



2ª edição
ampliada

atitude profissional

[dicas para quem está começando]

Ligia Fascioni



FICHA TÉCNICA

2015 © Ligia Fascioni

ISBN: 978-85-915143-9-7

2ª edição, 2015

Texto e ilustrações: Ligia Fascioni

Contatos e feedbacks são bem-vindos: ligia@ligiafascioni.com

Sobre a autora: www.ligiafascioni.com

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu amor Conrado pelo apoio e carinho.

Agradeço aos meus pais por terem me criado cercada de livros.

Agradeço ao tio Melo e à tia Nádia por terem me ajudado no começo e estarem a postos até hoje.

Agradeço aos professores, chefes, colegas e clientes que tive até aqui; de alguma maneira, todos contribuíram para o meu crescimento profissional.

Dedico esse livro ao querido Antunes Severo, meu eterno mestre.

AGRADECIMENTOS DA 2ª EDIÇÃO

*A iniciativa de distribuir gratuitamente esse livro foi inspirada no projeto **Tio Flávio Cultural**, de meu irmão de coração Flávio Tófani, mais conhecido como Tio Flávio.*

Ele vem incansavelmente dedicando sua vida a mudar o mundo por meio da educação; faz projetos com crianças, adolescentes, detentos, pessoas com necessidades especiais, pessoas em situação de risco, enfim, todos que possam ter suas vidas transformadas pela informação compartilhada com carinho e responsabilidade.

*Agradeço também ao Diego Marcello Trávez e sua equipe da **DMT Inspira**, sempre ajudando de todas as maneiras possíveis e impossíveis.*

E à professora dona do sorriso mais doce da galáxia, Maria Flávia Bastos, um exemplo de dedicação e competência para todo mundo.

PARA COMEÇAR

Minha vida profissional sofreu muitas transformações até aqui, e espero que mude muito mais ainda. Estou perto dos 50 anos e já fui vendedora em lojas de brinquedos na adolescência, trabalhei por 12 anos como engenheira especializada em robôs e também fui diretora de marketing de uma empresa de tecnologia. Atuei como professora universitária, palestrante, consultora de empresas e ilustradora, além de colaborar como colunista para portais especializados em marketing e negócios.

Em 2011 mudei-me para Berlim, Alemanha, e sou sócia de uma empresa de tecnologia com meu marido. Apesar de ainda ir ao Brasil duas ou três vezes por ano, para ministrar cursos e palestras em eventos corporativos, vivo pensando em novas maneiras de me reinventar profissionalmente, para aproveitar melhor o conhecimento que estou adquirindo em contato com uma cultura tão diferente da nossa.

Todas essas experiências foram muito ricas e me fizeram uma profissional melhor, mas tornam difícil uma resposta simples para aquela perguntinha básica: no que você trabalha?

Sei que muitos jovens hoje se torturam porque precisam se encaixar em algum dos rótulos que deram tanta segurança aos seus pais. Todos, mesmo que nunca tenham feito uma faculdade, sabem que quem faz o curso de medicina vira médico; quem estuda engenharia vira engenheiro.

Mas qual é o nome da profissão para quem trabalha com tecnologia da informação? E gastronomia para eventos? E sistemas cognitivos? E gestão de marketing esportivo? E personal styling? E social media?

A decisão sobre o futuro profissional é angustiante para todas as partes envolvidas. Nunca houve tantas opções, tantas possibilidades e tantos nomes esquisitos.

Os profissionais do século XXI são completamente diferentes daqueles do século XX. Os rótulos eram mais claros, os comportamentos mais convencionais.

Meu pai passou mais de 40 anos de sua vida profissional trabalhando na mesma empresa (ele era mecânico de avião), uma atitude inimaginável nos dias de hoje (até porque nem as companhias duram tanto tempo assim).

Eu mesma, no início da carreira, trabalhei numa organização onde se separava claramente os “pensantes” (engenheiros) dos operários da montagem e manutenção. Pois hoje, nem mesmo essa empresa (que ainda existe), pode se dar ao luxo de dispensar os cérebros dos funcionários “menos qualificados”. Todo mundo precisa pensar, senão está fora.

Esse livro não é de autoajuda, não é um manual de recomendação e nem tem a pretensão de ser um guia para novos profissionais. O que tenho para compartilhar são apenas algumas experiências que recolhi ao longo de minha vida profissional. Algumas são bem óbvias, principalmente para quem já está há mais tempo no mercado; outras, nem tanto. Todas podem ser contestadas e contraditas. Mas são coisas que eu gostaria muito de ter sabido antes, quando ainda estava na escola.

Levei anos para chegar a essas conclusões e teria apreciado muito se tivesse um livro assim na minha época que pudesse me dar essas informações.

Apresentei alguns trechos do conteúdo de forma resumida em palestras para universitários e estudantes que estavam terminando o ensino médio. Algumas partes foram publicadas em colunas semanais no meu próprio site e outros nos quais colaboro como colunista. A recepção dos estudantes e o acolhimento dos leitores me incentivou a organizar esse material, pois penso que realmente pode ser útil para quem está iniciando a vida profissional.

Essa segunda edição foi ainda ampliada com mais material, baseada nos feedbacks que tive na primeira edição (esgotada).

Se a minha experiência puder fazer diferença na vida de alguém, ajudando essa pessoa a tomar decisões, já me sentirei realizada e com a sensação de dever cumprido.

Desejo a você, leitor, muito sucesso! E que sua vida profissional seja cheia de desafios interessantes e uma inesgotável fonte de satisfação e aprendizado, exatamente como é a minha.



1

COMO VÃO SE LEMBRAR DE VOCÊ?

Em toda sala de aula, em qualquer curso ou escola, sempre tem o pessoal do fundão e a turma que só senta na frente. Há aquelas figuras que não prestam atenção em nada e ficam zoando a aula inteira. Tem os certinhos, que só tiram 10 e sentam na primeira carteira. Não se pode esquecer o tipo que está sempre atrasado, aquele que nunca tem tempo de fazer os trabalhos e nem estudar para a prova. Tem o povo que só pede cola, mas nunca dá. Tem a galera que vive pedindo para colocar o nome no trabalho, sem ter feito absolutamente nada. E você? De que tipo é?

Pense bem: como é que você acha que seus colegas e professores se lembrarão de você daqui a alguns anos? O cara competente, que se pode recomendar para qualquer trabalho, que sabe trabalhar em equipe, ou aquela pessoa legal, mas fraquinha, sem muito conhecimento? Ou ainda aquele folgado que só quer levar vantagem em tudo?

É sabido que boa parte das vagas de mercado são preenchidas por indicação de colegas e conhecidos. E o motivo é óbvio: quando aparece uma oportunidade no seu local de trabalho, a primeira coisa que vem à mente do seu chefe é perguntar se você conhece alguém para o lugar. É claro, pois se você é jornalista, deve conhecer outros jornalistas (estudou com muitos deles); se você é técnico em refrigeração, também deve saber quais são os melhores profissionais (tem critérios técnicos para avaliar). Então, reflita: você recomendaria algum colega seu para um trabalho? Algum colega seu indicaria o seu nome?

Não basta ser legal, bem-humorado, engraçado. É preciso também ser competente. Você precisa confiar no profissional que está indicando. Dos cursos que fiz e nas escolas onde estudei, havia várias pessoas que eu adorava, dava-me muito bem com elas, mas considerava-as tecnicamente medíocres. Faziam apenas o básico, o que era pedido, quando muito. Não acrescentavam nada, não se empenhavam em aprender mais, em fazer diferença. Enfim, indicaria essas pessoas, sem pestanejar, para qualquer festa ou evento, mas jamais para um emprego. E aí fica a pergunta:

Você contrataria você?

Bem, você deve estar pensando: estou ferrado — só as pessoas que tiram 10 vão ser indicadas! Engano seu. Nem sempre as pessoas que conseguem as melhores notas são as com melhor perfil para um emprego. Tem gente muito inteligente que não sabe trabalhar em equipe. Nunca ajuda, só quer aparecer e mostrar que é bom. Seu objetivo é sair bem na foto com os professores. Os colegas, para ele, são um bando de invejosos, nem de perto tão inteligentes quanto ele.

Esse profissional é quase tão ruim para sentar à mesa do seu lado quanto aquele que não se empenha. Saber negociar, compartilhar informações, colaborar para a equipe é essencial. Ninguém gosta de trabalhar com um sujeito metido (nem vai indicar para uma vaga), que guarda o seu enorme conhecimento trancado à chave, na gaveta. São tipos egoístas e sem noção.

Um dia também fui desse tipo... achava o máximo tirar uma nota 10 quando toda a turma ia mal. Era uma figurinha impossível, achava que era isso que esperavam de um bom aluno, sequer passava pela minha avoadada cabecinha que meus colegas pudessem não estar achando isso tão legal assim. É claro que, depois de muita paulada, comentários irônicos, mas, principalmente, *feedbacks* valiosíssimos, acabou caindo a ficha. Só que não tive mais a oportunidade de encontrar novamente muitas das pessoas que conheci naquela época e a imagem que ficou foi essa. Elas não sabem que mudei e muitas me consideram insuportável até hoje (com razão!).

E então, o que fazer?

Passe a ver os seus colegas (e professores) como futuros companheiros de trabalho, sócios, parceiros, clientes, fornecedores, chefes ou subordinados. O mundo profissional é menor do que você imagina.

Puxa, você acabou de se dar conta que deve parecer um péssimo profissional — nenhum professor lhe indicaria, nenhum colega lhe contrataria, ninguém iria lhe querer como sócio. E agora, o que você faz? Foge para o Bósnia? Comete suicídio? Começa a jogar na loteria?

Calma, não se desespere. Você está no começo da vida e ainda tem muito tempo para se adaptar. Se você já se deu conta de que desse jeito não vai rolar nada legal quando você se formar, ainda dá para fazer uma auto-avaliação e alguns ajustes. E atenção: não adianta virar agora o sujeito consciente, estudioso e competente da noite para o dia. Esse é um processo que leva tempo e depende do seu amadurecimento. O ideal é mudar um comportamento aqui, outro ali.

Mas tem que ser verdade, não só para agradar aos outros. Tem que ser para você se sentir bem consigo mesmo.

FEEDBACK: UM PRESENTE DE AMIGO

Sabe quando a gente está numa sala de aula e se dá conta de que está aprendendo uma coisa importantíssima, tanto que já devia ter nascido sabendo essa coisa? Comigo aconteceu em uma aula de cálculo numérico. Lembro de ter pensado com os botões da minha calculadora: “nossa, por que é que não ensinaram isso para a gente no segundo grau? A minha vida teria sido tão mais fácil...”.

A outra epifania, dessas digna de lembrança, foi numa aula sobre *feedback* do curso de pós-graduação em marketing. Eu me peguei pensando: “por que é que eles não ensinam o tema no pré-primário? Como é que pude viver até hoje sem saber isso?”.

Então, caso alguém tenha vivido até hoje sem isso, lá vai.

Feedback tem uma tradução para o português, mas é horrível. Eu e a maioria das pessoas que têm um mínimo de senso estético se recusa a usá-la (é retroalimentação, argh!).

Em engenharia, *feedback* é a resposta que o controlador recebe como resultado de uma ação. Para ficar mais fácil de entender, imagine que o controlador é você (mas poderia ser um equipamento automático qualquer) que deseja regular a temperatura de um chuveiro. Você (o controlador), sabe qual é a temperatura ideal (a referência, onde se quer chegar). Aí você liga o chuveiro e gira um pouco a torneira para a direita (ação). Coloca a mão lá e “mede” a temperatura (*feedback*). Não está bom, gira um pouco mais (ação). Põe a mão de novo para medir (*feedback*). E assim a coisa vai indo, com ajustes para mais e para menos até chegar no resultado desejado.

Simples, só que eu nunca tinha pensado que esse jeito de proceder também poderia funcionar em relações humanas. Sem *feedbacks*, a gente nunca sabe como está indo: se está muito quente, muito frio, perto do resultado esperado ou muito longe.

Feedback trata de como a gente conta para a outra pessoa o que está achando sobre as ações dela.

Note uma coisa importantíssima: feedback nunca é sobre a pessoa, é sempre sobre o que ela faz. Pode parecer bobagem, mas esse detalhe faz toda a diferença.

Se você disser para uma amiga que ela é antipática, não há nada que ela possa fazer a respeito (é como dizer que não tem água no chuveiro; não há o que fazer). Mas se você disser que a fofa está tomando algumas atitudes que podem fazê-la parecer antipática, aí tem conserto. É só ela repensar e readequar algumas dessas tais ações, sacou? Você contribui sem xingar, sem ofender, de uma maneira objetiva e eficiente. Vai no âmago da questão.

E pensar que tem muito namoro bacana que acaba só porque os pombinhos não tiveram a oportunidade de fazer uma pós-graduação em marketing. Afinal, o que um reles mortal pode fazer quando alguém resolve que sabe mais sobre ele que ele próprio? Contra verdades definitivas, não há defesa. Já o *feedback* é diferente.

Você pode criticar o relatório que o fulano fez, mas não o fulano. Pode dizer que o juiz roubou, mas não que ele é um ladrão. Pode reclamar que seu pai está enchendo a sua paciência, mas não que ele é um chato. A diferença é sutil, mas vital.

A gente pode mudar as nossas ações, mas não a nossa essência. É a diferença fundamental entre ser e fazer.

Na aula, a gente aprendeu também algumas técnicas para dar um *feedback* ruim sem machucar demais a pessoa que deu a bola fora. A mais conhecida é

chamada “sanduíche” e funciona assim: primeiro você elogia (sinceramente) os pontos positivos da pessoa. Então, chega a hora de dar a martelada (delicada, porém firme). Para fechar, mais elogios (sinceros, claro). É mais uma versão do “arranha e assopra”, mas que funciona muito bem. E deu. Não precisa ficar se arrastando e se repetindo indefinidamente.

feedback “sanduíche” = elogio / crítica / elogio

Mas atenção: se a gente realmente quer que a pessoa mude, tem que ser bem objetivo para ajudá-la.

Uma vez ministrei um curso numa empresa e um participante me contou uma história triste. Um dos vendedores da empresa era ótimo, mas tratava os clientes como se fossem amigos de infância; dava apelidos, fazia brincadeiras, enfim, para alguns isso era bastante inconveniente. Eis que depois da enésima reclamação, o chefe chamou o moço para conversar (mas por que tanta demora? Podia ter chamado já na primeira reclamação). Aí, olha o feedback que ele deu:

— Fulano, senta aqui que precisamos conversar.

— Fala, chefe!

— Os cliente estão reclamando que você é muito informal. Se você não mudar isso, vou ter que despedir você, alguns estão realmente incomodados.

— Nossa, não fazia ideia disso! Mas é claro que vou mudar, chefe! Puxa, obrigada pelo aviso. Pode deixar.

O moço começou a ir trabalhar de terno e gravata todos os dias. Foi demitido logo em seguida. Na minha opinião, quem deveria ir era o chefe, que não sabe dar *feedbacks*. A palavra informal pode ter várias interpretações. Feedbacks não são sobre adjetivos, lembra? Feedbacks são sobre ações. O chefe (ou colega, namorado, amigo, etc) tem que falar sobre as atitudes da pessoa, o que ela está fazendo que não está surtindo o resultado desejado. Não é sobre a pessoa (ser ou

não informal) é sobre as ações (falar com o cliente como se fosse íntimo dele, dar apelidos, fazer brincadeiras, não está pegando bem).

Se o chefe tivesse dado o *feedback* corretamente, o rapaz estaria trabalhando (e bem) para a empresa até hoje. E o caso é real.

Mas tem outra parte importante que não se pode esquecer.

Mais do que dar *feedbacks*, a gente devia mesmo é aprender a recebê-los. Como a nossa cultura é cheia de colocar panos quentes nas coisas, a maioria das pessoas não está preparada para receber críticas. Elas sempre interpretam como um ataque pessoal e desperdiçam uma maravilhosa oportunidade de crescer.

Antes dessa aula, eu também fazia exatamente assim: ao menor sinal de crítica, me armava toda. Buscava, desesperadamente, explicar porque tinha feito assim e não assado.

Ora, enquanto a sua cabeça fica rodando que nem uma louca procurando desculpas e se justificando, você não escuta o que está sendo dito.

A gente fica literalmente surdo, não aproveita nada mesmo. Então, ao receber um *feedback*, feche a boca, ouça e preste bem atenção em tudo. Só depois filtre e assimile o que lhe convier.

Pare de achar que as pessoas estão contra você. Ouça com atenção o que elas estão dizendo. Pode fazer sentido...

Ah, mas cuidado. Sabe aquela sua amiga que vive dando opiniões que você não pediu sobre a sua pele (está oleosa demais), a sua saia (não ficou legal porque você engordou), seu sapato (não está mais se usando)? Atenção: isso não é *feedback*. Ataques de sinceridade incontrolável que não contribuem para o crescimento de ninguém, só servem para torpedear a auto-estima da vítima. Ignore.

E olha só que informação importante: *feedback* é o presente mais precioso que um amigo pode dar. Afinal, é muito mais fácil sair por aí falando mal de você para os outros do que chamá-lo para um café e se arriscar a perder a amizade, não é?

A gente pode fazer o que quiser com os presentes que ganha. Pode usá-los ou jogá-los fora (se não gostar). Mas não custa desembulhar para ver o que é, antes de formar uma opinião.

Ainda bem que tive a oportunidade de assistir aquela iluminada aula sobre *feedback*. Só assim me dei conta da quantidade de presentes que estava jogando fora sem nem abri-los e separar palpites infelizes de verdadeiros *feedbacks*. Ainda sou uma aluna desajeitada quando se trata de fazer contribuições para colegas e alunos, mas estou me empenhando em aprender. E você? Sabe dar e receber presentes?

Bom, então o primeiro recado já foi dado: preste atenção em como está a sua imagem do ponto de vista de seus colegas, professores, amigos e conhecidos. Veja como você está comunicando a sua competência às pessoas que lhe são mais próximas e como elas estão percebendo suas atitudes. Pense se você quer que continue assim ou prefere mudar. Mas, acima de tudo, esteja consciente das consequências do seu comportamento atual no seu futuro profissional.



ELEGÂNCIA É TUDO

Nunca me esqueço de um chefe que tive (e foi a pessoa com quem mais aprendi). Quando eu fazia alguma coisa que não era exatamente o que ele tinha pedido, em vez de esbravejar e me chamar de burra, ele chegava perto e dizia, em voz baixa e calma: *“talvez eu não tenha me expressado bem, mas eu quis dizer que era para fazer dessa maneira...”*.

Olha só que elegância: ele assumia que não tinha se comunicado bem, e fazia o ajuste sem nenhum drama. Era bom porque eu refazia o trabalho numa boa, sem me sentir humilhada. Então, olha aqui algumas dicas que podem ajudar você:

- ★ *Esteja consciente das suas atitudes hoje e pense em como elas podem refletir no seu futuro.*
- ★ *Preste atenção no que as pessoas estão lhe dizendo. Pode ser que você não concorde totalmente, mas algumas partes podem fazer algum sentido.*
- ★ *Quando der um feedback, não agrida a pessoa. Fale sempre sobre as atitudes (que podem ser mudadas). Em vez de dizer “você é um incompetente e sempre faz tudo errado”, prefira “gostaria que você refizesse essa parte do trabalho, com certeza ficará melhor.”*
- ★ *Quando receber um feedback, não tente se justificar. Aliás, não diga nada, apenas ouça. Algumas partes do discurso podem ser interessantes e lhe trazerem outras perspectivas sobre como você é visto.*
- ★ *Não fique bravo com um amigo que lhe dá feedbacks negativos. Isso só prova que ele é seu amigo. Puxa-saquismo e amizade são coisas bem diferentes.*
- ★ *Não dê um feedback negativo na frente de todo mundo. Melhor chamar a pessoa para uma conversa particular ou aproveitar a chance quando estiverem a sós. Já o feedback positivo pode (e deve) ser dado em público.*
- ★ *Quando for dar um feedback tenha bem clara a atitude que você quer que a pessoa mude. Quanto mais objetiva, maior a probabilidade da comunicação ser bem feita e a pessoa entender o recado.*



2

QUEM NÃO SE COMUNICA...

