

CARREIRA E ANGÚSTIA – EXECUTIVO OU EXECUTADO?¹

Lucas Gonzaga Jr.²

RESUMO

Empresas aumentam constantemente seus índices de produtividade, conquistando melhores resultados com menor número de trabalhadores. Os artifícios para que cada trabalhador seja uma “máquina” capaz de superar limites e alcançar novas metas são muitos e, com grande frequência, indicam um cenário dualista: resultado ou eliminação. Para as empresas que buscam novidades com promessas de rápido resultado surgiu recentemente uma opção para motivar funcionários inspirada no BOPE (Batalhão de Operações Especiais). Ações como essas podem suscitar interessantes questões sobre o ambiente das empresas e o posicionamento de seus líderes.

“Sob aplausos, o palestrante entra na sala repleta e grita: ‘Caveira!’. Storani, que está se convertendo em estrela do segmento motivacional, recebe de volta, em uníssono, a saudação, típica dos oficiais do batalhão. Entre os 60 ouvintes, estão clientes e funcionários da quarta maior seguradora do país. (...) Depois de um rápido preâmbulo, o palestrante chega ao ponto: ‘Você é um operação especial ou é um convencional na sua atividade? O convencional é o invertebrado, é quem desmonta no primeiro tiro ou na primeira meta [de vendas]’.” (PRADO, 2008)

O cargo de executivo é sempre visado em qualquer empresa. Seja por ser um objetivo para quem trabalha em nível operacional e deseja ascender, seja pela importância e impacto que as decisões desses profissionais geram nos subordinados e no futuro da empresa. Na prática, de forma geral, executivos são diretores, gerentes ou profissionais com algum grau de autonomia para tomar decisões e comandar certo grupo de trabalhadores.

A complexidade do ambiente de negócios na atualidade, causada basicamente pela ampliação das conexões via novas tecnologias e integração global, passou a exigir mais dos executivos. Os chamados ciclos de negócio, ou ainda ciclos de produtos e serviços se encurtaram drasticamente. Isso se traduz em mudanças mais rápidas e

¹ Artigo apresentado na XXVI Jornada do Fórum de Psicanálise do CPMG (Belo Horizonte, outubro/2008).

² Economista e Psicólogo, especialista em Gestão Empresarial. Consultor na área de Recursos Humanos.

mais instabilidades. O que foi conquistado, o que deu resultado, já não garante mais o resultado para futuro próximo.

O objetivo principal deste texto é comentar algumas práticas utilizadas pelas empresas em relação à formação de seus executivos, abrindo uma discussão sobre seus impactos no âmbito da subjetividade. Se as empresas são fortemente pressionadas pelo “mercado”, o que pode ocorrer com os responsáveis por conduzi-las?

Um ponto muito simples para iniciar: o mercado. Todos devem atender ao mercado, uma entidade abstrata, formada por vários fatores, sempre a ser compreendido e, além disso, atendido. E aqui surge uma questão que vale ser comentada. Um indivíduo pode demandar uma análise pessoal, movido por seus sintomas, suas angústias e seus enigmas, chegando após um difícil percurso a algumas respostas fundamentais para seguir em frente com mudanças subjetivas consistentes.

E como alguém poderia fazer algo similar em relação ao mercado? Como um profissional pode ser capaz de continuamente apresentar um repertório de alternativas e respostas para conduzir sua equipe para esse fim? A resposta para a questão colocada é simples pela sua obviedade: isso não é possível. O que se convencionou chamar de mercado é o “espaço” onde os objetos circulam e assumem as mais variadas posições e fins, interagindo de forma anárquica, mesmo que tudo esteja muito bem situado por regras, preços, produtos, serviços, etc.

A segunda questão passa a ser o que ocorre quando um profissional é exigido e pressionado a dar respostas, tanto em conhecimento quanto em resultados, para atender ao “mercado”. Se as variáveis se tornam cada vez mais complexas e a previsibilidade no mundo empresarial menor, isso só faz com que o executivo seja demandado para compensar essa situação, ou seja, se torne aquele que consegue vencer todas as adversidades e incertezas. E, se as adversidades sempre fizeram parte da trajetória daqueles que almejam carreiras bem sucedidas e cargos de liderança, aqui deve ser ressaltada a ausência da possibilidade de falha imposta pelas empresas ao definirem suas metas.

