguística (PNL) criada por Richard Bandler e John Grinder nos anos 70, na Hipnose Ericksoniana, no Coaching Clássico, na Gestalt, na Semântica Geral, na Terapia centrada no Cliente, na Aprendizagem Experimental, na Inteligência Emocional; assim como distintas disciplinas, como Pensamento Sistêmico, Teorias da Evolução da Consciência de Robert Kegan, a Estrutura do Pensamento Criativo, Solução de Problemas, Negociação, etc.

**Tatiana Martinhago é consultora da ADECON e Personal & Self Coaching*

Para saber mais: SHERVINGTON, Martin. *Coaching Integral*. Qualitymark, 2005



A OPINIÃO DO COACHEE É O QUE IMPORTA.

*Renan Freitas**

O ambiente das Empresas Júnior proporciona incentivos para sempre inovar e atrair tudo o que é novo e aplicável para agregar a gestão da organização. No ano passado, nós realizamos na ADECON um projeto para o desenvolvimento e a implementação do *Coaching* como ferramenta para auxiliar o desenvolvimento de competências. Essa ferramenta foi formulada para que os próprios diretores a aplicassem em seus subordinados.

O *Coaching* tem argumentos suficientes para mostrar que é a salvação da sua empresa, embasando o desenvolvimento das pessoas. No entanto, o que é preciso ter em mente é que mais importante do que a iniciativa de implantar a ferramenta, é a aceitação e a disposição que as pessoas precisam ter para mudar e dar continuidade ao processo.

A implantação da ferramenta na empresa não só gerou uma mudança na nossa cultura, mas também tirou as pessoas da sua zona de conforto. Anteriormente nós já desenvolvíamos metas para os resultados da avaliação de desempenho (realizada trimestralmente), mas não havia uma ferramenta como o *coaching* para atingir os objetivos.

No final do ano passado, os diretores passaram a realizar um acompanhamento mais próximo dos membros da empresa se utilizando da nova ferramenta. O resultado foram sessões concisas no começo, mas com o passar do tempo, a procura diminuiu e no final do ano tal ferramenta não estava mais sendo aplicada. O que se percebeu foi que a ferramenta não tinha a flexibilidade necessária para a nossa cultura organizacional e que precisamos de algo que partisse do *coachee*, ou seja, que não tivesse sessões fixas com tempos determinados e que ela trouxesse aplicabilidade à rotina da empresa, algo similar ao conceito de líder-coach. Enfim, tornou-se um projeto para ser desenvolvido em 2011.

Por fim, podemos considerar que quando o *coaching* é aplicado ao ambiente organizacional (assim como qualquer ferramenta da Gestão de Pessoas) ele precisa ter a aceitação das pessoas, pois são elas quem irão executar e receber. O coaching é uma ferramenta que traz ótimos resultados, mas que merece muita atenção para que não caia no esquecimento.

**Renan Freitas é aluno de Administração e membro da ADECON Junior Consultoria.*

Para saber mais: STEFANO, Randy Di. *O Líder-Coach: Líderes criando líderes*. Qualitymark, 2010.



Psiquê & Saúde

Clínica de Psicologia

Aline Mazambani - CRP 08/10768

Eliana A. Peixoto - CRP 08/14110

Rubem A. Marino - CRP 08/14994

Atendimento psicológico a: crianças, Adolescentes e Adultos

Grupo de Estudos em Psicologia Hospitalar

Curso Teórico-Prático em Psicologia Hospitalar com ênfase em UTI

Fone 3026-6071 - Email: psiqueesaude@uol.com.br

Rua Neo Alves Martins, 3280 Sala 02 - Maringá - Paraná

Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ



Entrevista PSI

Entrevistado: Freud Oliveira - Diretor do Cesumar Empresarial

1) Quais as novas exigências/demandas do mercado com relação ao capital humano?

Por muito tempo as empresas, nos mais diversos setores da economia, buscaram preencher suas vagas abertas com profissionais “prontos”, dada a abundância de mão-de-obra que havia no mercado. Mas isso vem mudando rapidamente. Tem aumentado a escassez de candidatos qualificados e com experiência, o que exige das empresas uma reflexão sobre as formas adequadas de atrair e captar capital humano. Passa a ser necessário contemplar investimentos no desenvolvimento de novos talentos, bem como na composição de pacotes de benefícios cada vez mais atraentes.

2) Qual a importância da Psicologia no desenvolvimento das competências buscadas pelo mercado?

A capacitação instrumental, baseada no domínio de tecnologias e procedimentos operacionais, sempre foi muito importante para a formação profissional. Mas o atual cenário de competitividade existente no mercado, somado ao perfil das novas gerações que estão chegando ao mercado de trabalho, faz com que um outro ingrediente ganhe ainda mais importância no desenvolvimento de pessoas: a preparação comportamental, especialmente quando se trata de jovens talentos. É necessário realizar ajustes na forma como esses candidatos esperam conduzir sua vida profissional, pois embora muito precoces e sobrecarregados de informação, ainda há imaturidade quanto ao que esperar e como reagir aos desafios do ambiente de trabalho. E nesse aspecto o papel do psicólogo é fundamental, visto ser ele o especialista apto a realizar esse trabalho.