Está bem, a nossa língua é complicada e são regras demais, ainda mais se a gente considerar o novo acordo ortográfico — quase ninguém sabe ou se lembra delas. Mas quem lê bastante erra menos.

O fato é que você, que está lendo esse livro, teve pelo menos a chance de ter contato com elas, não é? Então você conhece as regras (ou, pelo menos, sabe onde procurá-las se precisar). Se a gente pensar um pouco, com as facilidades que temos

hoje em dia para acessar dicionários e sites que tiram dúvidas sobre a língua portuguesa, só dá para deduzir uma coisa: se a pessoa teve oportunidade de estudar e continua a cometer erros muito graves, é puro relaxo, não tem outra explicação.

“Somente a língua nos faz seres humanos. Somente a língua nos distingüe dos animais” Dietrich Schwanitz

Com essas duas frases concisas, o autor de *“Cultura geral, tudo o que se deve saber”*, resume bem a importância da palavra na nossa vida.

E ele vai mais longe: quem não consegue se expressar corretamente, também não é capaz de pensar de maneira estruturada.

Assim, quem se articula de uma maneira limitada, também tem seu mundo interior limitado, não consegue construir ou entender linhas de raciocínio mais complexas. Essa pessoa não consegue nem entender e nem expressar direito o que sente e pensa, pois o vocabulário é pobre e não dá conta do muito que é a vida.

Dietrich não deixa por menos e ainda completa: mais do que a fala, a escrita é a chave para o domínio de uma língua.

Falando, a gente pode descrever coisas e pessoas, mas não dá para abstrair muito, o esforço para acompanhar o desenrolar da argumentação é muito grande. Por meio da escrita, é possível libertar a linguagem da situação concreta (fatos) e torná-la independente do contexto (ideias).

Quando a gente fala, a emoção predomina sobre a objetividade; quando escreve ou lê, desenvolve muito mais a capacidade de abstração.

Dito isso, é de se lamentar que para boa parte das pessoas, a palavra falada seja a única fonte de informação e também a única forma de comunicação. E o que acontece nesses casos é que a palavra escrita, por absoluta falta de intimidade do usuário, é freqüentemente distorcida em seu sentido original. As pessoas colocam

seus negócios em risco em armadilhas causadas por elas próprias. Seria cômico, se não fosse trágico...

Olha só: sempre dou uma geral nos spams antes de apagá-los e esses dias me deparei com o seguinte convite: *“Curso de acidentes de trânsito”*. Ora, ora, como é que posso perder um curso desses? Fui lá olhar: era um curso que ensinava como interpretar acidentes e descobrir suas causas; o público de interesse era principalmente policiais e peritos (além de curiosos em geral). Mais um tropeço na descrição: *“uso de metodologias científicas para revelar e concretar os elementos disponíveis...”*. Você não fica em dúvida sobre a qualidade do curso depois de uma introdução dessas?

Há outras confusões fáceis de encontrar:

Um grupo de pagode publicou o anúncio de uma apresentação na sua página na internet com a seguinte chamada: *“não deixe de perder o grande show...”*. Se eles estão falando, só nos resta seguir o conselho...rsrsrs

Frase de uma celebridade instantânea em pleno carnaval: *“me deram essa oportunidade e eu agarrei de braços abertos...”*

Uma conhecida apresentadora de televisão começou a manhã com essa pérola: *“Você tem que acreditar que hoje será muito melhor que amanhã e que depois que amanhã...”*

Se você frequenta a Internet deve estar cansado de ler barbaridades semelhantes. Mas olha só: o que você pensa quando lê uma frase escrita de qualquer jeito, cheia de erros de português? Isso combina com uma pessoa inteligente, competente? Se você tivesse uma empresa e precisasse contratar alguém, você contrataria uma pessoa que escreve errado?

Se alguém comete erros de português porque não teve estudo, é perfeitamente compreensível. Como exigir de alguém que não frequentou a escola e não teve acesso a livros que fale e escreva direitinho? Por causa dessa falta de oportunidades, essas pessoas acabam ocupando cargos pior remunerados ou

fazendo trabalhos braçais. Essas funções são muito dignas e necessárias, mas limitam muito as possibilidades de crescimento. Há muita gente com potencial enorme de inteligência, mas não consegue se expressar por falta de oportunidade de estudar. É muito injusto uma pessoa que teve essa oportunidade, falar e escrever errado. Diria até que é uma falta de respeito com quem não estudou e que, direta ou indiretamente, também contribuiu com seus estudos na forma de impostos.

Se você quer um trabalho que envolva salários melhores e reais possibilidades de crescimento, isso implica que você tenha capacidade de assumir responsabilidades, de negociar com outros profissionais, de conseguir traduzir bem o que tem em mente. Sem o domínio da língua, a tarefa fica bem mais difícil. Se você não é capaz de estruturar uma linha de raciocínio completa num e-mail ou numa apresentação, também fica complicado para as pessoas entenderem o que você quer dizer. Olha, posso dizer isso de cadeira, pois moro na Alemanha e ainda estou longe de ser fluente no alemão. Isso limita completamente as possibilidades profissionais da pessoa (por enquanto, só me resta estudar...). Como é que eles vão contratar alguém que fala “nós vai?”...

SEM FIRULAS, POR FAVOR!

Mas atenção: comunicar-se bem não significa falar difícil. Falar bem é se comunicar de maneira concisa, clara e correta.

Às vezes, quando a gente quer “falar bonito”, acaba usando expressões que não dizem nada e nem contribuem para a clareza da comunicação. É uma mania feia que foi inventada por quem não tinha muito a dizer e que a gente imita sem pensar. Vamos ver alguns exemplos do dia a dia:

No sentido de: “*vamos fazer todo o esforço no sentido de aprovar o projeto*”. Para que complicar? Se a gente falar: Vamos fazer todo o esforço para aprovar o projeto não diz a mesma coisa de maneira mais clara? Vamos evitar o desperdício de palavras também; por uma comunicação mais sustentável, que não gere lixo.

A nível de: “a nível de Brasil, o projeto vai muito bem”. É errado, não use. Veja a opção correta e mais elegante: No Brasil, o projeto vai muito bem. Viu como o “a nível de” não faz nenhuma falta? Se não tiver jeito, substitua “a nível de” por “no âmbito”, assim: em vez de “a nível estadual”, use “no âmbito estadual” ou melhor ainda, “no estado”. Quanto mais limpo, melhor.

Enquanto: “A IBM, enquanto empresa, é um sucesso”. Enquanto indica uma situação provisória. A IBM deixa de ser empresa em algum momento? Prefira: “A empresa IBM” ou “A IBM, como empresa, é um sucesso”.

Eu acho: há discursos que são um festival de “achismos”. Eu acho isso, eu acho aquilo. Prefira: eu penso, eu acredito, eu considero, eu creio, eu imagino e outras variações.

Junto a: caiu no gosto do povo e é usada sem nenhum critério. Mas veja bem: *junto a* significa *ao lado de*. É correto dizer “a farmácia fica junto à prefeitura”, mas quando você diz “vou entrar com o pedido junto à prefeitura” está dizendo que vai entrar com um pedido ao lado da prefeitura. Era isso mesmo que você queria dizer? Que tal simplificar e dizer: “vou entrar com o pedido na prefeitura”?

Gerundismo: Trata-se de uma construção verbal mal traduzida do inglês que só existe em português em casos muito específicos, quando o tempo estiver claramente delimitado. Usado erroneamente como sinônimo de futuro, é o tal: “vou estar fazendo”, “vou estar falando”, “vou estar comunicando”, “vamos estar resolvendo”. Fale certo e claro. Prefira: “vou fazer”, “vou falar”, “vou comunicar”, “vou resolver”.

Fazer uma colocação: colocar é dispor, empregar, usar, geralmente em relação a um objeto. Assim, ninguém faz uma colocação. As pessoas podem fazer uma observação, um comentário, uma contribuição para a conversa, uma explicação, uma crítica — tudo — menos uma colocação!

Plural de siglas: Não encontrei um consenso para o plural de siglas em português; algumas referências recomendam colocar um “s” minúsculo depois da sigla e outras dizem para não colocar nada. Mas em um ponto, todas concordam: é

errado o uso do apóstrofo s (’s). Não existe essa construção em português. Assim, para o plural de CD, PM, IPTU, RG e outras siglas, deixe igual ou use: CDs, PMs, IPTUs, RGs.

A questão dos tracinhos: A maioria das pessoas não se dá conta, mas existem dois tipos de tracinhos que fazem parte do código da nossa língua e têm significados diferentes. Um é mais curto “-”, chamado hífen, e serve principalmente para *unir* números e palavras. Outro, mais comprido “—”, é chamado travessão, e serve para fazer justamente o contrário: *separar* ideias. Se você não coloca espaço nem antes e nem depois do traço, significa que você está juntando duas palavras (ou números) e precisa usar o hífen. Exemplo: beija-flor, 88036-001.

Mas se você deixa espaços antes e depois do traço, é porque quer separar ideias, então tem que usar o travessão (*en dash* e *em dash* em inglês, que significam a largura de um *n* e de um *m*, respectivamente). Assim, em um endereço, por exemplo, ao separar a cidade do bairro, estamos separando duas ideias diferentes. Quando colocamos o CEP, estamos juntando números. Veja a diferença:

Itacorubi — 88034-001 — Florianópolis, SC. Para inseri-lo, use a opção “inserir símbolo” ou “caractere especial” do seu redator. Agora, você não tem mais desculpa para errar!

Já é hora: Você sabia que é errado escrever 19:00 h ou 18:32 h? Pois é! Apesar de um pouco estranho, o certo é 19h30min15s (assim, tudo junto), ou 15h30 (quando não tem segundos, não precisa da indicação de minutos) ou 16 horas (separado e por extenso, quando as horas forem inteiras). Parece bobagem, mas para que escrever de maneira incorreta agora que você já sabe como se faz, né?

Show de redundâncias: Outra coisa muito comum que alguém que deseja se comunicar bem deveria evitar são as redundâncias. Elas encompridam a frase sem acrescentar nenhum significado. Olha só:

O filme é baseado em fatos reais. Ora, se os fatos fossem irreais, não seriam fatos e o filme seria de ficção.

O projeto é o elo de ligação entre as entidades. Existe algum elo que não seja de ligação? É mais elegante e correto dizer: o projeto é o elo entre as entidades.

Fulano é amigo pessoal de Beltrano. Você tem algum amigo que não seja pessoal? Existem amigos impessoais? Se o sujeito conhece você só de “oi” ou do Facebook, não é seu amigo; é conhecido ou contato.

Agora só falta o acabamento final. Ué, acabamento não é justamente a última coisa que se faz? Existe acabamento inicial?

Todos foram unânimes em concordar com a proposta. Existe alguma maneira de se obter unanimidade sem que todos concordem? É melhor dizer “Todos concordaram...” ou “Houve unanimidade...”.

Eram apenas pequenos detalhes. Se fossem grandes, é claro que não seriam detalhes, né? Melhor dizer “Eram apenas detalhes”.

As duas instituições terão que conviver juntas. Ora, só dá para conviver se for junto, conviver separado não é conviver... Assim, o certo seria “As duas instituições terão que conviver”.

Comecei a trabalhar na empresa há 3 anos atrás. O verbo haver já indica tempo decorrido; se eu trabalho há 3 anos, só pode ser atrás! Assim, prefira: “eu trabalho na empresa há três anos”.

Outros casos: encarar de frente, surpresa inesperada, criar novos, sorriso nos lábios, repetir de novo, erário público, dar de graça, descer para baixo, manter o mesmo, monopólio exclusivo, pessoa humana, general do Exército e por aí vai.

NOTA: Não sou professora de português e sei que há muita controvérsia com relação ao uso das regras na língua portuguesa. Há autores que defendem que se as pessoas falam assim, então está ok. Eu penso que isso vale para quem não conhece a gramática e não teve acesso a ela, mas quem estudou, não tem desculpa. De qualquer maneira, fica a seu critério. Eu prefiro seguir as regras, uma vez que elas foram definidas e existem para que a comunicação fique mais clara e objetiva.

Tropeçando na língua: Quando a pessoa fica um pouco nervosa, é normal usar “muletas”, que são expressões utilizadas enquanto se está pensando, só para ganhar tempo e a frase ficar mais comprida. Retire as palavras em negrito e veja se elas fazem alguma falta:

O nosso sucesso, **de repente**, é fruto de muito trabalho.

Aquela garota é, **tipo assim**, muito simpática.

O nosso projeto, **né**, é muito importante.

O chato é que quando a pessoa se acostuma a usar essas “muletas”, não consegue mais falar sem elas. Essa mania acaba distraindo a atenção da mensagem que ela quer transmitir. Lembro de um professor que falava tanto “né” que acabou sendo apelidado de “nézinho”. A gente chegava a contar quantos “nés” ele falava durante a aula. Obviamente, ninguém prestava atenção na matéria...

Já pensou nisso se quem estiver falando for você (uma coisa muito importante) e quem estiver contando os seus “nés” for seu chefe ou um cliente?

Absurdos

Às vezes a gente fala coisas completamente sem sentido, apenas por repetir o que se diz por aí. Vamos ver alguns exemplos:

Roubaram o carro do José e agora ele tem que correr atrás do prejuízo. Onde José está com a cabeça? As pessoas correm atrás de sucesso, lucro, dinheiro, enfim, coisas boas. Por que uma pessoa se esforçaria tanto em correr para no final encontrar apenas prejuízo?

Estamos à disposição para maiores informações. Não existem informações maiores ou menores. Você pode fornecer mais ou menos informações.

O projeto foi votado em tempo hábil. Haverá tempo inábil? Se for dito que o projeto foi votado a tempo já não dá para entender? Observe que, nesse caso, o correto é a tempo, não em tempo.

Mais algumas dúvidas

Reverter ou inverter? Reverter é voltar para a situação anterior, como era antes. Inverter é fazer justamente o contrário, mudar tudo.

De encontro ou ao encontro? Ir de encontro ao muro é colidir no muro de maneira violenta. Ir ao encontro de alguém é se encontrar amigavelmente com essa pessoa. Ir ao encontro de uma ideia é concordar com ela. Ir de encontro a uma ideia é discordar completamente.

Em vez de ou ao invés de? Outra vez duas expressões usadas erroneamente como sinônimos. Invés lembra inverso; só deve ser usado quando só se tem duas opções possíveis e contrárias. Ex: Ela entrou, ao invés de sair. Ele respondeu, ao invés de ficar calado. Em todos os outros casos, usa-se *em vez de* (que quer dizer *no lugar de*).

Mal ou mau? Mal é o oposto de bem (bem feito, mal feito) e mau é o contrário de bom (menino mau, menino bom). Para lembrar, use a dica dos “lacinhos” que formam o par *bem-mal*.



Descendência ou ascendência? É comum ver pessoas sem filhos dizerem que têm descendência italiana, portuguesa ou alemã, por exemplo. Elas querem dizer, na verdade, que seus pais ou avós são italianos, portugueses ou alemães.

Então, eles estão andando para cima na árvore genealógica, o que significa que eles têm *ascendência* italiana, portuguesa ou alemã. Quem tem filhos, tem descendentes, ou seja, tem descendência; quem tem pais, avós ou bisavós, tem ascendentes, ou ascendência.

Fica fácil se você substituir a palavra **ascendente** por pai, avô, bisavô e a palavra **descendente** por filho, neto, bisneto. Então: tenho *ascendência* italiana (tenho pais, avós, bisavós italianos), portanto, sou *descendente* de italianos (sou filha, neta, bisneta de italianos).

Olha aí umas dicas para guardar:

- ★ *Tenha sempre uma gramática e um dicionário à mão ou no celular.*
- ★ *Não tenha medo de perguntar. Discuta suas dúvidas com os colegas e com os professores.*
- ★ *Não perca de vista que o objetivo da comunicação é se fazer entender. Por isso, seja simples e claro.*
- ★ *Se você não tem certeza sobre o significado de uma palavra, procure-a no dicionário, ou não a use.*
- ★ *Leia bastante e sobre todos os assuntos. Essa é a melhor maneira de melhorar a redação.*
- ★ *Fuja de modismos e lugares-comuns. Mesmo que não sejam tecnicamente errados, eles tornam o seu discurso muito chato. Exemplos: mudança de paradigma, agregar valor, espaço físico, inserido no contexto, fechar com chave de ouro, leque de opções, inteiro dispor, público em geral, adentrar, alavancar, antenado, via de regra, etc*

RESPEITÁVEL PÚBLICO

Hoje em dia todo mundo precisa fazer apresentações; seja na escola, no trabalho, até em algum evento. E, mais ainda, precisa assistir a um montão delas. Não sou uma especialista no assunto e não posso dizer que as minhas sejam perfeitas, mas sempre que posso leio alguma coisa a respeito para maltratar menos quem está me dando toda sua atenção.

Pena que nem todo mundo pensa assim. Pôxa, se a pessoa precisa transmitir uma mensagem que considera importante, custa aprender direito como se faz? Ultimamente tenho assistido apresentações de dar dor de cabeça, irritação e até mau humor. É uma falta de respeito tão grande com quem está assistindo que fico pensando sobre o que passava na cabeça da pessoa quando montou o espetáculo. Como é que alguém quer ganhar nota boa no trabalho se a apresentação é uma tortura? E pior, como é que alguém pretende vender uma ideia assim?

Uma apresentação (qualquer uma) sempre tem como objetivo convencer a plateia de alguma coisa. A pergunta é: do que você quer que as pessoas estejam convencidas quando você terminar a sua fala e disser “obrigado”? Se isso não está claro para você, a apresentação já começa mal...

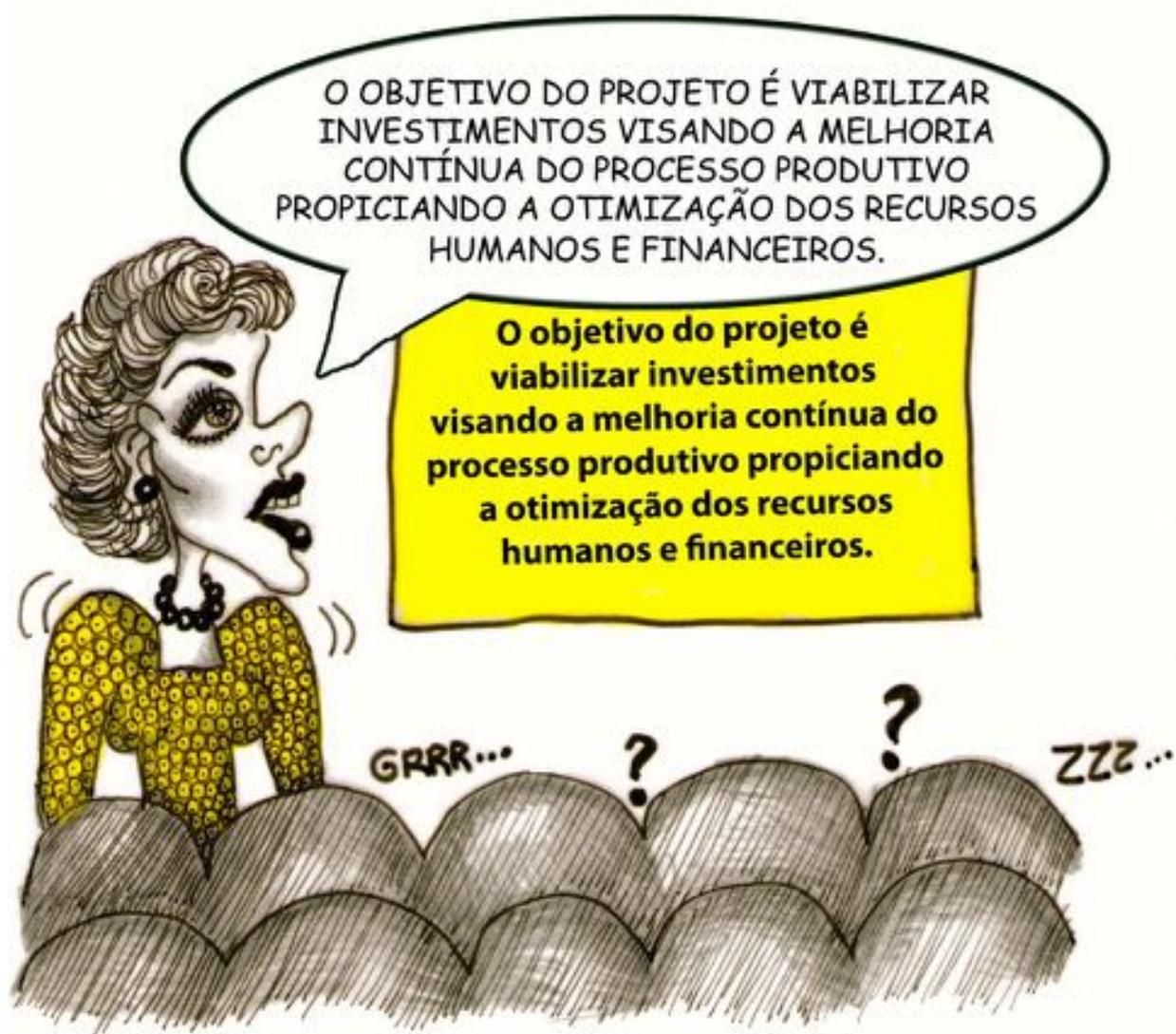
Há um tipo de apresentação que considero a pior: aquela onde o orador despeja páginas e páginas de texto de um roteiro que só servem para demonstrar o quão pouco ele se preparou para o evento.