Paulo Storani, um ex-policia! do BOPE, grupo de operações especiais do Rio de Janeiro, celebrizado através do filme Tropa de Elite, agora é um consultor extremamente requisitado por empresas. Não estamos falando aqui de empresas de pequeno porte, mas sim de grandes empresas como o Unibanco AIG e da Rosset Têxtil. Além de treinamentos, Storani também faz palestras motivacionais. Ele ensina como melhorar o rendimento e atingir melhores resultados, adaptando o treinamento do BOPE ao universo empresarial. Assim, se no batalhão “tarefa dada é

“tarefa cumprida”, na empresa será “meta dada é meta cumprida”. O “vá e vença” passa a ser “vá e venda”. Quem achar que não conseguirá “pede para sair” da empresa, exatamente com se faz (pelo menos na teoria apresentada) no BOPE (PRADO, 2008).

Aqueles que estão aptos a conquistar seus objetivos são “caveiras”, enquanto quem não conseguir se torna um “invertebrado”, que desmonta no primeiro tiro ou, no caso, primeira meta. Ao final das apresentações de Storani todos gritam: “eu sou caveira”! Uma meta foi conquistada? Envia-se um *e-mail* com uma caveira a toda a equipe, conta uma gerente de vendas do Unibanco AIG. Um diretor executivo dessa mesma empresa esclarece que Storani foi contratado por falar de liderança, de trabalho em equipe, e falar do batalhão de uma forma alegórica. “Buscamos o tempo todo que não haja uma associação muito direta com o filme”, completa esse diretor (PRADO, 2008).

Já o diretor comercial da Rosset Têxtil afirma que eles foram além do treinamento, que os profissionais de sua equipe passaram a utilizar números para chamar os colegas, como no filme Tropa de Elite. O orgulhoso diretor também informa que foram colocados na empresa diversos *banners* pretos com a caveira símbolo do BOPE, esclarecendo que é preciso tirar as pessoas da zona de conforto e que, quando existem metas a serem cumpridas, a pressão é inerente ao negócio (PRADO, 2008).

Storani, que trabalhou no BOPE por três anos e saiu do batalhão há dez, atualmente é, além de consultor e palestrante, secretário de Segurança Pública de São Gonçalo (RJ), e mestrando em antropologia com dissertação sobre o BOPE. Ele defende seu trabalho junto às empresas afirmando que “o conceito de superação de limites e de encarar as adversidades com naturalidade pode ser aplicado à iniciativa privada” (PRADO, 2008).

O ex-policial também oferece um treinamento “prático”, por um período de 20 horas, com “missões” de madrugada, utilizando camisetas pretas com a caveira que caracteriza o batalhão e tratamento como um autêntico aspirante. Os participantes terão atividades como entrar na água, se arrastar na lama e caminhar no mato, com uma versão abrandada de treinamento militar ao preço de R\$ 3.250 por participante (PRADO, 2008).

Neste momento temos oportunidade de inserir mais algumas questões. Sem entrar no mérito da eficácia e competência do BOPE, ou mesmo de outra força policial, pode-se dizer que o trabalho da polícia tem um foco claro, tem o dever de combater a criminalidade, manter a ordem com base em leis existentes. Seu treinamento reflete a exatidão de seu objetivo final e as possíveis situações adversas que pode enfrentar.

E qual seria o objetivo final de um executivo? Pode-se listar uma série de metas, relativas a lucros, rentabilidade, número de clientes e dezenas de outros parâmetros. Mas, se olharmos o objetivo final de sempre conseguir atender o “mercado” com estratégias vencedoras, veremos uma incompatibilidade entre meios e fins. Ou seja, a exatidão de execução de uma ação policial não pode ser transposta para o cenário de negócios e de mercado. Fazer isso representa um ato de extremo reducionismo, apesar de alguns elementos similares entre os papéis do policial e do executivo.