3) Como tem sido esse trabalho no Cesumar empresarial através do Planseq?

O CESUMAR firmou um convênio com o Ministério do Trabalho e Emprego, com o objetivo de executar o PLANSEQ (Plano Setorial de Qualificação), de qualificação profissional para o setor de Tecnologia da Informação (TI) no Estado do Paraná, que é coordenado pelo Cesumar Empresarial. Por intermédio do PLANSEQ o Cesumar Empresarial reuniu uma equipe multidisciplinar (Pedagogos, Psicólogos, Administradores, Informatas, dentre outros especialistas) para garantir a consistência necessária para sua execução. Tal experiência se soma a outras da Instituição, o que possibilita melhor resposta às expectativas que surgem sempre a partir de tais programas de qualificação, seja por parte das empresas, seja por parte dos candidatos, e até mesmo do Governo. Uma metodologia própria está sendo desenvolvida no PLANSEQ-TI, envolvendo técnicas consagradas, e a expectativa é difundir-la e aplicá-la em outras iniciativas do gênero.

4) Como o senhor analisa a era da informação na qual vivemos e o fenômeno das redes sociais? Eles têm influenciado o mercado de alguma forma?

As estruturas organizacionais tradicionalmente hierarquizadas estão cedendo lugar a modelos de gestão que funcionam em rede, de forma altamente colaborativa e extremamente dinâmicas. E isso impacta diretamente na forma como as pessoas trabalham e colaboram, o que exige perfis profissionais que interajam cada vez entre si e que saibam utilizar as novas tecnologias para gerar os resultados esperados. Quem estiver atento a essas mudanças, e se preparar para as oportunidades que estão surgindo, certamente se colocará em posição de destaque no mercado.



Dicas de Leitura *por Vinícius Romagnoli

ADIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO

Adorno e Horkheimer buscam em “A Dialética do Esclarecimento” descobrir porque a humanidade está se afundando numa nova espécie de barbárie em vez de entrar em estado verdadeiramente humano. Após a barbárie do Holocausto, a linguagem e o logos parecem condenados a culpa, numa espécie de autodestruição do esclarecimento. Os autores fazem uma releitura crítica da História, sendo que caberia ao pensamento emancipador a tarefa de lançar luz sobre a complementaridade existente entre o progresso e a regressão; entre o iluminismo/esclarecimento e mito, sendo que o mito já é esclarecimento e este remete, por sua vez, à questão mitológica.

O esclarecimento teria por objetivo livrar os homens do medo e investi-los na posição de senhores; a meta de tal esclarecimento é o desencantamento do mundo pela dissolução dos mitos e substituição da imaginação pelo saber, não devendo haver mistério e superstição. Assim sendo, vemos que o esclarecimento é totalitário, dominado pela loucura da dominação total, este mesmo impulso totalitário pode também ser encontrado no mito, o qual quer dominar e controlar por meio da explicação. Portanto, vemos que tanto o mito como a ciência nascem do medo.



Cinema e Psicologia Sinopses e análises de filmes com temas relacionados à Psicologia

Mar Adentro (2004, Espanha).

Direção: Alejandro Amenabar

Duração: 125 min.

Mar Adentro, retrata a vida de Ramón Sampedro (Javier Bardem), que aos 20 anos já dava volta ao mundo e aos 26 anos, num mergulho em águas rasas fica tetraplégico e se vê “obrigado a viver”, contra sua vontade, paralisado em uma cama, dependendo da ajuda de seus familiares para todas as suas necessidades básicas. Vinte e seis anos depois, ele consegue uma advogada disposta a ajudá-lo na luta em legalizar a eutanásia e finalmente morrer com dignidade. Confrontando questões morais, religiosas e sociais, Ramón tenta legalizar uma petição que lhe dê autorização para cometer eutanásia. Esse é um drama em que morte e vida digladiam-se o tempo todo e, para nós, que queremos tanto viver, o espírito suicida de Ramón parece incompreensível; até percebermos que a liberdade era o sentido de sua vida e, perdendo-a, o que lhe resta não é mais vida, mas sua migalha.



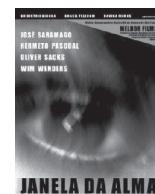
Janela da Alma (2001, Brasil)

Direção: João Jardim e Walter Carvalho

Duração: 73min

Gênero: Documentário.

O premiado “Janela da Alma” explora como tema central a visão. Sendo este um tema abstrato, utiliza-se entrevistas com dezenove pessoas que lidam com distintos graus de deficiência visual (desde miopia discreta à total cegueira) para explorar suas peculiaridades frente ao “ver”, tanto em seu âmbito relativo a imagens, quanto à importância das emoções como elemento transformador da realidade. Assim, mostra ambientes e situações com contrapontos perspectivas que viabilizam uma reflexão emocionada sobre o ato de “ver” ou não ver o mundo.