Algumas pessoas simplesmente se esquecem que as apresentações no Powerpoint devem ser concebidas para ajudar a comunicar uma ideia, para reforçar conceitos-chave de maneira mais didática, enfim, para informar aos mais distraídos sobre o assunto que está sendo tratado na hora. Mas não para servir de muleta para apresentadores despreparados. Se você está nervoso e não sabe o que vai falar, não puna as pobres pessoas que vão lhe assistir com textos de 20 linhas; elas não têm culpa.

Há apresentações que mais parecem aqueles exames oftalmológicos com testes para ver se você enxerga bem. As letras são minúsculas e o apresentador tem a cara de pau de se desculpar dizendo que tinha muito texto ou a tabela era muito grande. E a plateia com isso? Se a pessoa não tem capacidade de síntese, devia pedir ajuda ou se preparar mais.

Não por coincidência, em geral, esses são os shows mais recheados de erros de português e de digitação. Se o palestrante não teve nem o cuidado de resumir os principais pontos, por que exigir dele uma banal revisão?

O cúmulo dos cúmulos, na minha opinião, é quando o apresentador desembesta a ler tudo o que ele escreveu lenta e pausadamente, como se todos os ouvintes fossem analfabetos. Alguns, mais sensíveis, quando percebem o mal-estar geral e o desinteresse generalizado, passam a ignorar a montanha de texto e saem falando sobre outro assunto, provocando a síndrome do filme com legenda: você tenta ler o que está escrito e prestar atenção no que a pessoa está falando ao mesmo tempo, mas é impossível.



Algumas vítimas optam por prestar atenção no apresentador, ignorando solenemente o recurso visual, o que caracteriza um desperdício (projetores e laptops custam caro). Outras, mais ortodoxas, preferem apenas tentar ler e passam a achar que a voz do apresentador perturba a sua concentração.

E ficam com muita raiva quando se passa para o próximo quadro sem que elas tenham acabado de ler o anterior.

Gente, para que esse sofrimento todo? Se o apresentador está inseguro sobre o que vai falar ou tem medo de se esquecer de algo importante, pode escrever fichas para se orientar. Pode distribuir material impresso para preencher as lacunas sobre as informações que não foram detalhadas. Pode combinar perguntas com colegas. Pode ainda se preparar mais, ensaiando em casa.

Enfim, há muitas maneiras de tornar uma apresentação interessante sem fazer a plateia sofrer. Só que dá um trabalhão! Quanto mais legal e aparentemente simples é uma apresentação, mais horas de preparação ela consumiu, pode ter certeza!

O ideal é que os slides tenham apenas imagens e/ou poucas palavras-chave.

Mas figuras são difíceis de se achar e se leva horas para encontrar uma que se encaixe direitinho no conceito. As tabelas devem ser consolidadas apenas com as informações que possam ser entendidas e visualizadas naquele momento.

É só lembrar da regrinha básica: o que não pode ser lido, não deve ser mostrado!

Assim, mais trabalho: nada de pegar o que já está pronto no relatório e simplesmente colar.

Filmes? São muito bem-vindos, desde que testados antes, exaustivamente, incluindo o som. Então, nem pensar em chegar com apenas 5 minutos de antecedência. Apresentações com filmes exigem mais ajustes para evitar fiascos.

É constrangedor testemunhar a luta entre o palestrante e o equipamento em tempo real.

Ah, e será que letras esvoaçantes e efeitos especiais contribuem mesmo para o conteúdo que está sendo tratado?

Outra questão é o tempo. Planejar bem antes evita que o começo seja lento e o final desande em desabalada carreira. Ou então, que os ouvintes olhem mais para seus relógios do que para a tela. Dicas:

- ★ *Responda à pergunta: o que quero que as pessoas pensem depois que eu terminar de falar?*
- ★ *Procure saber o máximo de informações possíveis sobre o público que vai assistir você; assim dá para adequar os exemplos que sejam mais interessantes para eles e evitar mancadas e gafes. Essa informação também é importante para você saber o quanto pode se aprofundar no assunto.*
- ★ *Evite transições animadas. Elas distraem a atenção da plateia para o que você está falando. Vale o mesmo para efeitos especiais (a não ser que tenham alguma função na apresentação).*
- ★ *Use o menor número de palavras que você conseguir (sem muitas variações no tipo de letra). Então, não precisa usar verbos e adjetivos; só palavras-chave mesmo.*
- ★ *Evite fundos estampados e marcas d'água; seja o mais simples e claro possível.*
- ★ *Preste atenção no contraste das cores. Dependendo do projetor, o texto pode ficar ilegível.*
- ★ *Ensaie, revise, ensaie. Monitore o tempo.*
- ★ *Chegue pelo menos meia hora antes da apresentação e teste os equipamentos.*
- ★ *Tenha várias cópias da apresentação em mídias diferentes (CDs, pen-drives, Internet) para o caso de alguma falhar. E boa sorte!*

MENSAGEM PRA VOCÊ

Acabei de receber mais um inacreditável e-mail de uma pessoa sem noção. Não, não é spam. É alguém que está insatisfeito com a empresa onde trabalha e me manda seu currículo, perguntando se eu sei de alguma oportunidade. Não conheço o candidato, diz ele que um amigo comum me indicou. O currículo é até razoável, mas me recuso a indicar esse indivíduo por um motivo muito simples: ele mandou tudo isso pelo endereço de e-mail da empresa onde trabalha atualmente. O endereço para contato que consta no currículo também é o dessa empresa. Tenho certeza de que, na entrevista, o sujeito é capaz de jurar sobre a Bíblia que é uma pessoa extremamente ética. Como é que pode?

De que adianta a gente falar tanto contra a corrupção nesse país se todo mundo acha natural usar os recursos da empresa onde trabalha para fins particulares, inclusive contraditórios aos objetivos de quem paga o seu salário?

Não seria mais sensato essa pessoa criar um endereço grátis no gmail e não depender nunca mais na vida de empresas e empregos para ser encontrado?

Tenho muitos amigos, pessoas legais, cujo contato perdi completamente quando eles mudaram de emprego. Há alguns que se dão ao trabalho de avisar para todo mundo cada vez que trocam de empresa, informando o novo endereço de e-mail. Não consigo encontrar uma explicação razoável, afinal, são pessoas inteligentes. Por que será que fazem isso?

Bom, vou aproveitar a deixa para fazer uma lista de boas práticas na web, uma espécie de movimento para conscientizar quem não está prestando muita atenção na sua correspondência virtual. A ideia é não deixar mais que as pessoas prejudiquem tanto a sua imagem (e da empresa onde trabalham) por pura distração (ou sei lá o quê).

As dicas valem para qualquer mensagem profissional, seja enviada por email ou por redes sociais como Facebook ou Whatsapp.

Vamos lá:

Endereço: Crie um endereço pessoal que independa de onde você trabalha para contatos extra-profissionais e mandar piadas, filminhos, fotografias e afins. É mais ético, mais justo, mais organizado, mais prático e mais bacana. E é grátis.

Rodapé: Se tiver que mandar uma mensagem pessoal pelo endereço da empresa (não custa lembrar: evite a todo custo fazer isso), não se esqueça de apagar o rodapé (ou assinatura) padronizado. Já recebi coisas completamente incompatíveis com a identidade da organização em questão. O pior é que o nome da empresa vai aparecendo conforme a corrente vai crescendo. Isso me faz lembrar que é importante apagar todo o lixo (incluindo endereços e comentários anteriores) que não faz parte da mensagem antes de encaminhá-la.

Privacidade: Procure sempre prezar pela privacidade dos destinatários (use o recurso de ocultar endereços).

Nome: Se tiver que enviar uma mensagem de cunho profissional, por favor, use o e-mail da empresa com seu nome verdadeiro! Já recebi propostas comerciais e currículos de endereços constrangedores (ex: belzinha_fofax, vivi_fashion08, betofodao2 e por aí vai). Se a empresa tem um domínio, os negócios em nome dela devem ser coerentes com este endereço.

Slogans: E-mails pessoais podem ter qualquer coisa no rodapé (ou assinatura), desde slogans até figurinhas. Mas se você utiliza esse endereço para fins profissionais, convém evitar coisas como “Jesus te ama”, “Não sou um completo idiota porque faltam algumas partes”, “Odeio segundas-feiras” ou “O amor sempre vence no final”. Pode parecer engraçado, mas não comunica profissionalismo.

Correntes: Tenha dó dos seus amigos e não mande correntes com histórias esquisitas sobre ganhar dinheiro fácil, produtos que causam câncer, novo vírus Trojan e coisas assim. Se você não tem certeza se o que está escrito é realmente verdade porque não tem tempo, por que seus amigos teriam? Não contribua para que a praga se dissemine nas *timelines* de todo mundo. Na dúvida, toda vez que receber algo dizendo que o McDonalds usa carne geneticamente modificada, consulte o índice de **lendas urbanas**. Procure por “lendas urbanas” ou “hoax” no Google, seguido das palavras-chave da mensagem misteriosa. Num instantinho

you will discover that it was all a lie and you would pay the biggest fool by sending it forward. In social networks it reaches to be embarrassing the lack of common sense; not be any more a fool.

Caixa cheia: Nothing is more annoying than sending a message to a person and she does not answer.

Generally the inbox is so full of junk that it gets lost in the middle, waiting for the hour to be found. I receive more than 300 e-mails per day and I answer to all that are sent directly to me (about 30). How? It is only to have an excellent and well-trained anti-spam tool, a little discipline and more than one address (I have a yahoo only for virtual purchases, registrations, lists and other things less personal). The same thing applies to Messenger, WhatsApp and other social networks. The inbox should be clean with frequency and have, at most, 10 messages (issues that are still being treated). Get used to creating organized folders by subject and archive what has already been resolved.

Assunto: People help a lot our recipient when it clarifies, already in the subject (or subject), what the message is about. Nothing is more confusing than receiving an "En:Re:Re:Re:Re:Good day". It is not much better "Change of proposal XY"? When the e-mail deals with more than one subject, number the items so that the text is more organized.

Português: Always take a look at Portuguese. Your friends can find it funny and even prefer cryptograms and without vowels. For clients, better not to risk. Ah, just to remember: uhuuuuu, ashuashuashua, kkkkk and congeners do not make part of the Portuguese vocabulary, so better not to use in formal correspondence.

Autoria: For more interesting than being a chronicle or text that you have received, try to verify, even if it is by Google, the authenticity of the author. There are texts attributed to Luís Fernando Veríssimo that only even a person who has never read anything of his could believe. There are stories that talk about the religiosity of Einstein

completamente contraditórias com a sua biografia. Se você não tem tempo para conferir, poupe o tempo de quem vai ler também. Não é justo?

Anexos: Utilize anexos apenas quando isso é absolutamente indispensável. Várias vezes tive que abrir um arquivo Word que tinha apenas um parágrafo escrito (por que a pessoa não colocou a informação no corpo do e-mail?). Lembre-se sempre de facilitar a vida de quem está do outro lado. Se o interesse que ela receba a mensagem é seu, faça sua parte. O mesmo vale para mensagens de voz: nem sempre a pessoa está com um fone de ouvido ou em um lugar em que possa ouvir com privacidade.

Formatos de anexos: Falando em anexos, se você não quiser que o arquivo anexado seja alterado, perca a formatação ou mude as fontes tipográficas, evite enviá-lo em formato Word, Excel ou qualquer formato passível de ser sobrescrito. Aliás, só envie um anexo em formato aberto (editável) se o objetivo é esse mesmo; que a pessoa altere o conteúdo do arquivo. Em todos os outros casos, prefira formatos fechados (não-editáveis). A empresa Adobe desenvolveu o formato PDF exatamente com esse objetivo (você ainda elimina o risco de vírus que poderia vir junto com o documento Word). Se você não tem o software instalado, pode baixar o conversor de arquivos para esse formato **gratuitamente**. Aliás, há versões do PDF em que você pode alterar o conteúdo sem prejudicar a formatação (serve para preencher formulários, por exemplo). Fica muito mais profissional e prático para todas as partes.

Vários anexos: Quando for anexar muitos arquivos (principalmente de formatos diferentes), coloque em uma pasta compactada e mande somente essa pasta. Pense sempre no conforto de quem recebe a mensagem.

Pesquisa: Se você estiver fazendo uma pesquisa, jamais anexe um documento para a pessoa preencher. Prefira sempre publicar um formulário na Internet e mande só o link. É mais seguro, rápido e confortável para a pessoa que já está fazendo o grande favor de colaborar. Ah, e não se esqueça de agradecer a participação e oferecer os resultados da pesquisa depois.

Mensagens: No caso de mensagens em redes sociais, também vale ser objetivo e profissional. Vivo recebendo mensagens no Messenger do tipo: “Oi!” ou “Bom dia!”. Bacana, mas como vou responder isso (geralmente 5 horas depois, que é a diferença de fuso horário entre Berlim e o horário de Brasília)? Então, se em vez de apenas “Oi” a pessoa escrever “Oi, sou fulano de tal e preciso de tal informação” fica mais fácil para as duas partes, pois já sei o que a pessoa quer e vou responder quando puder (sempre respondo quando a pergunta é objetiva). Em resumo:

- ★ *Não faça piadinhas com seu nome no endereço de e-mail ou na assinatura quando a mensagem for de cunho profissional.*
- ★ *Só anexe arquivos e mensagens de voz se não tiver outro jeito e você já combinou isso com a pessoa que vai receber. Mesmo assim, evite formatos abertos e tamanhos muito grandes.*
- ★ *Se você não tem tempo para conferir se a mensagem é verdadeira ou não, não repasse a tarefa a seus amigos. Se tiver dúvidas quanto à autoria, apague e não passe adiante. Lembre-se: quem espalha notícias sem ter certeza é fofoqueiro. É assim que você quer ser lembrado?*
- ★ *Peça a um colega bom de português para revisar uma mensagem importante (como um currículo, proposta ou a que você vai enviar para um cliente).*
- ★ *Economize o tempo da pessoa (e o seu) adiantando o assunto a ser tratado no campo chamado, veja só, “assunto”.*
- ★ *Não trate clientes e colegas de trabalho como se fossem seus amigos de infância; não envie vídeos, fotos ou piadas que possam constrangê-los.*
- ★ *O tratamento entre desconhecidos deve sempre começar de maneira formal e respeitosa; a intimidade vem com o tempo (ou nunca, se for o caso. Não quero ser amiga de quem me liga no telemarketing tentando me vender coisas que não quero comprar).*
- ★ *Palavrões, só com amigos ou pessoas com quem você tem muita intimidade. Com clientes ou em situações formais, nunca!*

BEM NA FOTO

Nesses tempos internéticos em que a gente vive, onde as redes sociais são responsáveis por boa parte dos contatos profissionais, há que se tomar bastante cuidado com as fotos que colocamos lá. Mesmo que o sujeito faça um perfil só para a família e os amigos mais chegados, ninguém pode impedir que alguém salve a imagem e venha cair nas mãos do seu chefe (ou futuro potencial chefe, ou cliente, ou investidor, enfim). É isso, não há o que fazer. Postou, se expôs.

Para quem trabalha com serviços, como eu, a coisa é automática: quem vai me contratar sem me conhecer pessoalmente, com certeza “dá um google” no meu nome antes para formar uma opinião. Inclusive, não poucas vezes, é lá mesmo que a pessoa fica sabendo que existo. Para quem tem um emprego, a coisa não é tão diferente, afinal, se você bate ponto numa mesa de trabalho, nada garante que vai continuar lá na semana que vem. Mesmo que seu sonho seja abrir uma empresa, você vai precisar de investidores, sócios, fornecedores, clientes. Aí, você não vai escapar de uma “googlada”, pode ter certeza.

Muito e exaustivamente já se falou que há que se ter cuidado com o que se publica, compartilha, comenta, e por aí vai. Cabeças rolam por causa de dedos descontrolados com muito mais frequência do que se imagina. Mas vejo o pessoal falar pouco das fotos, que são tão importantes quanto os textos.

Falar da inconveniência de postar fotos de bebedeiras dignas da Amy Winehouse ou intimidades chega a ser tão óbvio que vou me abster; quem faz esse tipo de coisa certamente não costuma ser meu leitor. Não, seu potencial empregador ou cliente não vai achar a menor graça em ver você vomitando ou exibindo sua capacidade de passar várias noites em claro e fingir que está trabalhando durante o dia (poupe o mundo de comentários engraçadinhos a respeito da falta de noção do chefe; se você realmente precisa desabafar e não tem um amigo em quem confiar, crie outro perfil com um pseudônimo, mas não se exponha dessa maneira).

Mas aqui estou falando daquela foto que apresenta você a desconhecidos; a foto do seu perfil. Aquela que vem junto para apresentar alguém que pretende ser seu contato no Facebook ou no LinkedIn, por exemplo.

Esses dias recebi um convite de uma pessoa que parecia tão mal humorada que fiquei até com medo. Tem muita gente com cara de bronca e poucos amigos, pode reparar. Como é que isso pode funcionar a favor da pessoa? Se alguém se apresenta para o mundo de cara fechada assim, como será o figura no dia-a-dia? Pessoalmente, quando você é apresentado alguém, também faz essa cara de quem chupou limão? Não, né? Pelo menos um sorriso de boas-vindas junto com o aperto de mão tem que rolar.

Há quem prefira ser associado a um tórax todo trabalhado em ferro ou por alguns mililitros a mais na comissão de frente e com certeza isso conta pontos (para mais ou para menos) na impressão que a pessoa vai ter do tal contato. Não chega a prejudicar em alguns ramos profissionais (se você é modelo ou personal trainer, por exemplo); mas é preciso ter consciência do impacto que a decisão de se expor assim provoca, e, principalmente refletir se a profissão que a pessoa escolheu para ganhar a vida é compatível com o que se está mostrando.

Se o profissional em questão é modelo e a foto está bem feita, problema nenhum. Mas se é especialista em finanças, o currículo todo será apagado da mente do leitor pelo bombado corpícho sem camisa.

Como eu disse, não há nada de errado em se achar bonito e gostar do próprio corpo (aliás, isso é ótimo!). Mas pense na ênfase que você pretende dar a esse aspecto na sua vida profissional. A exposição contribui ou não?

O que você quer destacar na sua apresentação para o mundo: suas competências profissionais ou sua forma física?

Também há quem use caricaturas ou poses engraçadas (adequadíssimo se for artista ou ilustrador; arriscado se for advogado ou juiz); quem prefira aparecer de costas (fugindo de quê?); quem opte por mostrar uma parte do corpo menos

comprometedora como mãos, um olho, o pescoço (não entendo a mensagem, mas fica difícil de aceitar um pedido de amizade de uma pessoa que parece querer se esconder); quem apareça com os filhos e o cônjuge (é de graça; não dá para cada um ter o seu?); de perfil (enigmático); foto recortada e de péssima qualidade (hoje em dia dá para tirar um montão até achar uma mais ou menos boa, não custa caprichar para comunicar melhor quem você é) e até aquelas onde o sujeito aparece tão pequenininho e irreconhecível que ninguém consegue vê-lo; por fim, há os que usam fotos de artistas famosos para representá-los (a gente fica pensando que o original deve ser um monstrenguinho).