Um bom exemplo dessa diferença pode ser dado através de uma obra sobre guerra que percorreu o universo empresarial em todo o mundo recentemente. O livro “A arte da Guerra”, do estrategista militar chinês Sun Tzu, escrito há cerca de 2.400 anos, foi uma verdadeira moda global há alguns anos atrás. As estratégias nele descritas para derrotar o inimigo e vencer uma guerra foram transportadas para o trabalho. Independente de se avaliar a qualidade da obra em questão, ou ainda seu real benefício para se chegar aos objetivos almejados, pode-se dizer que esse processo traz a exigência de um trabalho metafórico. Complexidade dos cenários, validade de planejamento, opções de ações, planos alternativos, etc. Tudo isso pode ser discutido, ampliando-se visão e alternativas. Em uma prática assim, um executivo pode obter algum avanço ou apoio. Pode fazer com que o debate e as metáforas ali contidas gerem novos *insights*.

Infelizmente não podemos dizer o mesmo sobre a situação de treinamento que utiliza o modelo do BOPE. Nesse segundo caso, chega-se exatamente ao oposto, ou seja, um completo esvaziamento do processo metafórico. Um curto-circuito da palavra? (Quem não gostar, pede para sair). Uma aderência a uma imagem que marca a falta da falta? (Tarefa dada é tarefa cumprida). Um ambiente que elevará o nível de angústia dos profissionais restringindo suas manifestações a atos e números?

Neste instante alguns podem pensar que treinamento e palestra baseados no BOPE são um caso “Brasil”, que a falta de discernimento de nossos profissionais e dificuldades de nosso sistema produtivo podem gerar esse tipo de situação. Logo, para não correremos o risco de sermos preconceituosos, por que não comentarmos um programa que alcançou imenso sucesso na Coréia, país com cultura e economia significativamente diferentes do Brasil?

Em treinamento de executivos na Coréia, cada participante deve redigir seu testamento, lê-lo em voz alta para a platéia, vestir uma túnica mortuária, entrar em um caixão e ter a tampa fechada. E quem vai dar credibilidade a um “treinamento” desses? Bem, segundo divulgado pelo jornal inglês *Financial Times* cerca de 50.000

administradores já participaram (KELLAWAY, 2008). O sucesso foi tanto que seus organizadores decidiram exportá-lo! (Quando chegará ao Brasil?)

Iniciamos a conclusão lembrando que treinamentos de executivos são sempre definidos por outros executivos, um ou mais níveis acima na hierarquia organizacional. Essa afirmação tem como objetivo apenas excluir nesse momento uma linha de raciocínio que termina indicando o funcionário com mera vítima de seu chefe. Não que isso não ocorra, pois ocorre com grande frequência, mas sim porque tratamos de outro aspecto das complexas relações dentro das empresas.

A questão central aqui é relativa ao que pode ocorrer quando profissionais responsáveis por conduzir empresas e pessoas crêem no poder e na superação sem limites. Qual o destino desses profissionais do ponto de vista subjetivo? Não seriam as posições de executivos e executados cada vez mais intercambiáveis? Para quem acha válido treinar com o BOPE ou fingir de morto isso não ficaria mais fácil? Afinal, qual dessas duas posições se deseja ao dizer-se caveira ou entrar em um caixão?

O presente texto é protegido pela Lei de Direito Autoral (lei 9610/98, artigo sétimo) e somente poderá ser veiculado, divulgado ou difundido com a citação do nome do autor e sem modificações. Proibida a utilização comercial ou econômica do texto sem a prévia e expressa autorização do autor. Contato com o autor: contato@lucasgonzagajr.com.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KELLAWAY, Lucy. Um desejo mortal de ficar mais tempo no escritório. *Jornal Valor Econômico*. São Paulo, 08 agosto, 2008.

Redação. Como vencer o inimigo. *Correio Brasiliense*. 02 Julho 2002. <<http://www.livrariacultura.com.br/scripts/cultura/resenha/resenha.asp?nitem=53079&sid=98310522510819666349645111&k5=2D26A822&uid=>> Acesso em 20 jul 2008.

PRADO, Maeli. Caveira Motivacional. *Jornal Folha de São Paulo*. São Paulo, 23 março, 2008.