Ψ JORNAL PSICOLOGIA EM FOCO

ANO II - EDIÇÃO V - ABRIL/MAIO/JUNHO 2011 - MARINGÁ - PARANÁ



Charges e Chistes



Agenda Cultural



Curso de Pós-Graduação em Psicanálise: Teoria e Clínica - Turma III

A psicanálise entende que o ser humano sofre angústias que não se explicam apenas por funções cerebrais e respostas biológicas, portanto, precisa dar um significado ao seu sofrimento. Deste modo, pretende, através da palavra, possibilitar que o indivíduo encontre um novo sentido aos seus conflitos psíquicos, tornando consciente o inconsciente. Porém, dentro de uma perspectiva contemporânea, é preciso pensar o tratamento, além do divã, e reconhecer as contribuições da psicanálise na psicoterapia. A Psicoterapia Psicanalítica constitui-se em uma forma de tratamento psicológico que visa ampliar a capacidade do paciente de pensar as emoções, tem como benefício a resolução de crises situacionais, um melhor reconhecimento de suas capacidades egóicas que estavam latentes e um melhor ajuste interpessoal.

Existe uma demanda significativa por parte da população por profissionais capacitados para a atuação na clínica psicanalítica, tanto em consultórios particulares quanto em instituições que prestam serviços na área de saúde mental. O curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em **Psicanálise: Teoria e Clínica** visa oferecer uma formação atualizada e consistente, e, paralelamente, que este conhecimento seja aplicado no contexto clínico, de modo que as discussões teóricas realizadas no decorrer das disciplinas estejam, sempre que possível, associadas à realidade profissional dos discentes. Para isso, conta com professores titulados, pesquisadores e psicanalistas com grande experiência nos contextos clínico e institucional.

O curso tem como objetivo promover um aprofundamento de conceitos freudianos e pós-freudianos sobre o entendimento da mente e a forma de intervir, capacitando o pós-graduando para a prática da psicoterapia de orientação psicanalítica, regido por uma postura ética e levando em consideração uma perspectiva contemporânea da clínica psicanalítica. O enfoque do curso parte dos conceitos fundamentais de Freud, porém em sintonia com as produções de autores pós-freudianos, tais como Melanie Klein, Winnicott e Bion.

Professora Dra. Rute Grossi Milani (Coordenadora do Curso de Pós-Graduação em Psicanálise: Teoria e Clínica)

Fone: 3026-6071; 9902-8008 (Aline); - E-mail: psiquesaude@uol.com.br
 LOCAL: SIVAMAR - Rua Néo Alves Martins, 2789
 INVESTIMENTO: 320,00 mensais



01 - Exibição e debate do filme "O LEITOR"

DATA: 12 DE MAIO DE 2011

LOCAL: Auditório da OAB- Av. JK, 970 -Maringá-PR

HORÁRIO: 19:30h

DEBATEDORES: Eyder Lúcio dos Santos (Advogado), Marta Dalla Torre (Psicanalista), Valéria Codato Antonio Silva (Psicanalista)

Entrada - 1 Kg de alimento não perecível

02 - Grupo de Trabalho sobre a Clínica Psicanalítica

Início previsto: 07 de Maio

Encontros mensais, aos sábados - 14h às 17h

Local: Sapiens - Londrina-PR - R. Augusto Severo, 10

Informações: 43- 3336.8081 / 44- 3225.4561

Investimento: R\$100,00

Somente para profissionais. Vagas limitadas.

03 - Curso: de Freud a Lacan

Fundamentos teóricos e introdução à clínica psicanalítica

Início previsto: Maio de 2011 - Local: Cesumar

Datas: 30 de julho/ 06 de agosto/ 20 de agosto/ 01 de outubro
 (4 sábados - 9h às 12h; 14h às 17h) - total de 32 horas

Investimento: R\$210,00 - Inscrições: www.cesumar.br

Informações: 44-3225.4561

04 - A especificidade da clínica psicanalítica com bebês

Encontros quinzenais- de maio a novembro de 2011

Segundas-feiras - 18h às 19h30

Investimento: R\$25,00 (inscrição); R\$80,00 (mensalidade)

Local: Ato Analítico - Av Independência, 258 - sala 408

Informações: 44-3225.4561

Confira o blog: www.atoanalitico.blogspot.com

Livros com desconto!



Maio

Excelência no atendimento (8h/aula) - Data 14/5 - Local: Solon

Oratória - Data 21/5

Gerência e Administração de lojas no varejo - Data: 28/5

Junho

Orientação Profissional (04/06)

Curso dos 5 S" (18/6)

Julho

Marketing pessoal (09/07)

Vendas: preparando para o mercado de trabalho (23/7)

AGÊNCIA DE EMPREGOS

44 3029-8926

AS MELHORES EMPRESAS E OS MELHORES PROFISSIONAIS ESTÃO AQUI!

Procurando EMPREGO? Procurando FUNCIONÁRIO?

www.waalc.com.br