Note que estou aqui falando das redes para uso profissional, mas hoje em dia é meio complicado separar uma coisa da outra, não é?

É claro que cada um escolhe a foto que bem entender para colocar no seu perfil; mas tente se colocar no lugar de uma pessoa que está vendo isso pela primeira vez e precisa formar uma opinião. Para que dificultar as coisas?

Nossa imagem profissional é formada na mente das pessoas como se fosse um quebra-cabeças; a foto do perfil é uma peça importante, às vezes uma das principais que o mercado tem acesso.

A escolha é livre e de cada um. A ideia aqui é só provocar uma reflexão para que você analise e pense se a sua imagem pública está coerente e de acordo com quem você é de verdade e com seus objetivos pessoais e profissionais.

Sair mal na foto não prejudica só na balada não. Pode queimar também seu contracheque ou seu futuro empreendedor...

Em resumo:

- ★ *Escolha uma foto que ficaria bem em qualquer situação e que consiga traduzir sua competência e profissionalismo; não precisa ser nada sofisticado, mas evite fotos recortadas e ruins.*

- ★ *Se sua profissão for na área artística ou criativa, ou se você se destaca pelo bom-humor, dá para ousar um pouco mais (usar caricaturas ou poses engraçadas, por exemplo).*
- ★ *Perfil profissional trata das suas competências; prefira uma foto com você sozinho em vez de colocar junto o amor da sua vida ou a família toda.*
- ★ *Cuidado com os comentários que posta; grosserias, palavrões e elogios à sua capacidade de beber até cair não ajudam a construir uma boa imagem profissional.*
- ★ *Imagens publicadas em redes sociais seguem os mesmos princípios do texto: não tem certeza da veracidade ou da autoria, **não compartilhe**.*
- ★ *Evite tratar questões particulares em praça pública. Se você brigou com o(a) namorado(a) ou colega, seu futuro empregador ou cliente não precisam saber dos detalhes e nem ter acesso às indiretas. Constrange todo mundo e não é valor para ninguém.*
- ★ *Montagens grosseiras com figuras públicas: será que você gostaria de ver você ou alguém querido sendo exposto dessa maneira? Empatia, ou seja, a capacidade de se colocar no lugar do outro, é fundamental. Sempre.*
- ★ *Pense muito antes publicar imagens chocantes; as pessoas precisam ter o direito de escolher se querem ou não ver certas cenas.*
- ★ *Redes sociais não são muros de lamentações; gente que está sempre reclamando da vida e de tudo não comunica uma boa imagem profissional.*
- ★ *Antes de postar, seja gentil. Será que essa mensagem terá alguma utilidade para alguém, acrescentará algo, ou é apenas um ato de exibicionismo puro? Você quer ser interpretada como uma pessoa apaixonada pelo próprio umbigo?*
- ★ *Cuide com comentários racistas, homofóbicos ou preconceituosos. Você pode ser processado. Além disso, o mundo não tem mais lugar para profissionais com a cabeça tão pequena.*

ALÔ? VOCÊ PODE FALAR?

O smartphone é um equipamento que se tornou tão essencial na nossa vida profissional que merece um tratamento à parte. Há quem que use o aparelho como se fosse um órgão do corpo, está sempre atento e *online*. Isso faz pessoas legais parecerem muito mal educadas.

Sem dizer que muita gente fica completamente alheia em reuniões, palestras e apresentações importantes porque sua atenção, em vez de estar concentrada nas pessoas, está totalmente focada nas atualizações das redes sociais.



Olha só como você pode fazer seu smartphone funcionar como um aliado.

- ★ *Não atenda o celular no elevador. As pessoas não devem ser constrangidas a compartilhar seus assuntos pessoais ou profissionais sem ter como fugir.*
- ★ *Não atenda o telefone enquanto estiver em reunião, é falta de educação com os outros participantes. Se a reunião for entre você e apenas mais uma pessoa, pior ainda, pois sua atenção deve estar totalmente voltada para ela. Deixe no modo silencioso e retorne depois.*
- ★ *Outra coisa: se estiver em uma reunião ou assistindo aula, não fique enviando mensagens, twittando ou brincando com joguinhos. As pessoas percebem que você não está prestando atenção e é muito chato. O recado é claro: você não está nem um pouco interessado no que está sendo dito. Então por que está presente?*
- ★ *Evite assistir filmes ou ouvir música em lugares públicos (principalmente confinados, como ônibus, metrô ou salas de espera) sem fones de ouvido. É uma questão de respeito com os outros.*
- ★ *Sempre que ligar para um celular, pergunte antes se a pessoa pode falar antes de começar a conversa. Melhor enviar mensagem sempre que possível, assim a pessoa responde quando puder.*
- ★ *Se você for à igreja, teatro ou cinema, não se esqueça de deixar o celular no modo silencioso. Sua vó está no hospital e você precisa atender se precisarem falar com você? Então deixe para ir ao cinema quando a velhinha receber alta!*
- ★ *Cuidado com os ringtones engraçadinhos. Já pensou, você conversando com um cliente importante sobre um assunto delicado e de repente o seu telefone começa a latir?*
- ★ *Se você atendeu o telefone de um colega da mesa ao lado, ofereça-se para ajudar e anotar o recado. Não diga que a pessoa “ainda não chegou”, “já saiu” ou que “ela está no banheiro”. Diga que ela está em reunião (pode ser externa) e pronto.*



VOCÊ QUERIA FALAR
COM QUEM MESMO,
MEU BEM? O
DIRETOR? OLHA, ELE
ESTÁ NO BANHEIRO
FAZ UM TEMPÃO,
MAIS DE MEIA HORA...
MAS PERAI QUE EU
VOU LÁ VER SE ELE
PODE ATENDER... SÓ
UM MINUTINHO!

CAN YOU SPEAK ENGLISH?

Falar outra língua, além de útil, é também uma maneira de você exercitar o cérebro usando outras construções e outras estruturas para se expressar. A tradução nunca é literal, então, para se fazer entender, é preciso que você pense na língua em que está falando; não consigo imaginar melhor “ginástica” para os neurônios. O seu mundo fica maior, sua possibilidade de adquirir mais cultura se multiplica, sua capacidade de se expressar se potencializa.

Se você tem a oportunidade de aprender uma língua, não a perca de jeito nenhum. Se você não teve muitas chances de aprender, dê um jeito de correr atrás e adquirir esse conhecimento de alguma forma. Hoje em dia, com a Internet, é tudo mais acessível. Você pode conhecer alguém bacana com a ajuda de alguma rede de relacionamento, e depois falar com essa pessoa pelo Skype. Outra dica é visitar o site da **BBC de Londres**. Eles têm cursos de inglês a distância completamente gratuitos. E mesmo que você não converse em inglês, por favor, pelo menos leia nessa língua. Senão, você vai perder uma parte significativa do conhecimento escrito disponível no mundo. Pense bem, isso não é pouco. Qualquer que seja a área de conhecimento que você escolha estudar, sempre haverá mais referências em inglês do que em outras línguas. Mas não deixe de fora outros idiomas importantes como espanhol, italiano, francês, alemão e até mandarim. Ter contato com todas essas culturas é um tesouro inestimável para a formação de qualquer ser humano.





3

NÃO BASTA SER, TEM QUE PARECER

As pessoas costumam dizer que não julgam pelas aparências, mas o fato é que isso é automático no ser humano. Você “lê” a aparência de uma pessoa e imediatamente forma uma opinião a respeito, mesmo inconscientemente. Temos que fugir dos preconceitos, por isso, é importante saber o que fazer com esse julgamento e não tratar ninguém melhor nem pior por causa disso (todo mundo merece: respeito). Mas como usar a aparência a seu favor e fazer a roupa ser mais uma ferramenta de comunicação?

COM QUE ROUPA?

Dia desses me vi envolvida numa discussão sobre se as pessoas devem ou não ser julgadas pela roupa que vestem e se a empresa pode recusar ou contratar um candidato com base na sua vestimenta no dia da entrevista ou da contratação de algum serviço.

Bom, a roupa é uma ferramenta de comunicação como outra qualquer. Roland Barthes, famoso e respeitado filósofo que dedicou boa parte de sua vida ao estudo da semiologia (o estudo dos signos e seus significados) chegou a escrever um livro inteiro sobre o assunto chamado “O Sistema da moda”. Ele dizia que ninguém se veste impunemente.

O ato de vestir, em nossa sociedade, é cuidadosamente codificado.

A roupa diz muito sobre a pessoa. E não tem nada a ver com o poder aquisitivo. Uma das pessoas mais elegantes e bem vestidas que já conheci foi uma faxineira numa das empresas onde trabalhei. Ela estava sempre ereta, com o uniforme impecável, uma leve maquiagem e as mãos sempre feitas! O profissionalismo que essa mulher transmitia excedia a qualquer concorrente. E quantas mulheres riquíssimas que você conhece que parecem um espantalho de exagero e mau gosto?

Quando um designer gráfico, uma pessoa essencialmente visual, vai a uma entrevista com roupas que não combinam entre si, dá para desconfiar da sua competência, da sua cultura visual. Se ele não tem “olho” para perceber a dissonância, o desequilíbrio, a disparidade entre as cores, como é que vai dar para confiar no trabalho que ele vai fazer? Se ele não se incomoda com o ruído visual, com o feio, com a falta de sintonia, então ainda não está maduro. As pessoas não são modulares. Elas são inteiras. Ou têm “olho”, ou não têm. E como eu disse antes, não tem nada a ver com o poder aquisitivo nem com estilo. Há roupas de marca, caríssimas, horrorosas. E camisetas de balaio bem charmosas, sem falar das opções originalíssimas disponíveis em brechós a preços de banana.

Só para enfatizar novamente: isso não tem nada a ver com se vestir todo arrumadinho e lambidinho; cada um tem seu estilo, sua maneira de se mostrar para o mundo. O que quero chamar atenção aqui é nem sempre a intenção da pessoa está em consonância com o que ela mostra (aí passa os dias reclamando que é incompreendida).

A responsabilidade da comunicação é de quem comunica, ou seja, quem tem interesse que a mensagem seja compreendida.

Quando um ator de televisão aparece em um casamento de celebridades vestido com um jeans rasgado e chinelos, de maneira alguma isso significa que ele não liga para roupas. Ele liga muito, e a tal ponto que precisa desesperadamente se diferenciar e chamar atenção usando esse recurso. Se ele vestisse um terno como todos os outros convidados, estaria prestando uma homenagem aos noivos (“eu nunca visto terno e odeio gravatas! Só mesmo o meu grande amigo Fulano é capaz de fazer valer tal sacrifício”), mas sumiria na multidão. Ele se veste de maneira inadequada e a mensagem a ser lida é “Estou pouco me lixando para o meu amigo Fulano. O meu jeito de ser e as minhas opiniões são mais importantes que tudo!”

Como a roupa tem códigos, com certeza há linguagens e vocabulários específicos para cada ocasião.

Pense: se você vai numa reunião com o cliente e está todo mundo de terno, por que você vai de bermuda? Uma coisa é certa, sua roupa vai chamar mais atenção que tudo. É isso mesmo que você quer?

Se quero ser desejada, vou a uma festa com um vestido curto e sensual. Mas no trabalho, se quero que a mensagem principal seja “vejam como sou competente”, não dá para usar o mesmo vestido. Ele está “berrando” uma mensagem diferente.

Se vou visitar um cliente e sei de antemão que ele é formal e conservador, o que custa tirar os piercings mais visíveis? Não se trata de fingir ser quem você não é. Trata-se de adequar a linguagem à situação. Com certeza, numa mesa de bar,

depois de três cervejas, com amigos de infância, você não usa o mesmo vocabulário que numa reunião de diretoria, não é? A sua atitude também é diferente.

No bar você pode sentar de maneira relaxada, com as pernas esticadas. Pode até colocar o pé em cima de uma cadeira, dependendo do lugar. Numa reunião de negócios, jamais.

Qual o problema em adequar a atitude, roupa, linguagem à cada situação? Isso mostra que você domina bem as ferramentas de comunicação e tem sensibilidade para verificar o contexto e se adaptar.

Você não sai falando alemão num encontro onde está todo mundo conversando em chinês. Com a roupa é a mesma coisa.

A essência de uma pessoa não é alterada pela roupa. Mas pode ser muito bem traduzida por ela. E atributos importantíssimos para um profissional são a flexibilidade, a capacidade de adequação, a empatia, a facilidade de comunicação, a sensibilidade para interpretar contextos e o domínio das linguagens.

Assim, quando uma empresa dispensa uma candidata a gerente de negócios porque ela foi à entrevista com a lingerie preta e pink aparecendo no profundo decote, não necessariamente é porque os examinadores são caretas e moralistas (sim, pode ser que eles sejam). Mais provavelmente é porque ela não tem domínio sobre a linguagem, não sabe se comunicar. Não possui um atributo essencial que é a capacidade de entender o cliente e falar a linguagem dele para ser melhor entendida.

Mas ela obviamente acha que o seu jeito sensual de ser é mais importante que tudo. Ela pode ser muito competente na sua área, mas lhe falta a capacidade de adaptação essencial a um profissional nessa posição. Contratá-la pode colocar a imagem da empresa em risco. Quer arriscar?

Ah, mas ela é assim mesmo, gosta de roupas provocantes. Ok, não há nada de errado nisso, mas a moça tem que encontrar uma profissão onde isso seja uma qualidade valiosa e não um ruído na comunicação. Ela pode trabalhar numa loja de

lingeries, por exemplo. Ou numa clínica de estética. Ou como modelo. Ou como blogueira especializada nesse tema que a apaixonou. Enfim, se ela não quer abrir mão disso, melhor achar um lugar onde essa característica seja um valor. Vale o mesmo para quem não abre mão de trabalhar de chinelos ou goste de usar *dread-locks*.

Você quer seguir a carreira de advogado mas odeia andar de terno? É hora de avaliar suas escolhas agora, ou você pode correr o risco de passar a vida se torturando, contando os dias para as férias chegarem. O trabalho ocupa uma parte muito grande do nosso dia; então é melhor que a gente goste e se divirta nele.

E TATUAGEM, PODE?

A resposta não é tão simples quanto parece, vamos lá.

As roupas, o corpo, a maneira como a gente se veste e se movimenta comunicam muito sobre o ser humano que está carregando isso tudo. A gente usa esses recursos para se expressar e se mostrar para o mundo; para marcar posição.

Não custa lembrar, isso nada tem a ver com recursos financeiros. Já cansei de falar que uma das pessoas mais elegantes, dignas e com atitude profissional exemplar era uma faxineira que conheci; finíssima. E as colunas sociais e revistas de celebridades estão aí para provar que boas maneiras e elegância não estão à venda nas lojas para quem quiser comprá-las.

Pois é, então nosso corpo é uma ferramenta poderosíssima para expressar quem a gente é e o que pensa do mundo; fato. Quando a pessoa faz uma tatuagem, há um monte de mensagens implícitas e explícitas sobre como ela vê o mundo (depende do desenho, do tamanho, do lugar, da quantidade, da postura e da roupa que vai junto, entre outras coisas).

Geralmente quem faz uma tatuagem agressiva, usa um alargador na orelha ou um piercing no rosto, demonstra algum tipo de revolta com o estado vigente das coisas, algum inconformismo com as regras e “com tudo isso que está aí”. É também uma forma de se destacar na multidão, de mostrar que é diferente, de não

ser “enquadrado” no sistema. Claro que essa é uma interpretação genérica e há quem faça tudo isso por uma questão estética, apenas porque acha bonito, ou por outros motivos que a gente nem imagina.

Bom, o ponto em que eu queria chegar é que, quando a pessoa trabalha numa empresa, ela está sendo contratada para transmitir e compartilhar a identidade dessa empresa. E a organização tem que ter um discurso coerente e bem encaixadinho para ajudar a construir uma imagem de credibilidade.

Pois então. Se a identidade da empresa também é de inconformismo, de mudança, de ousadia e de quebra de paradigmas, nada mais adequado do que contratar pessoas com um visual, digamos assim, mais alternativo. É mais que coerente; é desejável. Ficaria muito estranho um sujeito de terno azul marinho e gravata, todo arrumadinho, trabalhando num estúdio de tatuagem ou numa sex shop, por exemplo. Mas um juiz de bermudão e com uma sereia na testa também não faz muito sentido (o trabalho dele é fazer com que as regras/leis sejam cumpridas; é uma incoerência da parte dele contestá-las).

Resumindo: empresas mais ousadas têm maior probabilidade de lidar bem com esses acessórios; por outro lado, em organizações mais conservadoras e totalmente adaptadas às regras, um alargador do tamanho de uma argola de baiana do acarajé não se encaixa; é um ruído na sua comunicação.

Então, a resposta é: estude seu cliente ou futuro empregador. A empresa compra a maior parte das suas horas e lhe contrata para ajudá-la a comunicar a identidade dela. Se todas as peças que ela distribui por aí forem ousadas e transgressoras, capriche no visual hardcore e vá firme para a entrevista.

Mas se ela parecer mais convencional ou você passou num concurso público (já sabia muito bem onde estava se metendo, não se faça de desentendido), há duas opções: ou você esconde as manifestações mais radicais de sua arte corporal (não mata ninguém; conheço um monte de gente que tira o piercing para trabalhar numa boa) ou reavalie se você quer mesmo trabalhar lá.

Vale o mesmo para cabelos coloridos com cores chamativas; esses dias fui atendida por uma vendedora, numa loja de cosméticos, que tinha um verdadeiro arco-íris na cabeça. O que mais o dono da loja pode querer na vida? Ela é um mostruário vivo de como os produtos são bons (o cabelo era maravilhoso). Estava no seu elemento. Com certeza ganharia a vaga concorrendo com qualquer outra candidata/candidato.

Outra variável importante é o lugar onde a pessoa mora. Quem reside em cidades menores, sofre um pouco mais por ser diferente. Mas os caixas de supermercado em Berlim costumam ter tatuagens e piercings em todos os lugares possíveis, além de cabelos exóticos. Aqui isso não é visto como vantagem e nem como desvantagem; simplesmente não conta, ninguém se incomoda.

Talvez você e a empresa não tenham um conjunto suficiente de atributos comuns para garantir a sintonia e a convivência pacífica; acontece. Nesse caso, mude para outra que seja mais compatível com sua identidade profissional. Quem contrata (no caso, o cliente) tem o direito de escolher como quer ser representado no mercado; quanto a isso, não há discussão.

E perceba que não tem ninguém errado nessa história. É só uma questão de adaptação a cada caso.

ENTREVISTA

Beleza, você foi selecionado para uma entrevista. E agora? Que roupa usar? Veja aqui algumas dicas:

Primeiro, estude cuidadosamente a empresa onde você vai fazer a entrevista de emprego ou estágio: ela é mais conservadora ou é uma agência de criação cheia de gente excêntrica? Você se vê trabalhando lá? Vai se sentir à vontade com essas pessoas?

“A roupa deve comunicar o cargo da pessoa” Glória Kalil

Se a empresa é mais conservadora, deixe fora de vista os piercings e tatuagens mais chamativos, se você tiver. Tente ser discreto. Em qualquer dos casos, cuide para que a sua roupa não esteja suja ou amassada — mostre o seu melhor. O formalismo da sua roupa vai depender muito do cargo. Se você quer ser estagiário, uma calça jeans legal (não rasgada) e uma camiseta resolvem. Para meninas, o jeans também vai bem (mas evitem decotes, saias curtas e estampas muito chamativas; o foco deve ser sua competência). Se for um emprego com mais responsabilidade (e visibilidade), aí talvez seja preciso caprichar um pouco mais (talvez até um terno ou blaser, dependendo do cargo e da empresa). Para os meninos, barba feita ou bem cortada, além de cabelo penteado (nesse caso da empresa conservadora, que fique claro). Para as meninas, maquiagem leve e cabelos arrumados também. Mas atenção: você tem que se sentir à vontade com a roupa, senão, estraga toda a sua naturalidade na entrevista.

Mas atenção: cabelo arrumado não é alisado; ok? Infelizmente, já vi gente com um cabelão *black power* belíssimo ser recusada para algumas vagas alegando que o penteado não era compatível; a não ser que o trabalho envolva comida (aí os cabelos precisam ser presos e cobertos com toucas, independente do tipo), não faz sentido essa justificativa. Com certeza empresas que desrespeitam as diferenças entre as pessoas, suas culturas e etnias não são bons lugares para se trabalhar. Entregue sua energia e competência para empresas que as mereçam. Tire o melhor proveito de quem você é, valorize aquilo que você acredita. Por isso, é tão importante estudar antes se aquele lugar é mesmo onde você quer passar a maior parte do seu dia.

Se a empresa é mais ousada e informal, observe como as pessoas costumam se vestir. Se você é naturalmente discreto, não precisa pintar o cabelo de azul só para causar. Seja você mesmo. A diferença é que nesse caso você pode relaxar um pouco mais com as formalidades do vestir.

Como disse antes, independente do perfil da empresa, é importante que você faça uma pesquisa sobre ela antes da entrevista. Quanto mais você souber sobre a

instituição, mais vai demonstrar interesse e mais vai entender como se encaixar na estrutura (ou não, aí economiza o tempo de todo mundo).

Outra coisa para se lembrar é que, assim como você estuda a empresa antes da entrevista, seus possíveis empregadores provavelmente vão “dar um google” no seu nome também. Candidatos que costumam postar no Facebook frases como “odeio o meu chefe”, “odeio trabalhar segunda-feira” ou “odeio acordar cedo” não têm grandes chances nessa hora.

Não vá para a entrevista de mãos abanando. Mesmo que o seu currículo já tiver sido enviado por e-mail, não custa levar mais uma cópia e seu portfólio, dependendo da área.

Dicas:

- ★ *Cabelos arrumados, unhas limpas, roupas passadas, barba feita ou bem cortada (para os homens) e uma leve maquiagem (para as mulheres) mostram que a pessoa se cuida e dá boa impressão, principalmente se a empresa for mais conservadora.*
- ★ *Cabelo arrumado não significa alisado (a não ser que a pessoa queira). Cada um é bonito como é, basta aprender a tirar o melhor proveito dos recursos que tem. Nada vale mais do que uma pessoa segura, com a autoestima saudável, que sabe se valorizar.*
- ★ *Meninas, deixem os decotes profundos, transparências, brilhos e roupas muito justas e curtas para a balada. Trabalhar vestida assim não ajuda muito na maioria das carreiras (mas vimos que há casos específicos em que isso não é problema; vale estudar cada caso).*
- ★ *Bermudas não combinam com ambientes formais, mas são muito bem-vindas em lugares mais informais. Observe e adapte-se.*
- ★ *Moletons são uma delícia para ficar em casa ou caminhar no parque. Mas para trabalhar em ambientes formais não dá, né?*
- ★ *Barriga de fora só se você estiver trabalhando num bar de praia ou numa loja de surfwear. Nos outros lugares, melhor não arriscar, mesmo que esteja “podendo”...*

- ★ *Atenção: Não vá trabalhar com a camiseta do seu time de futebol, mesmo que ele tenha ganho o campeonato. Já pensou se justamente nesse dia você tem que negociar com um cliente que torce para o time que perdeu? Além disso, não há como ficar elegante e transmitir credibilidade vestido assim. A não ser que você trabalhe no clube.*
- ★ *Cuidado com estampas e acessórios muito chamativos ou exóticos. Desvia a atenção de você para a sua roupa; é isso mesmo que você quer?*
- ★ *Perfumes devem ser usados com muito comedimento, algumas pessoas que vão lhe entrevistar ou trabalhar com você podem ter mais sensibilidade a cheiros fortes. O mesmo vale para bafo de cigarro.*
- ★ *Atenção também à postura. Se você costumar sentar todo encolhido, isso reflete na sua postura profissional também. Arrume a coluna e esteja mais preparado para os desafios.*
- ★ *Sentar de qualquer jeito, com as pernas esticadas, mascando chicletes de boca aberta também não ajuda a gente a querer trabalhar com a pessoa. Sei que parece ridículo falar isso, mas já entrevistei gente com postura exatamente igual a essa que descrevi. Não sei porque a pessoa foi, pois claramente não estava a fim da vaga.*
- ★ *Importante: vá você mesmo atrás do que quer. Não conta pontos a seu favor se o seu pai/tio/cunhado/professor pedir a vaga para você ou entrar em contato com a empresa pedindo uma oportunidade. Um dos momentos mais constrangedores da minha vida foi quando tive que entrevistar um rapaz que levou a sogra e a namorada. Pior: a sogra não o deixava falar e respondeu a todas as perguntas no lugar dele. Verdade!*
- ★ *Jamais fale mal de ex-chefes, ex-escolas, ex-professores (ou ex-qualquer coisa). É deselegante, desnecessário e não ajuda em nada, pode ter certeza.*

CURRÍCULO BACANA

Agora, vamos nos concentrar na forma como você comunica as suas competências.

Para que serve um currículo? Não é para mostrar as suas qualificações e motivar alguém a entrevistá-lo? Então em que é que o seu CPF e o curso de francês que durou só uma semana podem ajudá-lo?

Currículos não devem ter mais que duas páginas e servem para resumir o que você tem de melhor, não para encher lingüiça e testar a paciência de quem quer contratá-lo.

Num espaço tão pequeno, não tem lugar para colocar informações que não acrescentam nada para quem quer conhecer você. Então, não precisa colocar o número dos seus documentos (se você for selecionado, eles pedem isso depois); também não interessa a sua foto ou descrição física (a não ser que seja uma agência de modelos, mas aí eles vão pedir o book); se você fez um curso de alemão mas detestou e não consegue nem contar até 10 nessa língua, para que falar no assunto?

Cuide do português, dos alinhamentos, da pontuação e das maiúsculas e minúsculas. Você pode pedir a ajuda de algum professor ou colega para revisar, se estiver em dúvida.

Vamos então prestar atenção na hierarquia da informação, olha só.

Qual é a informação mais importante do seu currículo? Seu nome, claro. Pela lógica, ele tem que aparecer maior e mais destacado (e não a expressão *curriculum vitae*, como fazem alguns — é claro que esse documento, pelo formato, só pode ser um currículo — então essa informação é dispensável).

Ok, agora vamos pensar: qual a segunda informação mais importante? Como vou encontrar você, caso me interesse pelo seu currículo. Nesse caso, coloque o endereço, telefones, e-mail e/ou contatos nas redes sociais.

Atenção para o e-mail: não é nem um pouco profissional colocar apelidos bobinhos no endereço. Criar contas de e-mail é grátis, então use um para seus contatos profissionais e outro para trocar piadas com a galera. Assim, em vez de lili2009@yahoo.com ou tutinha_fofa@gmail.com, prefira lilian.silva@yahoo.com e tulio.alves@gmail.com.

Ah, por mais óbvio que possa parecer, não custa lembrar:

JAMAIS use o endereço de e-mail da empresa em você trabalha atualmente no seu currículo (mesmo que seja só para enviá-lo), principalmente se você estiver procurando outro emprego. Pega muito mal mesmo!

Atenção para os detalhes: o espaço é pequeno, então dispense as palavras inúteis. Para que a sigla CEP? E a abreviatura de telefone ou celular? Será que alguém corre o risco de confundir ou não entender algum desses números?

Bom, agora vêm os outros itens: onde e o que você estudou, se fala línguas, os projetos dos quais já participou e onde já trabalhou (se for o caso), se tem um blog ou site dedicado a algum assunto e tudo o mais que puder acrescentar ao seu perfil.

Se a sua área for moda, design, publicidade, fotografia ou artes, convém ter também um portfólio com uma amostra de seus trabalhos (mesmo que sejam apenas os de aula — por isso, capriche!). Se for jornalista, alguns textos impressos e bem diagramados também ajudam a formar uma opinião.

Não se esqueça de datar e assinar o currículo. Ele é um documento pessoal e com prazo de validade, pois está sempre mudando.

Se você vai enviar seu currículo por e-mail, não envie em formato aberto (aquele que a pessoa pode alterar) do tipo Word. Quando você envia um documento em formato editável, ele pode chegar totalmente bagunçado, com parágrafos misturados e coisas assim, além de estar sujeito a transmitir vírus. Prefira o formato PDF, padrão da Adobe especialmente desenvolvido para a troca de documentos na

web. Ah, e cuidado para o tamanho do arquivo. Lembre-se de que a pessoa que vai receber o seu currículo também recebe muitos outros documentos e é falta de educação ficar entupindo a caixa postal dos outros com arquivos que só interessam a nós. Então, nada de mandar 15 MB! Aliás, melhor mesmo é mandar um anexo somente se você combinou antes com a pessoa. O ideal é primeiro enviar uma carta apresentando-se e informando seus objetivos; se a pessoa se interessar, aí sim você pode mandar o documento anexo.

Se você quer mostrar também o seu portfólio, um jeito elegante é enviar apenas um link para um blog ou um site criado por você. Há várias maneiras de fazer isso de graça e você vai aprender bastante realizando essa tarefa.



Se não for sua prioridade, peça ajuda a um amigo, mas não envie arquivos grandes para desconhecidos, por favor!

Se você vai enviar o seu currículo impresso (ou melhor ainda, entregá-lo em mãos na entrevista), segue uma dica preciosa: imprima o documento num papel mais grosso (você pode aproveitar a frente e o verso — assim fica tudo numa folha só, não precisa grampear).

É melhor que ele não seja totalmente branco (pode ser uma cor bem clarinha, que você goste). É legal porque, numa pilha de currículos em cima da mesa, o seu certamente vai chamar atenção e se destacar, sem ser escandaloso.

Na próxima página, segue um modelo simples e que você pode usar como referência para fazer o seu (todas as informações, inclusive o nome da pessoa, são inventadas, ok?).

Bruna Ferreira

Rua Abc, 328 Itacorubi
88037-000 Florianópolis, SC
bruna.ferreira@gmail.com | www.wordpress.com/brunaferreira
(48) 3333-0000 | 8400-0000

Cargo pretendido: estagiária em modelagem.

Formação acadêmica

- [2010 — atual] Graduação em Design de Moda I UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina).
Cursando atualmente o 5º semestre.
- [2009 — 2006] Ensino Médio I Escola Municipal de Mauá.

Formação complementar

- [2011] Curso de História da Arte (12 h). Casa da Cultura. Rio de Janeiro, RJ.
- [2011] Curso de Ilustração de moda (30 h). Centro de Artes de São José, SC.
- [2012] Curso de Photoshop (25 h). SENAC, Florianópolis, SC.

Línguas estrangeiras

- Espanhol: Fala, lê e escreve (pai uruguaio, já fez várias viagens ao país).
- Inglês: Lê (costuma ler livros e revistas de moda no original).

Experiência profissional

- [2010] Monitora da disciplina de Aviamentos (2 semestres).
- [2012] Balconista em uma loja de tecidos (6 h/dia por 4 meses).

Outras atividades/prêmios

- Mantém um blog sobre história da moda desde 2010 (www.wordpress.com/brunaferreira) com média de 120 visitas/dia.
- Trabalha como voluntária na ONG Bicho Amigo elaborando acessórios para venda e arrecadação.
- Prêmio de melhor croqui na Semana Acadêmica de Moda 2011.

Bruna Ferreira

Florianópolis, 20 de março de 2015.

CARTÃO DE VISITAS

Mesmo que você esteja em início de carreira ou ainda não tenha terminado seu curso, já pode ter um cartão de visitas para oferecer a algum contato interessante, potenciais clientes ou futuros parceiros.

Se você já se formou, pode colocar o título abaixo do seu nome, senão, pode deixar em branco ou colocar a área em que você tem interesse ou faz trabalhos como freelancer, por exemplo. Às vezes você sabe que alguém tem competência para fazer alguma coisa e não contata a pessoa só porque não tem como encontrá-la. O cartão serve justamente para isso.

Dicas:

- ★ *Não imprima seu cartão em casa. Gráficas expressas não cobram caro e o resultado é mais profissional.*
- ★ *Jamais use impressora jato de tinta para essa tarefa. O suor da mão pode destruir o seu cartão; ele vai ficar horrível.*
- ★ *Não use folhas com microsserrilhas para destacar. O acabamento fica péssimo e parece que o cartão foi feito no fundo do quintal.*
- ★ *Prefira o padrão internacional de tamanho, que cabe em qualquer carteira. É o tamanho de um cartão de crédito (85 mm x 55 mm).*

Se você não é designer ou não tem um amigo nessa área para lhe ajudar, não se arrisque com malabarismos gráficos.

Coloque apenas seu nome, o que faz e como entrar em contato: e-mail, Skype, Facebook, Twitter, WhatsApp, LinkedIn ou site/blog (se tiver), além de telefones (se colocar o telefone, tem que colocar também o DDD e a cidade, pois a pessoa precisa saber se vai fazer uma ligação interurbana ou não). Sem imagens, fundos, estampas, nem letras rebuscadas, por favor. É claro que você pode ser criativo, mas, como disse antes, se você não é designer, artista ou ilustrador, seja comedido.

Seguem alguns exemplos de cartões de visita (fictícios) que estão longe de ser espetaculares, mas também não vão fazer você passar vergonha em lugar nenhum.

Pedro de Souza

blogs & fan pages

pedro@pedroblogs.com.br

www.pedroblogs.com.br

@pedroblogs

(28) 3333-0000 | Jaú, SP

Flora Albuquerque

literaturabrasileira.wordpress.com

flora.albuquerque@gmail.com

(51) 3333-0000 | (51) 8888-9999

Brasília, DF

Gustavo da Silva

administrador de empresas

gustavo.da.silva@gmail.com

skype: gustavo.silva

CUIDADO COM SEU PERFIL NAS REDES SOCIAIS

Não faz muitos anos, a pessoa só precisava descrever suas competências profissionais no currículo (mesmo assim, só quando carecia de achar um emprego). Hoje, além da fila andar muito mais rápido, tem uma galera trabalhando de maneira autônoma ou como pessoa jurídica.

Vai daí que quase todo mundo que está no mercado precisa se apresentar profissionalmente de maneira resumida, seja em sites, blogs, redes sociais, palestras, artigos, entrevistas ou até, veja só, o bom e velho currículo.

O que tenho visto é que tem um povo por aí misturando as coisas e sendo alvo de vergonha alheia por pura desinformação (e, muitas vezes, por falta de noção também).

Geralmente você tem que vender seu peixe em poucas linhas e a tentação de usar clichês e se auto-elogiar é grande, mas resista, por favor.

Claro que, dependendo do perfil e do serviço oferecido, a pessoa sempre pode ousar mais e fazer poesia, trocadilhos, usar frases de efeito e tentar ser engraçada, mas aí o risco cresce bastante. Se você prefere pagar para ver, fique à vontade, mas seguem algumas dicas para pensar a respeito.

Para seu próprio bem, pense mil vezes e depois mais mil antes de usar os seguintes termos para se apresentar (serve para empresas, estúdios e agências também):

Criativo. Adoro (só que não) quando isso vem no perfil de um designer, arquiteto, publicitário ou ilustrador (ou empresas da área). Sim, porque se essa gente não for criativa, morre de fome; é pré-requisito básico para trabalhos como esses. É mais ou menos como um dentista dizer que tem coordenação motora fina ou um jornalista dizer que seu português é bom (se que há muitos com português péssimo, mas vá lá). Não acrescenta nenhuma informação relevante e depõe contra o bom senso do profissional (o pior é quando isso aparece como diferencial).

Inovador. Esse é meu preferido; quase todo mundo que se acha muito criativo coloca junto o onipresente "*inovador*". Só para esclarecer: inovador é aquele sujeito que transforma uma ideia original em negócio (de preferência, lucrativo). O inovador, quando é bom mesmo, chega a mudar a base de competição do mercado. E aí, vai bancar? Acho melhor não, viu? É sempre preferível que o mercado conclua sozinho se você merece o atributo (ou não, como diria Caetano).

Proativo. Quem é proativo não diz, mostra: quais negócios iniciou, quais projetos realizou, quais mudanças fez nas empresas onde trabalhou ou na escola onde estudou, que diferença fez onde se meteu. De resto, quem tem permissão para usar esse adjetivo para se referir à qualidade do seu trabalho são os outros, jamais (entendeu bem? jamais!) a própria pessoa.

Motivado. Aiaiai... motivação é uma coisa tão básica, mas tão básica para alguém que está se apresentando profissionalmente que, já que você colocou isso como atributo diferencial, aproveite e diga também que é limpinho e cheiroso (toma banho todo dia).

É bom no relacionamento com colegas. Esse item também costuma ser chamado de "*sabe trabalhar em equipe*". Você conhece alguém que diga que tem dificuldades de relacionamento no trabalho ou que não sabe trabalhar em equipe? Eu não. Novamente, essa característica só os seus colegas (ou chefes, ou subordinados) podem atestar. Sua palavra, nesse caso, não vale.

Aprende rápido. Outra obviedade que não acrescenta nada; todos os profissionais que estão no mercado, de um jeito de outro, aprendem rápido. Senão estariam fora.

Ético. Observe o naipe das pessoas que têm usado esse adjetivo para se descrever (principalmente em ano de eleições). Significa alguma coisa? Sim, significa que é pelas atitudes que sabemos quem é ou não ético; não pelo discurso. Tire essa palavra da sua apresentação, ela não vai ajudar (é tipo o hotel escrever numa placa que é familiar; se precisa escrever é porque obviamente não o é).

Comprometido com os objetivos. Raciocinem comigo: faz sentido alguém oferecer algum tipo de serviço se não quer se comprometer com o resultado? Alguém, em sã consciência, se auto-descreveria como "*tô nem aí, só quero levar o meu*"? Qualquer profissional, por mais incompetente e personalista que seja, vai jurar pela avó falecida que é comprometido com os objetivos. O que significa que essa expressão não significa rigorosamente nada numa apresentação.

Pôxa, mas que chata e estraga prazeres! Assim não sobrou nada para escrever!!

Sobrou sim, e justamente a parte que interessa: sua formação resumida (o que aprendeu) e os serviços que você oferece (o que você fez com o que aprendeu). Tudo em poucas linhas, sem muitas firulas e, principalmente, nenhum (mas nenhum mesmo) adjetivo. Economiza o tempo de todo mundo, livra você de constrangimentos desnecessários e demonstra objetividade.

Já faz algum tempo, tenho visto algumas variações interessantes: o sujeito coloca a formação, o que faz e mais uma frase final com alguma curiosidade engraçadinha, para quebrar o gelo, tipo: **Pedro da Silva**, físico nuclear com doutorado em fusão a frio, pesquisador do laboratório tal e tocador de pandeiro. Membro fundador da Associação de Trekking de Pindaíba do Sul. Pedro não precisa dizer que é uma pessoa com interesses diversos, integrado na sociedade e praticante de esportes; ele mostra.

Outro exemplo: **Sabrina Matos**, administradora de empresas, consultora em finanças com mestrado na PUC e MBA em Cambridge. Cinéfila e praticante de asa delta nas horas vagas. Repare que a Sabrina mostrou que é ousada, dinâmica e apreciadora de arte sem usar essas palavras e se auto-elogiar. Muito mais elegante. Mas atenção, não é um texto inteiro sobre seus gostos e preferências recheado de piadas e gracinhas; é só uma frase com uma dica reveladora e bem-humorada.

Gosto bastante do modelo, mas ainda não me arrisquei não. Convém pensar bastante antes de partir para a ação. É mais difícil do que parece.

Bora dar uma revisada no seu perfil?

PARA O PESSOAL DA CARREIRA SOLO

Vender não é para amadores, mas vender consultoria, cursos, projetos e serviços (design, arquitetura, engenharia, propaganda, odontologia, gastronomia) é uma tarefa quase divina. Quer ver?

Primeiro, vamos às definições. Segundo o papa do marketing, Philip Kotler, produto é tudo aquilo que atende às necessidades dos clientes. Então podemos considerar serviços como produtos também, só que intangíveis (não se pode tocar). Isso sabido, vamos combinar que aqui vou usar produto para me referir a objetos tangíveis e serviços para intangíveis, só para simplificar, ok?

Pois então. Quando você compra um produto, você pode apalpar, cheirar, olhar bem de pertinho, apertar botões (se tiver) e tudo o mais. Pode comparar com similares, pesquisar preços e marcas.

Para serviços, não é assim. O profissional não tem como fazer o trabalho antes de ser contratado, o cliente não sabe como vai ficar antes de fechar o negócio e esperar um tempo até que o tal serviço seja entregue.

Olha só que coisa mais apavorante: você não tem como ter certeza do resultado antes de fechar o negócio.

Se você contrata um dentista, ele pode destruir toda a sua boca; um pedreiro pode transformar seu lar-doce-lar na própria materialização do caos por meses; um designer pode não entregar os cartões antes de você viajar para uma reunião importante e estragar um negócio promissor.

Mesmo que você consiga renegociar, alguns prejuízos são irreparáveis e o tempo perdido não volta mais.

Em serviços, não dá para separar o trabalho da pessoa que o executa; já em produtos físicos, ninguém se interessa em saber o nome dos operários que montaram uma determinada geladeira, até porque isso não faz a menor diferença.

Há ainda outro complicador: não dá para estocar serviços e usá-los no futuro, quando tiver demanda.

Além disso, os serviços dependem das circunstâncias (o cara que você contratou pode ficar doente, fugir com a namorada que ganhou na loteria ou até mesmo morrer, veja só).

Os serviços também são fortemente sujeitos à atitude do cliente (o profissional pode ser um verdadeiro modelo de competência, mas, às vezes, o cliente é um Schrek metido a artista ou um Garfield em eterna segunda-feira).

Tem também a questão da comunicação, pois, se não há afinidade, as partes não conseguem se entender, por mais que se esforcem.

Por essas e outras é que o marketing pessoal é importantíssimo para todo mundo, mas uma questão de vida ou morte para quem vende serviços.

E, atenção, marketing pessoal nada tem a ver com exibicionismo.

Se você ficar quietinho em casa, fazendo o melhor estilo *low-profile*, é capaz de falir antes que o mundo em geral e potenciais clientes em particular desconfiem que você esteve sobre a Terra. Mas note que se um arquiteto posar nu e virar celebridade, é difícil que consiga dar a ênfase necessária à sua competência técnica (o que não é necessariamente ruim se ele tiver como objetivo mudar de área). Por isso, é preciso ter foco nas atitudes que mostrem o valor do serviço que se quer vender e na forma como são divulgadas.

Para que um cliente possa formar uma opinião sobre quem está contratando, tudo conta: o nome do escritório ou do profissional (não dá para confiar num médico que se apresenta como Zé Cobaia para operar o cérebro do seu filho, né?); os gestos e a postura; a voz e o vocabulário; o currículo e o portfólio do sujeito; o estilo e o caráter.

Tem também a questão da acessibilidade. Não adianta o figura ser tudo de bom e nunca responder e-mails, telefonemas ou mensagens.

Juntando tudo isso, não podemos nos esquecer da principal referência para a contratação de serviços: o insubstituível e inestimável boca-a-boca.

Cientes satisfeitos às vezes compartilham a experiência, mas os insatisfeitos são verdadeiras matracas descontroladas.

Apesar de tudo, por mais que se saiba e se estude sobre o marketing de serviços, uma coisa é certa: nunca se pode saber com certeza o que se vai receber depois de contratar um serviço, o cliente pode apenas acreditar e rezar para que tudo dê certo.

Como se pode ver, um ato da mais pura fé. Por isso, meu caro, se você vende serviços, trabalhe muito e cuide para que os fiéis nunca se decepcionem. No céu só tem lugar para os muito bons.

QUEIMANDO O FILME

Poucas pessoas dão esse toque para a gente, mas às vezes a gente queima o filme na escola ou no trabalho por causa de detalhes que nem se dá conta. Fiz uma lista de coisas que não são legais e que fazem perder pontos com os amigos, professores, colegas e com o chefe. Assinale aquelas que você faz e veja se está na hora de rever alguns pontos do seu comportamento.

- ★ *Fazer fofoca ou falar mal de alguém conhecido na frente dos outros; se você não tem nada de bom para falar sobre alguém, melhor não dizer nada.*
- ★ *Pegar coisas e se esquecer de devolver; é horrível emprestar e depois ter que ficar pedindo porque a pessoa não se tocou.*
- ★ *Falar alto demais; o ambiente de trabalho fica impossível se todo mundo resolver ganhar espaço no grito.*
- ★ *Passar o dia inteiro pendurado no telefone ou nas redes sociais resolvendo assuntos pessoais.*

- ★ Sentar-se de qualquer jeito, com as pernas abertas e cara de quem não está nem aí; imagine-se contratando alguém que não demonstra ter nenhuma consideração por você. É legal?
- ★ “Enrolar” na escola ou no trabalho; você pode achar que não, mas todo mundo percebe.
- ★ Limitar-se a fazer apenas e somente aquilo que foi pedido, nada mais; não tem nenhum problema, a não ser que o chefe vai achar que você não pensa, só faz o que mandam. Dificilmente você vai ganhar responsabilidades maiores e ser promovido agindo assim.
- ★ Não se interessar em aprender mais; quem acha que já aprendeu tudo o que precisava tem que estar ciente de que a vida profissional também vai parar aí mesmo. Alguém quer se aposentar como estagiário?
- ★ Tomar totalmente para si o mérito de um trabalho onde várias pessoas contribuíram só para fazer média com o chefe. Feio, isso, hein?
- ★ Usar os recursos da empresa (métodos, tecnologias, contatos, telefones, computadores, impressoras, copiadoras, etc) para fins particulares.
- ★ Chamar os colegas por apelidos íntimos na frente dos clientes ou do chefe.
- ★ Estar sempre de mau-humor e reclamar de tudo (principalmente quando o seu time perde).
- ★ Achar que a empresa pode fechar se você sair. Tente para ver.
- ★ Ter um repertório variado de palavrões e sempre utilizá-lo, independente da situação.
- ★ Usar sempre lugares-comuns daqueles que constrangem as pessoas, tipo “não fala mais com os pobres?”.
- ★ Curtir ficar batendo papo perto de portas ou lugares de passagem, o que atrapalha a vida das pessoas que precisam passar.
- ★ Falar sempre sobre dinheiro (ou porque está sempre faltando ou porque tem bastante para esnobar). Saber o salário de todo mundo na empresa.

- ★ *Ser sempre o último a chegar a uma reunião. Frequentemente fazer as pessoas esperarem por você.*
- ★ *Não conseguir falar uma frase inteira (em português) sem usar pelo menos uma palavra em inglês.*
- ★ *Viver pedindo favores e nunca se lembrar de agradecê-los.*
- ★ *Gostar de assobiar, cantar baixinho ou batucar enquanto trabalha.*
- ★ *Achar que tem um talento extraordinário e as pessoas é que não entendem a sua genialidade. Viver reclamando que não é reconhecido.*
- ★ *Nunca tomar posição em nenhuma situação, ficar sempre em cima do muro. Isso é muito ruim, as pessoas nunca sabem o que você está pensando e não sabem se podem confiar em você.*

ASSIM É LEGAL

Mas tem atitudes que podem somar pontos. Só não vale fazer teatrinho — tem que vir de dentro, senão você vai acabar se cansando e colocando tudo a perder. Marque as coisas que você já faz e pense sobre as outras.

- ★ *Ouvir e concentrar toda a sua atenção no que a outra pessoa está falando; parece simples, mas é uma das virtudes mais raras de se encontrar hoje em dia.*
- ★ *Fazer tudo com capricho, da melhor maneira que consegue; é tudo de bom alguém que cuida sempre dos detalhes, né?*
- ★ *Cumprir a palavra; se prometeu que vai entregar, entrega mesmo (uma pessoa assim dá para confiar, a gente sabe que não vai ficar na mão).*
- ★ *Gostar de aprender, mesmo que o assunto não esteja diretamente relacionado com o trabalho (quanto mais a gente aprende, mais a nossa visão se amplia — e mais ferramentas a gente tem para lidar com os problemas).*

- ★ [] Usar sempre as palavrinhas mágicas: “obrigada”, “por favor”, “desculpe”, “com licença”, “bom dia/tarde/noite”. Gente bem educada faz o mundo ficar mais civilizado, você não acha?
- ★ [] Ter boa vontade e não fazer “corpo mole” para colaborar num trabalho ou ajudar um colega; é claro que também não precisa ficar carregando todo mundo nas costas, mas nada pior do que ouvir “não sou obrigado”.
- ★ [] Fazer elogios sinceros em público e criticar somente em particular, em conversa com a própria pessoa.
- ★ [] Cumprimentar as pessoas ao chegar e ir embora, do porteiro ao presidente. Tratar todo mundo com igual respeito.
- ★ [] Só fazer uma reclamação quando já tem uma proposta de solução em mente. Quem reclama só por reclamar, vira um chato e não contribui para melhorar nada.
- ★ [] Compartilhar o que sabe (isso não é generosidade; é inteligência).
- ★ [] Ser a alma caridosa que avisa discretamente para o amigo que o zíper está aberto ou que tem um elemento verde entre seus dentes.
- ★ [] Esquecer-se dos segredos assim que terminar de ouvi-los.
- ★ [] Elogiar o trabalho bem feito e o talento (real) dos colegas em situações públicas (ou na frente do chefe e de clientes) toda vez que há oportunidade.
- ★ [] Valorizar publicamente a participação de cada membro da equipe em um trabalho (citar nomes sempre que possível).
- ★ [] Costumar se vestir de maneira a sempre estar pronto para receber uma visita inesperada ou fazer uma apresentação para um cliente importante.
- ★ [] Não ter dificuldade em pedir desculpas ou reconhecer que está errado quando necessário.
- ★ [] Apreciar e estimular o recebimento de feedbacks.
- ★ [] Ser sempre pontual (é só uma questão de planejamento).

EMPATIA É FUNDAMENTAL

Mesmo com um currículo sensacional, domínio de vários idiomas, atitude e postura confiantes e muita competência, tem uma coisa sem a qual você não vai conseguir sem um bom profissional: empatia.

Muita gente, como por exemplo, travestis, transexuais, homossexuais, negros, obesos, pessoas com algum tipo de dificuldade de locomoção ou necessidades especiais, pessoas de grupos culturais diferentes, estrangeiros, pessoas que não se encaixam no limitadíssimo e totalmente arbitrário conceito de “boa aparência”, ou outra variação qualquer, costumam ter uma vida mais difícil do que seria necessário pelo simples motivo que a maioria da humanidade é preconceituosa, limitada e tem medo do diferente (na dúvida, o ignorante ataca o que não conhece). Essas pessoas vivem ouvindo comentários grosseiros e são ofendidas no dia-a-dia sem nenhum motivo.

O que não se pode perder de vista é que, independente do que você pense ou acredite, todos os casos citados são de pessoas que têm sentimentos. Portanto, todas, sem exceção, merecem respeito e devem tratadas com dignidade; se possível, gentileza, uma vez que a vida já é dura demais com elas. Elas já estão fartas de piadinhas e comentários desnecessários; não contribua com esse terrorismo psicológico.

Se você não consegue enxergar o outro ser humano que está na sua frente, procure ajuda psicológica. Empatia é um quesito fundamental para qualquer profissional e, felizmente, o mundo tem cada vez menos lugar para quem tem preguiça de pensar. No capítulo 6, sobre curiosidade, vamos falar um pouco mais sobre isso.

Por ora, faça uma autoavaliação sincera e repense suas atitudes.



4

O IMPORTANTE É COOPERAR

A gente acaba sendo educado para ser o melhor de todos, para ser “bem-sucedido”, para ser o “top”. Na nossa cultura competitiva, o mundo é como uma olimpíada gigante: um monte de gente se esfalfando para estar entre os primeiros, muitos extrapolando seus limites para estar no degrau mais alto do pódio e ganhar uma medalha (na vida real, talvez um cargo de presidente de algum grupo líder de mercado). Só que, assim como nas olimpíadas, nem sempre ganhar a medalha implica em ter necessariamente o melhor desempenho esportivo. Também é preciso

ter tido as oportunidade e tê-las aproveitado; também é preciso ter controle emocional e apoio, além, é claro, de um tanto assim de sorte (às vezes o melhor de verdade erra ou não acorda num bom dia). De fato, ninguém consegue nada na vida sozinho e é preciso reconhecer a colaboração dos outros na nossa vitória.

A questão é que tudo isso é muito desgastante e pouco divertido. No afã de ficar em primeiro, a pessoa acaba perdendo seus amigos, o contato com a família e, alguns, até a saúde. Sem falar que o pódio é um lugar solitário, só tem lugar para um. Fica um monte de gente embaixo torcendo para você errar e cair. Como é que isso pode ser legal?

Mas repare que você não precisa maldizer a competição; competir significa, literalmente “pedir junto”. Ou seja, as pessoas que estão competindo conosco querem a mesma coisa que nós e isso não é necessariamente ruim. Com a competição, a gente melhora nosso desempenho e descobre o nosso melhor. Imagina uma corrida sem competidores? A gente nunca vai saber o quão rápido consegue correr, pois pode ir se arrastando que vai chegar do mesmo jeito.

Os competidores e concorrentes (concorrer = correr com, correr junto) são oportunidades de aprimoramento. Quando eles são fracos, a gente faz corpo mole e não dá o melhor de si. Quando eles são realmente bons, a gente precisa se superar. Pense nisso.

Mas voltando à questão da competição, há que se valorizar os concorrentes e competidores, todas as pessoas que ajudaram a gente a chegar lá e esquecer essa história de que no pódio só cabe um.

Não é mais interessante, rico e divertido quando mais gente ganha? Quando a gente leva amigos para o pódio também?

O TAL DO PÚBLICO-ALVO

Falando em competição, os esportes e a guerra são frequentemente usadas como metáforas no mundo corporativo. E metáforas são mesmo tudo de bom. Elas transferem o sentido original de uma palavra para um novo contexto e, com isso, contribuem muito para a gente se expressar de forma mais didática, organizar melhor os pensamentos e entender com mais clareza nosso tresloucado mundo. Ela se aproveita de ideias conhecidas e familiares para introduzir outras, mais novas e originais. Há que se ter muita cultura e criatividade para dominar essa arte, e não é à toa que a gente encontra verdadeiros mestres do riscado entre os maiores filósofos.

Os profissionais de marketing e os homens de negócios, que não são bobos nem nada, vivem explorando as amplas possibilidades dessa poderosa ferramenta. Só que num mundo mergulhado em testosterona, acabam apelando para o esperados e manjados conflitos e disputas como figura de linguagem. Independente de todos os méritos da obra “A arte da guerra”, do lendário Sun Tzu, não gosto da metáfora. Mesmo tendo inspirado tanta gente boa e servir de referência até hoje, ainda me incomodo com esse jeito de pensar. Acho exageradamente belicoso e o mundo já tem esse ingrediente em excesso.

O uso constante da metáfora da guerra acaba por provocar esses tratamentos brutais que a gente é submetido todo dia por empresas que se dizem preocupadas conosco.

Mas também, o que esperar de alguém que quer nos atingir, que nos considera apenas um alvo?

Pense: alvo não interage, é passivo. Fica quieto, só esperando ser espetado ou furado. Ninguém respeita alvo; ele está lá só como exercício, para contar pontos na competição, para somente um ganhar e todos os outros perderem.

Alvo é bidimensional, sem nenhum refinamento ou originalidade. Ninguém quer saber o que o alvo pensa, sente, ou quer. Ninguém quer manter um relacionamento com um alvo. É cruel e de mau gosto.

Não sei quanto a vocês, mas eu detesto ser vista e tratada como alvo.

Precisamos urgentemente de novas ideias. Aliás, tenho até uma sugestão a dar.

Que tal, se em vez de público-alvo, a gente usasse uma metáfora mais parecida com a maneira com que a empresa quer (ou diz que quer) tratar o seu cliente?

Simplificaria muito mais os planejamentos, pois o grau de intimidade e atenção que se daria ao freguês ficaria mais definido: teríamos o público-pretê, o público-ficante, o público-namorado, o público-apaixonado, o público-comprometido, o público-para-casar, o público-amigo-de-infância, o público-colega-de-aula, o público-casinho, o público-conhecido-de-vista, o público-confidente, o público-vizinho-de-porta, o público-amante, o público-sai-para-lá, o público-só-por-uma-noite, e mais uma infinita gama de ricas possibilidades. Eu prefiro usar sempre público de interesse (ainda não achei um termo melhor, mas estou aberta a possibilidades).

A metáfora da guerra, além de simplista, está datada.

Que atingir o mercado, que nada. Vamos seduzi-lo, encantá-lo, atraí-lo, até mesmo desencaminhá-lo, mas jamais pela força bruta. Alvos são para meninos crescidos brincarem. Já a sedução, vocês sabem, é para gente grande.

Então, penso que um bom começo na sua vida profissional é deixar de lado essa mania de competição, as metáforas da guerra, o hábito de desconfiar de todo mundo e abordar a questão de um jeito mais cooperativo, mais humano, mais conciliador. Todo mundo vai ganhar, pode ter certeza.

E não pense que é romantismo barato não! Até gigantes multinacionais como a Apple e a Intel, teoricamente inimigas de morte, uniram-se em ações conjuntas, como no caso do processador CoreDuo. E a prática está cada vez mais comum. O pessoal já se deu conta de que o concorrente mais ferrenho pode ser o melhor aliado em algumas situações.

Pense nisso!

APRENDA A COMPARTILHAR!

Uma vez um amigo se surpreendeu com o fato das minhas aulas estarem disponíveis no meu site, com transparências, bibliografia e tudo mais, para quem quisesse usar (não estão mais por causa do redesenho do site e porque o material estava ficando desatualizado, mas publico tudo o que posso para outros usarem).

Um professor também me perguntou se eu iria colocar o texto completo da minha tese na Internet (alertou-me de que alguém poderia copiá-lo).

Resposta para as duas questões: o mundo inteiro está na Internet, não há informação que possa se gabar de estar em segurança.

Tomara mesmo que muita gente copie, assim o trabalho vai ter valido a pena e um monte de gente vai poder usá-lo. Para que guardar esses arquivos todos no meu armário? Isso não faz mesmo nenhum sentido. Para que esconder e guardar informações? Principalmente, se o objetivo é divulgá-las, compartilhá-las com o máximo de pessoas possível.

Houve um tempo em que as pessoas acreditavam que seu talento e valor residiam no que só elas sabiam, naquilo que guardavam trancado a chave na gaveta do escritório. Tinham a ilusão de que a seção, o departamento, a empresa, o mundo, tudo pararia se ela se recusasse a abrir a gaveta. A garantia do seu emprego estava lá dentro, guardadinha.

Ainda bem que o mundo mudou (se bem que algumas poucas pessoas ainda não perceberam). Hoje as empresas não contratam mais quem não sabe trabalhar em equipe e tem o nefasto hábito de trancar gavetas. Na época pré-Internet, talvez até essa pudesse ser uma estratégia válida de sobrevivência, inclusive muito popular.

Hoje não há mais gavetas trancadas em nenhum lugar do mundo. Pelo menos não para sempre.

E as pessoas têm que pensar em outra maneira de se fazerem importantes no seu ambiente de trabalho em particular e na vida de uma maneira geral. Segredos não estão mais seguros e podem ser devassados a qualquer momento. Então, o que fazer?

Primeiro: reconhecer que a gente não sabe quase nada do que há para saber. Mesmo que eu publique tudo o que sei, ainda assim é muito pouco para me fazer de importante e garantir minha sobrevivência profissional em algum lugar. Tudo o que está aqui também está ao mesmo tempo em muitos outros lugares, talvez com uma roupinha diferente. Sabe por quê? Por que são só informações e a gente vive mergulhado nelas, praticamente afogados.

Informação não é mais diferencial de nada, está ao alcance de qualquer um que tenha oportunidade e persistência para achar o que quer.

Segundo: reconhecer que sozinho não se vai a lugar nenhum. Mas se o que a gente sabe é quase nada, então como fazer alguma coisa com isso? Ora, o óbvio. Juntar com o pouquinho que mais alguém sabe e *voilà*: pode ser que se crie algo realmente útil e até importante. Já que é impossível para um só dar conta de saber tudo o que é preciso para andar pra frente, só nos resta montar o quebra-cabeças.

Quanto mais gente inteligente e disposta a compartilhar informações a gente conhece, maior é a probabilidade de realizar um trabalho legal que faça diferença.

Terceiro: o importante não é tanto o saber fazer, mas saber o que fazer. Ou seja, não adianta falar línguas, ter diplomas, teses, cursos e outros enfeites curriculares, se você não souber o que quer fazer com tudo isso. Vejo gente que estudou um montão reclamando que não há emprego, que ganha mal, e que fulano de tal que tem apenas o segundo grau incompleto está ganhando rios de dinheiro. Ora, a inteligência e a competência independem de quanto cada um estudou. Tem mais a ver com a sua visão do mundo, com a capacidade de criar novas soluções para velhos problemas, identificar oportunidades, gostar de desafios, ir à luta.

Se a pessoa não sabe o que quer fazer com o que aprendeu, isso acaba virando um fardo, um peso para carregar.

Assim, quanto mais se estuda e aprende, mais elementos se tem para criar e mudar, o que, sem dúvida, é uma vantagem — mas vale lembrar que pode ser mais útil um simples canivete para quem sabe usá-lo do que mísseis supersônicos para quem não tem ideia do seu alvo.

Veja algumas dicas:

- ★ *Pare de competir e comece a enxergar seus colegas como futuros parceiros, sócios, fornecedores, funcionários, chefes e até clientes.*
- ★ *Não se iluda: por mais que você estude e aprenda, seu conhecimento, sozinho, não serve para muita coisa. Ele precisa ser aliado ao conhecimento de mais pessoas, para então fazer diferença.*
- ★ *Compartilhar o que se aprendeu faz a gente conhecer mais gente inteligente e interessante. Guardar o pouco que se sabe no fundo do armário só serve para criar mofo.*

VALE A PENA GUARDAR SEGREDO?

Essa pergunta pode parecer estranha, mas analise esse caso comigo. Dia desses recebi um e-mail de uma moça desesperada, pois tinham roubado um projeto que ela estava desenvolvendo sozinha havia anos. Pior, a ladra foi a própria chefe.

O mau-caratismo e incompetência da chefe, que apresentou o projeto aos superiores como se fosse seu, é fato, nem vamos discutir isso (boa oportunidade para pedir as contas e sair desse antro, menina). Mas, no geral, penso que a culpa é da moça mesmo.

Pois é, a Teresa (vamos chamá-la por esse nome) é que se colocou na posição ideal para que isso acontecesse. Não conheço a profissional, mas já dá para deduzir que ela foi egoísta, centralizadora, desatualizada e arrogante; não é que merecesse o castigo, mas espero que ela possa aprender com a experiência. Escrevo isso para alertar as outras muitas teresas que ainda existem no mercado.

Bom, então vamos explicar os xingamentos que fiz, um a um, para você ver que não estou cometendo injustiças; apenas querendo ajudar.

Egoísta: qual era sua intenção com esse projeto, Teresa? Contribuir para o crescimento da empresa, melhorar a vida das pessoas ou apenas ter uma arma à mão para sacar quando fosse preciso? Esconder coisas não se encaixa nem no primeiro e nem no segundo objetivos. O que justifica tanto segredo?

A Marina Lima, uma das minhas (ainda) compositoras prediletas, usa muito bem o trocadilho com a palavra guardar na música “Deve ser assim”:

Guardar, guardar, guardar...

Guardar uma coisa não é escondê-la ou trancá-la,

Em cofre não se guarda nada,

Em cofre, perde-se a coisa à vista,

Guardar uma coisa é olhá-la, fitá-la, mirá-la por admirá-la.

Isto é: iluminá-la ou ser por ela iluminado.

Estar acordado por ela,

Estar por ela,

Ou ser por ela...

É isso, Teresa. Se o projeto era tão bacana, não devia ficar trancado, escondido, mofando na sua gaveta por tantos anos. Se desde o começo você tivesse compartilhado a ideia, escrito, sei lá, um artigo e submetido a um congresso,

apresentado como proposta numa reunião ou mesmo postado num blog, ninguém iria duvidar da autoria. Mas você foi egoísta, não quis ser iluminada pela boa ideia, não quis deixá-la brilhar. Preferiu colocá-la numa prisão, confinando-a no HD do seu computador.

O único objetivo de ideias presas, sequestradas e encarceradas é buscar a liberdade. Elas sempre vão encontrar um jeito de se livrar do algoz, é só uma questão de tempo.

Centralizadora: a Teresa não quis que ninguém contribuísse para o seu projeto que é o que fatalmente iria acontecer se ela o colocasse na roda. Seu plano iria receber críticas, sugestões de modificações, contribuições de outros pontos de vista, enfim, a Teresa iria perder o controle absoluto. Mesmo que o resultado final fosse ficar mais maduro e refinado, ela não quis largar o osso (no caso, desenterrar o osso...rsrsrs). Pois é.

Desatualizada: Alguém precisa dizer para essa moça que já estamos bem entrados no século XXI. Não existem mais segredos que possam ser guardados por muito tempo.

Autoria é um conceito em plena mutação e colaboração é a palavra de ordem no desenvolvimento de novas ideias.

Se ela tivesse aberto espaço para a co-criação ainda levaria os créditos por ter iniciado o projeto e pela sua liderança, além de poder contar com outras competências para fazer a coisa andar.

Ninguém sabe tudo o que é necessário para fazer o que quer que seja; todo mundo precisa de conhecimentos que não possui.

Espero que finalmente a Teresa se dê conta disso agora.

Arrogante: Pessoas que desenvolvem um projeto de maneira isolada, sem mostrá-lo para ninguém, geralmente superdimensionam seu valor. Já tive oportunidade de ser contactada por vários profissionais que diziam ter tido uma ideia genial e não queriam mostrar para ninguém para não serem roubados. Quando eu ia ver, não era nada de tão espetacular. Apenas alguém admirando seu próprio umbigo e receoso que outros pudessem criticar ou contribuir de alguma maneira para uma ideia bem mais-ou-menos.

Olha, não sei o que é que a Teresa estava esperando para trazer seu projeto à vida e fazê-lo existir de fato; mas os acontecimentos acabaram traindo seus planos, sejam lá quais fossem.

Se você tem alguma coisa escondidinha aí na sua gaveta, abra-a e pense um pouquinho: se o negócio é tão bacana, seja generoso e compartilhe com o mundo (aliás, quanto mais bacana o projeto, mais gente com conhecimentos diferentes você precisa para colocá-lo em prática).

Convide seus colegas para fazer parte, pesquise as competências necessárias para fazê-lo melhor. Você sairá ganhando bastante, eu garanto.

Mas olhe com uma visão crítica, por favor. A coisa pode ter embolorado e agora talvez esteja inutilizada pelos anos de confinamento.

E faça um favor para você mesmo, capriche na faxina e livre-se do lixo acumulado.

Ah, e aproveite para jogar junto a chave da gaveta.

A IMPORTÂNCIA DO NETWORKING

A gente já conversou no primeiro capítulo de que boa parte das oportunidades de negócio acontece por indicação de conhecidos. Agora você também já se deu conta de que é igualmente importante conhecer gente interessante, com quem se possa compartilhar conhecimentos e fazer alguma coisa diferente acontecer.

O grupo de pessoas que você conhece, seja lá por que meios for (vizinhos, parentes, colegas de aula ou de academia), chama-se rede de contatos. O nome “rede” é bem adequado, pois cada uma dessas pessoas também conhece um grupo diferente (com alguns pontos em comum com você) e, no final, tudo acaba se entrelaçando, como uma rede.

Bom, assim como para ter ideias geniais é preciso ter muitas ideias, para conhecer gente legal é preciso conhecer muita gente. Não digo ser amigo íntimo de muita gente, pois isso não dá mesmo. Mas precisamos conversar um pouquinho, conhecer, ou pelo menos ter acesso a muitos indivíduos.

Ficar trancado em casa reclamando da vida com certeza não vai aumentar as estatísticas de gente bacana que você conhece.

Legal, mas você sai na balada e só conhece gente babaca. O que fazer? Olha, vou dizer uma coisa que é uma opinião pessoal e você pode discordar (claro), mas balada é um dos piores lugares para se conhecer gente legal. Não, isso não quer dizer que só babacas freqüentem baladas (que horror, vocês iriam me chamar de velha recalçada com toda razão). Mas é que à noite, com todo aquele som alto e com as pessoas que já beberam um pouquinho (ou muito) tentando parecer sedutoras, fica difícil realmente conhecer alguém. É divertido, saudável, e você pode até conhecer alguém que valha a pena, mas só vai saber mesmo no dia seguinte.

Para conhecer bons contatos profissionais, o melhor mesmo é você encontrar essas pessoas em locais que reúnam quem tem a mesma área de interesse.

Congressos, palestras, seminários e eventos do tipo podem ser uma boa oportunidade. Sempre rola um coquetel e você, é claro, não pode deixar seus cartões de visita em casa.

Se você gosta de cinema, a fila é um bom lugar para encontrar almas afins. Se você gosta de teatro, a regra é a mesma. Está estudando gastronomia? Que tal se matricular em algum curso rápido de algum prato específico? Ou se candidatar a

voluntário em algum evento beneficente? Ou prestar atenção nas pessoas que frequentam a seção de queijos finos no supermercado e pedir dicas?

Fazer parte de associações, clubes, confrarias e organizações do tipo podem fazer a sua rede crescer bastante se você souber aproveitar as chances.

Ah, o mundo virtual pode lhe dar muitas possibilidades: use as redes sociais como o LinkedIn, Facebook e outras para conversar com pessoas interessantes. Monte um blog, leia vários, faça comentários, participe de fóruns de discussão.

Pessoas mais desinibidas e motivadas, podem fazer contatos em qualquer lugar. Avião, ônibus, táxi, banco, supermercado, escola, levando o cachorro para passear, e por aí vai.

Ah, e não caia no erro de achar que só manda-chuvas devem fazer parte dos seus contatos.

Redes poderosas incluem pintores de parede, pedreiros, jornalistas, professores, desempregados, artistas, taxistas, cabeleireiros, malabaristas, diretores de cinema, faxineiras e todas as pessoas legais que você possa incluir. Gente bacana existe em tudo que é tipo de profissão e o mundo dá voltas demais para você se dar ao luxo de ficar dispensando preciosidades.

Alguns dos meus amigos brincam comigo porque sabem que podem ligar para mim e pedir qualquer coisa: está precisando de um mecânico de confiança? Se nos meus contatos não houver resposta para a questão, certamente lá vai ter o nome de alguém que tem. Posso encontrar qualquer coisa com a ajuda da minha rede querida: de fornecedores de embalagens especiais a diagramadores; de faxineiras a fabricantes de placas de acrílico, não tem crise.

Se eu não achar, sempre posso divulgar a necessidade nas redes sociais que participo e ajudar as partes a se encontrar, não tem erro.

Aliás, falando em contatos, uma das coisas legais em ter uma rede bem azeitada, é que você pode fazer favores a seus amigos (participar de uma votação, indicar um arquiteto, fornecer um endereço) de um jeito divertido e sem muito esforço.

Manter uma rede de contatos é uma maneira de conhecer e conviver com gente bacana.

O chato é quando você nunca dá notícias, nunca convida ninguém para eventos, nunca oferece nada de valor e só aparece quando precisa pedir alguma coisa. Chato e feio, ninguém gosta de gente assim (as pessoas percebem, viu?). Rede é para trocar, de preferência de maneira desinteressada. Pode ser que aquela pessoa bacana nunca lhe renda um bom negócio, mas se você tiver oportunidade de aprender alguma coisa com ela, ou, pelo menos, se puder rir com ela, já está valendo, e muito!

Conviva com gente que lhe faz bem, independente dos negócios que essas pessoas podem lhe proporcionar.

EDUCAÇÃO É BOM...

Mas às vezes a gente perde contatos muito importantes por pura falta de educação. Quer ver?

Na correria do dia-a-dia é comum a gente cometer alguma gafe e não pensar mais no assunto. Pode parecer bobagem, mas convém tomar muito cuidado na maneira como a gente trata as pessoas. Veja se você age assim de vez em quando e entenda como cada uma dessas atitudes é interpretada no mundo dos negócios.

Marcar uma reunião com alguém e deixar a pessoa esperando. Pois é. Com esse comportamento, a pessoa está demonstrando claramente para quem está tomando um chá de cadeira que tem coisas mais importantes para fazer do que atendê-lo. O tempo do visitante não vale nada e o dela é precioso.

Os inseguros geralmente usam esse expediente para demonstrar poder, e os desorganizados, para atrapalhar a vida alheia.

Não olhar nos olhos da pessoa com quem se está conversando. Não dá para imaginar coisa pior do que tentar falar com uma pessoa sobre um assunto e ela não lhe dar a menor bola. A conversa é interrompida à toda hora para dar instruções, assinar papéis ou falar no celular (até atender a um engano é mais urgente que ouvir o interlocutor). Não conheço nenhum jeito melhor para humilhar alguém ou fazê-lo se sentir um estorvo.

Pedir uma proposta “para ontem” e não dar nenhum retorno quando a receber. Tem gente que solicita um plano detalhado em regime de urgência, sabe que ocupou bastante tempo de quem o fez, e mesmo assim não se dá nem ao trabalho de responder que recebeu o documento. A pessoa está querendo mostrar que é tão importante e ocupada que não teve tempo de ler a mensagem. O que não explica essa estranha mania de fazer as pessoas de bobas.

Não retornar ligações de alguém que ligou uma ou várias vezes. É, parece que esse chato que está ligando existe com o único intuito de atrapalhar a vida de quem trabalha. Ignorá-lo é o jeito mais eficiente de lhe comunicar isso sem deixar dúvidas. Um raro caso onde não falar nada já diz tudo o que se pensa sobre uma pessoa. O incomunicável só deve rezar para não precisar da pessoa que ligou algum dia.

Não agradecer favores. Há gente que demanda as mais diversas coisas — pede ajuda em um trabalho, quer bibliografia sobre uma matéria, exige o esclarecimento de alguma dúvida, solicita participação em uma pesquisa, reclama o preenchimento de um questionário — quase sempre alguma tarefa que toma bastante tempo e atenção de quem vai ajudar. É como se o mundo existisse apenas para servi-lo. Para que acusar o recebimento da resposta ou até mesmo agradecer a gentileza? Gente assoberbada de responsabilidades não tem tempo para essas firulas (ela deve considerar o pessoal que faz favores como um bando de desocupados, né?). É isso mesmo que você quer comunicar?

Prometer algo e depois não cumprir. Há quem adore recolher cartões de visitas e prometer que vai entrar em contato depois ou mandar algum material. Essa gente costuma guardar os cartões em algum lugar e abandonar completamente o assunto. É claro que celebridades influentes se esquecem sempre desses detalhes. Elas não têm tempo para essas miudezas, estão preocupadas apenas com grandes realizações, só que não. Será que esse é o seu caso?

Fazer um serviço “meia boca” quando fica descontente com o preço acertado. Então, pelo que o fulano pagou, o serviço está bom demais. O que ele queria? Que competência e brilhantismo fossem desperdiçados com gente que gosta de pechinchar? A excelência e o profissionalismo de alguns estão reservados somente para quem paga bem e variam com a cara e a carteira do cliente. Qualquer semelhança com oportunismo barato não é mera coincidência. Um profissional excelente é sempre excelente, nunca faz por menos. Se o preço não atende aos mínimos requisitos para você ser excelente, não aceite. Uma vez que o negócio foi fechado, faça o seu melhor e não se fala mais nisso.

Tratar fornecedores com displicência. É claro, quem eles pensam que são? O que importa são os clientes potenciais (os que já são “de casa” não precisam de frescuras, eles sabem como se virar). Fornecedores são meros serviçais que deviam dar graças aos céus todos os dias por terem o privilégio de vender para esses executivos tão poderosos e importantes; é isso? Esse é um erro tão grosseiro que quase não há o que comentar; simplesmente não se esqueça de que não há funções mais ou menos importantes numa cadeia de serviços. Todas são essenciais e não dar atenção a isso é o caminho para o buraco.

Criticar os funcionários na frente dos outros. Mão-de-obra, hoje em dia, é um problema, né? Não se pode confiar mesmo nesses cabeças-de-bagre que o chefe crítico cuidadosamente selecionou, treinou e contratou. Além disso, é evidente que a empresa dele está nas mãos de gente incompetente, ele é o único cérebro que funciona lá dentro. Se não fosse a genialidade desse sujeito, a firma já teria ido para o buraco. É impressionante que tem gente que pensa assim e não se dá conta de que foi ela mesmo quem entrevistou, selecionou e contratou os tais “incompetentes” e que há outras empresas cheio de gente boa trabalhando...

Receber um convite e não responder se vai ou não. Pense bem: como é que alguém consegue organizar um evento sem saber quantas pessoas vão? Ainda mais se esse evento inclui comida e bebida? Há pessoas muito desrespeitosas que, além de ignorarem o convite, ainda respondem calmamente, quando interpeladas: “*Ah, se der eu dou uma passadinha lá depois*”. Tradução: “*Estou pouco me lixando para o seu evento – se eu não tiver nada melhor para fazer, apareço para marcar presença*”. É assim mesmo que você quer que o anfitrião entenda sua atitude?

Pois é. Esquecer-se de que as nossas atitudes traduzem quem somos e o que pensamos pode ser perigoso. Se você é adepto dessas práticas e ninguém mais quiser fazer negócios com você, não reclame.

Não dá para dizer que foi um mal-entendido.



5

AS COISAS NÃO CAEM DO CÉU

Não raro eu tenho o prazer de conhecer profissionais promissores e, como talento é coisa que me toca e emociona, vou logo guardando suas referências numa lista para indicá-los na primeira oportunidade (também é uma maneira legal de ampliar a minha rede de contatos).

A minha lista ainda tem poucos nomes por três motivos principais: eu não conheço tanta gente assim; sou muito seletiva; e muita gente presumivelmente boa não tem nada em mãos para mostrar sua competência.

Um amigo pergunta se eu conheço um designer gráfico. Conheço vários, mas, se eles não tiverem como mostrar seu trabalho, como é que meu amigo vai escolher o que ele considera melhor?

Este é um ponto que eu não consigo compreender: como é que um profissional do século XXI não tem nenhum cantinho na Internet para chamar de seu?

Designers, fotógrafos, ilustradores, decoradores, escritores, jornalistas, publicitários, atores, artesãos, produtores de eventos, cantores, artistas plásticos e muitos outros profissionais sabem quanto custa produzir um portfólio impressionável em papel — é bem salgado. Por que então dispensar a internet, essa alternativa poderosíssima e barata?

Vira e mexe converso com alguém que parece ter um potencial muito bom e, quando peço para ver o seu portfólio, ou mesmo que me dê um cartão de visitas, saio de mãos abanando, os anéis todos caindo. Como eu disse antes, papel custa caro (mesmo assim, ninguém fica mais pobre por fazer alguns cartões de visita, né?).

Mas e o site? Hospedar uma página em um servidor custa uma entrada de cinema por mês e mais R\$ 30,00/ano pelo registro do endereço com seu nome. Um investimento mais do que justificado! Um blog ou uma página no Facebook, então, pode sair de graça, minha gente.

As desculpas são das mais diversas variedades de tecido roto e maltrapilho: o talentoso ou talentosa ainda está preparando a página na web (que nunca fica pronta); não sabe programar websites; falta tempo; ou ainda é estudante, não tem mesmo muita coisa para mostrar.

Ok. Como “Jack, o estripador”, vamos por partes (nossa, essa é muito velha!).

Coisas que nunca ficam prontas. Isso me lembra aquelas pessoas que têm o projeto todo “na cabeça”, só falta escrever. Ora, então a pessoa não tem nada. Enquanto não tiver alguma coisa escrita, um trabalho começado, não se tem nada. É preciso que o promissor ou promissora estipulem metas e prazos que eles mesmos possam cumprir. É uma questão de estabelecer prioridades.

A ideia é considerar-se a si mesmo como um cliente também.

Sinceramente, aquela história de “casa de ferreiro, espeto de pau” não me convence. Ou então, o ferreiro não é tão bom.

Não sabe construir um website. Não sabe, então aprenda! E rápido, que o mundo continua girando enquanto você pensa. Não precisa ser nada sofisticado. Todo bom designer sabe que mais importante que recursos tecnológicos pirotécnicos, o que faz diferença é o conceito. A preocupação com a usabilidade deve ser constante, mas nada que um projeto simples não resolva, principalmente quando se é beato da religião “menos é mais”.

Se a pessoa não é da área e nem tem interesse em aprender a programar, uma ideia é fazer um blog simples (o wordpress e blogspot têm várias opções) ou uma fan page no Facebook. É bem rápido e fácil, há vários tutoriais na Internet em português. Pelo menos é um lugar para colocar seu currículo em um lugar que todo mundo possa acessar. Um bom perfil em redes sociais específicas para o mercado profissional, como o LinkedIn, também pode ajudar.

Outra dica é fazer uma parceria com alguém que entenda do ramo (se sua rede de contatos for bem vitaminada, não vai ser difícil). Se a grana estiver curta, vocês podem trocar serviços ou negociar um parcelamento bem comprido.

Sei lá, use a cabeça como quiser, mas garanta o seu lote no ciberespaço. O importante é que, quando alguém digitar o seu nome no Google, apareça alguma informação confiável sobre o seu currículo que você mesmo tenha colocado.

Aparecer na Internet é importante para se tornar conhecido e para que as empresas possam ter referências sobre você.

Não tem tempo. Olha, confesso que tenho um pouco de preconceito (está bem, é muito preconceito, bastante mesmo) contra livros de auto-ajuda, mas uma vez recebi uma mensagem atribuída ao Roberto Shinyashik que cabe muito bem aqui. Ele diz que “*o sucesso não é feito durante o expediente*”. Também acho. Ou o sujeito investe suas horas vagas em alguma coisa, ou vai ser mais um a reclamar da vida em geral e do governo em particular. Calcule o tempo que você consome assistindo Big Brother, jogando videogame, compartilhando bobagens nas redes sociais, e veja quanta coisa dá para inventar nessas horas.

Você acha que as pessoas realmente inovadoras passam o domingo vendo o Faustão?

Sou estudante, não tenho muitos trabalhos feitos. Sinceramente, para mim, essa é a pior desculpa de todas. Uma verdadeira declaração de preguiça, descaso e desinteresse.

Gente, a cidade, o bairro, a rua, o seu prédio, estão cheios de organizações sem fins lucrativos precisando desesperadamente de profissionais, mas não têm como pagar.

Escolas públicas, creches, associações comunitárias, asilos, centros acadêmicos, seu primo que tem uma oficina, sua tia que costura para fora, o síndico do seu prédio! O que não falta é material para praticar. Todo mundo precisa de administradores, economistas, jornalistas, designers, atores, professores de educação física, fisioterapeutas, advogados, ou seja lá o que você estiver estudando! Faça uma “consultoria” para esse povo; peça ajuda para os colegas; provoque mudanças no mundo!

Aproveite enquanto você pode contar com a ajuda dos seus professores para tirar as dúvidas.

É claro que você não vai resolver os problemas como um profissional, mas pode ajudá-los a procurar um, pode acompanhar todo o trabalho e oferecer seu serviços como auxiliar. Olha só que grande chance de aprender!

Organizar eventos na faculdade, mesmo que sejam festas, também contam, e bastante! Você precisa liderar equipes, administrar tempo e dinheiro, negociar com fornecedores, fazer a divulgação. Está achando pouco? Faça isso de uma maneira estruturada, reúna material que comprove a sua atuação e coloque no seu currículo, por que não?

Feiras, congressos e seminários acadêmicos só acontecem porque existem voluntários, você já pensou nisso? Já pensou também no quanto pode aprender e em quantas pessoas bacanas pode ter a oportunidade de conhecer numa situação dessas?

Concursos para estudantes existem aos montes, em todas as áreas. Conheço poucas coisas tão elegantes para abrilhantar um currículo magrinho do que um prêmio (alguns até rendem mais do que um item estrelado no seu currículo, dê uma pesquisada). É claro que há muitos desses concursos que só querem conseguir bons trabalhos sem investir dinheiro, fique de olho; mas há muitos concursos sérios também. Se você frequenta comunidades virtuais sobre a sua área, conseguirá descobrir qual é qual.

Depois ainda tem o centro acadêmico do seu curso, as empresas júniores e escritórios modelo das faculdades, as monitorias de disciplinas, as bolsas de iniciação científica nos laboratórios, os “bicos” em projetos de professores.

Até montar um blog legal ou um grupo de discussão sobre determinado assunto, desde que estruturado de uma maneira profissional, pode contar muitos pontos na definição do perfil de um candidato. Há empresas, inclusive, que só contratam candidatos que possuam blogs ou páginas no Facebook (é uma tendência) até porque algumas são escolhidas para trabalhar com a comunicação da própria organização.

É só querer, deixar de vadiagem e partir para a ação.

Fico perplexa quando vejo um sujeito choramingando que ninguém lhe dá a primeira chance no mercado de trabalho (provavelmente o cara ainda escreve no currículo que é uma pessoa proativa).

Pense bem: se você tivesse que contratar alguém, preferiria um candidato que ainda não teve nenhum emprego formal, mas tem um montão de experiências do tipo das que eu descrevi antes, ou alguém com cara de vítima e o currículo completamente vazio, reclamando que é um incompreendido? Qual deles você acha que será melhor profissional?

Então, como você viu, não precisa esperar se formar para começar a se mexer. Não precisa nem mesmo esperar por uma primeira chance: faça a sua!

Vamos então parar de mimimi? Ao trabalho!

INTERCÂMBIOS

Se você é uma dessas pessoas sortudas que teve (ou terá) a oportunidade de fazer um intercâmbio, levante as mãos para o céu e aproveite ao máximo!

Esse foi sempre meu sonho, mas como já tenho quase meio século de vida, vou ter que usar aquela expressão de gente velha: “*no meu tempo*” ...rs

É que quando eu fazia a minha graduação, participar de um intercâmbio era coisa que só as pessoas muito ricas podiam se dar ao luxo, assim com viajar ao exterior. Hoje em dia é muito mais acessível, existem muitos programas com bolsas disponíveis, é só procurar direito. Não deixe a chance passar.

Viagens são experiências riquíssimas: você vai ter contato com outra língua, outra cultura, outros costumes. Não desperdice essa oportunidade de crescer e ver que as coisas podem funcionar de maneira diferente do que aquela que a gente está acostumado por aqui.

Se puder, não deixe de trabalhar. Estudar é bom, mas nada como ver o dia-a-dia de uma empresa pelo lado de dentro.

Seguem umas dicas que podem ajudar a você aproveitar ao máximo a experiência.

- ★ *Pesquise o máximo que puder sobre o país, a região e a cidade onde você vai. Assim você vai entender melhor o que vai ver (e viver).*
- ★ *Estude bastante a língua antes de viajar. Se você chegar lá só com conhecimentos básicos, vai deixar de entender muita coisa no começo e desperdiçará oportunidades preciosas.*
- ★ *Não fique fazendo comparações o tempo todo e comportando-se como se fosse um concurso sobre qual é o melhor, o seu país natal ou o do intercâmbio. Não existe paraíso na Terra e todo lugar tem vantagens e desvantagens. Concentre-se em aprender com as diferenças, só isso.*
- ★ *Tente conviver o máximo possível com os nativos. Conheço pessoas que ficaram se divertindo em “panelinhas” de brasileiros e voltaram sem saber a língua e os costumes do país que visitaram, ou seja: desperdiçaram tempo e dinheiro. Prefira a galera local ou colegas de outras nacionalidades; amplia muito mais seus horizontes.*
- ★ *Quando você viaja para outro país, vira uma espécie de “embaixador” da nossa cultura; muitas pessoas vão formar uma opinião a respeito do Brasil e dos brasileiros baseados na experiência que tiveram com você. Pense nisso e faça bonito se quiser ter chances lá fora depois.*
- ★ *Não perca contato com as pessoas que conheceu nas viagens. Se possível troque mensagens, faça visitas, telefone. No mínimo é uma excelente oportunidade de praticar a língua e não esquecê-la. Seu mundo cresceu, mantenha-o grande.*

ESTÁGIOS

Lembro até hoje do meu primeiro estágio. Recém-saída do curso de Eletrotécnica da Escola Técnica e estudante do primeiro ano de Engenharia Elétrica, ainda tinha os dedos esfolados de descascar fios e dei-me conta de que tão cedo não ia vê-los de novo.

O curso de Engenharia, pelo menos naquela época, usava os dois primeiros anos apenas para o estudo aprofundado de cálculo e física. Portanto, nada de fios,

motores, circuitos e instrumentos, coisas que eu adorava. Mas não desanimei: reuni toda a minha cara-de-pau, escolhi um laboratório da Engenharia Mecânica cujo nome parecia interessante e desafiador (Laboratório de Hardware do Grupo de Comando Numérico) e bati na porta. Pedi para ser apresentada ao professor responsável e me ofereci candidamente para estagiar lá. Tinha recém-completado 18 anos. O professor falou que não tinha bolsa — não faz mal, disse eu. Trabalho de graça. Passei 6 meses muito legais onde aprendi bastante e também tirei muito xerox.

Fui depois para outro laboratório (com bolsa), depois outro, e mais outro, até que estagiei em empresas, que, infelizmente, por serem estatais de energia elétrica, estavam impedidas na época de contratar quem quer que fosse.

O resultado disso? Da turma de 38 alunos que se formaram comigo, acho que apenas uns 8 conseguiram emprego na área. Eu estava com a minha carteira assinada como engenheira 15 dias depois do baile.

Como eu consegui o emprego? Fácil! A minha cara-de-pau já estava muito mais azeitada e fui lá bater na porta de uma empresa de automação porque gostava muito da área. Liguei para um colega que encontrei apenas uma vez no centro acadêmico, pedi uma entrevista e levei meu currículo e meu entusiasmo.

Fui contratada porque, mesmo antes de receber o diploma, já tinha mais de 4 anos de experiência em diversas áreas da engenharia elétrica, inclusive automação.

Estou contando isso tudo porque não paro de ler e ouvir coisas a respeito da dificuldade que as pessoas têm de conseguir estágios e empregos.

Tem muito de sorte, de estar na hora certa e no momento certo, mas também é preciso se preparar e fazer as coisas acontecerem.

Jamais vá a uma entrevista sem conhecer muito bem o lugar e a área de atuação. Hoje é muito fácil se preparar. Isso é demonstração de interesse, de proatividade. Assim, já dá para saber em que você pode contribuir e dar ideias.

Entusiasmo e vontade de aprender são tudo. Quando ainda trabalhava como funcionária em empresas, meus colegas de trabalho riam porque diziam que mesmo depois de tantos anos de formada eu ainda tinha uma estagiária que habitava o meu corpo e não me largava. Tem um curso novo para fazer? Lá vou eu. Tem alguma habilidade nova que alguém precisa aprender? Pode deixar, eu estudo no fim de semana. Tem que tirar xerox? Deixa comigo.

Digitação de tabelas chatas? Excelente exercício de meditação quando você está estressado. Aprender é o que me move e, no fundo, nunca deixei de ser estagiária.

Estágio é uma etapa da vida importante, onde a gente conhece todo o tipo de gente e se constrói como profissional.

Se a pessoa se sente explorada só porque tem que fazer trabalhos chatos, mau sinal. Encare tudo como uma oportunidade incrível de aprender, inclusive ao observar outros profissionais nos quais você não gostaria de se espelhar.

Cada dia é uma aula nova, cada empresa é um curso novo. E o melhor, sem as provas!

O estagiário que mora em cada um de nós tem que ser alimentado todo dia, com bastante entusiasmo e curiosidade. Não deixe o seu morrer de fome...

TRABALHINHOS CHATOS

Um dia desses recebi um e-mail de um ex-aluno que estava atravessando uma crise profissional e me pedia conselhos. Vamos chamá-lo de João. Pois é, o caso é que o moço estava fazendo estágio em um escritório de design e tinha sido destacado para fazer apenas trabalhinhos chatos, como digitar tabelas e outras tarefas menores, segundo ele.

Um colega comentou com João que ele estava desperdiçando seu talento nesse lugar e que deveria cair fora logo, afinal de contas, já faziam inacreditáveis 3

semanas que o rapaz estava lá e nenhum projeto realmente legal havia sido colocado sob sua responsabilidade. João ainda completava dizendo que sabia que era excepcionalmente bom no que fazia e que não lhe davam o devido valor.

O moço realmente estava em dúvida se saía ou não batendo a porta.

Resolvi compartilhar essa questão preservando o nome do rapaz porque penso ser esse um problema comum à geração dele, independente do curso. Tenho certeza de que estagiários de publicidade, jornalismo, engenharia, farmácia, administração ou qualquer outra área compartilham um pouco da angústia de João.

Vamos por partes. O **primeiro ponto** que vejo é o imediatismo, natural da idade, mas muito mais flagrante nesse milênio.

O que é que a João queria? Que na segunda semana o chefe ficasse camelando na digitação de tabelas para que ele pudesse pensar com mais calma na melhor estratégia para atender um cliente vital para a empresa?

Acho que João e seus contemporâneos pensam que surgem do subsolo, durante a noite, gnomos escravos notívagos que fazem o trabalho que ninguém quer enquanto a empresa dorme.

Meu conselho aos joões: quer mais responsabilidade? Surpreenda, faça mais do que foi pedido; além do trabalho chato, apresente algumas ideias (mas não se chateie se elas não forem aceitas — existe a possibilidade de não serem tão boas quanto se pensa).

Persista, tente analisar a empresa sob todos os pontos de vista, entenda como é a dinâmica de uma organização, como é administrada, os tipos de liderança, as práticas de atendimento, como os papéis são distribuídos.

O estagiário sempre pode comparar uma experiência com outra até encontrar um modelo que considere ideal.

Fazer o trabalho entediante só significa enfiar a cabeça dentro do monitor se o estudante (ou iniciante) não tiver olhos para observar e aprender o que há em volta.

É claro que não estou dizendo para a pessoa concordar com servir de mão-de-obra barata para empresas que não têm intenção de ensinar ou de contratar. Mesmo assim, toda experiência vale a pena, pelo menos por um tempo. Sempre acrescenta como referência, mesmo que negativa.

Segundo ponto: talento incomparável desperdiçado. Confesso que tenho certa simpatia por pessoas que assumem suas qualidades e não gosto muito daquelas que fingem uma modéstia mal escondida.



Mas quando a João afirmou com tanta segurança que era excepcional, fiquei um pouco preocupada. É que enquanto foi meu aluno, não conseguiu mostrar nenhum trabalho tão brilhante assim; não eram tão ruins, mas certamente não eram sensacionais. Nessas oportunidades ele teve toda a liberdade do mundo para mostrar sua genialidade, mas preferiu ser bem discreto.

O fato de mesmo assim ele se considerar um profissional excepcional, leva a pensar que, na sua cultura geral, talvez faltem referências para se comparar.

Acompanhem meu raciocínio: certamente humildade e modéstia são palavras que definitivamente não servem para me descrever: muitas vezes sou acusada de arrogante, e não sem motivos. É que sei que sou uma profissional acima da média. Mas tenho a exata dimensão de que isso não acontece porque eu seja um gênio, mas porque a média, de uma maneira geral, é baixa. Assim, não posso dar lição de humildade para o João, mas é preciso ter um pouco de bom senso.

Quando a gente estuda bastante e tem muitas referências, passa a ter uma perspectiva mais realista.

Brilhante e genial foi Isaac Newton: e mesmo ele admitiu que debruçou-se sobre ombros de gigantes, referindo-se aos matemáticos que deram fundamentação ao seu trabalho (para quem não está ligando o nome à pessoa, Newton foi o cara que formulou as leis fundamentais da física como a da gravidade, para ficar apenas na mais famosa, e criou o cálculo diferencial e integral).

Alguém pode dizer: ah, mas assim é covardia! Se a gente ficar se comparando com esses caras, sempre vai se achar uma formiguinha insignificante. A despeito de algumas vezes ser até saudável a pessoa retornar quietinha ao formigueiro, podemos usar referências mais próximas, e mesmo assim se dar conta das nossas limitações.

Na área à qual me dedico a estudar mais profundamente, que é identidade corporativa, leio autores que me deixam arrepiada. Há os espanhóis Joan Costa e Paul Capriotti, o inglês John Balmer, o americano Tony Spaeth, os argentinos

Norberto Chaves e Raúl Belluccia e mais uma lista enorme que faz com que eu perceba exatamente o meu lugar, bem lá no fim, pelo menos por enquanto.

É uma sensação ótima se dar conta do tanto que ainda tem para aprender e que tem tanta gente lá na frente para iluminar nosso caminho.

Aliás, essas comparações com grandes mestres me fez lembrar de uma charge das cobras, personagens do (esse sim, extraordinário) Luís Fernando Veríssimo.

No primeiro quadro, aparecem as duas cobras olhando o céu noturno estrelado. Então uma se vira para a outra e diz: “*Diante desse infinito, eu me sinto um zero. E você?*” A outra responde, candidamente: “*Ah, sei lá! Um dois ou três...*”

Se eu fosse um estudante de design, no mínimo olharia alguns grandes nomes no Brasil, como o Aloísio Magalhães, Joaquim Tenreiro e Alexandre Wollner, para cair a ficha e ter uma ideia vaga do que significa brilhantismo e excepcionalidade.

Depois ainda tem Philip Stark, Karim Rashid, Javier Mariscal, a Paula Scher, o Paul Rand, só para citar os internacionais que eu lembro agora, de cabeça.

Se fosse estudante de administração, não poderia deixar de admirar Peter Drucker, Philip Kotler e outros grandes empresários que se destacam na gestão (inclusive no Brasil. Já ouviu falar do Ricardo Semler?).

Como eu disse ao João, tomara mesmo que ele seja excepcional. Mas até agora não deu pra notar, e tenho certeza de que a culpa, pelo menos por enquanto, não é do chefe dele...

CARA FEIA NÃO MATA NINGUÉM

Dia desses dias recebi um e-mail de uma moça que parecia muito desencantada, a Mariana. Ela estuda engenharia mecânica e está sofrendo muito com o preconceito de colegas e professores. Não consegue se enturmar, e, em

pleno século XXI ainda tem que estudar muito mais que os colegas para ser tratada como igual.

Não é a primeira vez que recebo uma mensagem assim, e pensei que compartilhar um pouco da minha experiência poderia ser útil para alguém que esteja vivendo situações semelhantes (na pele da Mariana ou na de seus colegas e professores).

Antes de fazer engenharia, fiz o segundo grau em uma Escola Técnica que serviu bastante para me aclimatar, já que sempre houve poucas meninas por lá. Na lista dos aprovados no vestibular em Engenharia Elétrica de 1984, eu era a única mulher.

Alguns professores declararam guerra abertamente logo no começo, perguntando, em tom de show de calouros, por que eu não estava matriculada num curso de corte e costura. Outro chegou a se oferecer para trancar a minha matrícula fora do prazo, já que eu iria reprovar na disciplina dele, que era muito difícil (valeu a pena me matar de estudar; dos 50 alunos, só passaram 15 e eu estava na lista).

Havia também um que usava o meu peso e altura para calcular todos os problemas de física. Não passavam de meninos crescidos e inseguros, coitados.

Além dos professores, havia também alguns colegas que nunca se conformaram com as minhas boas notas. Apesar de me verem todos os finais de semana na biblioteca e copiarem as minhas listas de exercícios (isso quando não pediam cola), muitos gostavam de espalhar boatos maldosos. Já dá para imaginar: se passei, é porque rolou alguma coisa com o professor.

Nunca me importei muito com isso, mas uma vez fiquei com meus brios seriamente feridos. Porque havia tirado uma das melhores notas da turma (um sofrido 6,4), circulou um rumor de que eu tinha passado um final de semana inteiro em uma ilha deserta com o professor (que, já mais para lá do que para cá, devia adorar esses comentários, achando-se o garanhão da vez). Que fossem tão criativos a respeito da minha vida particular eu até engolia, mas 6,4 por um final de semana

inteirinho de proezas dignas da Bruna Surfistinha? É muito ofensivo que alguém tenha acreditado nisso! Mulher nenhuma merece uma nota dessas...

Atuante no centro acadêmico e editora do jornal do curso, acabei recebendo, na cerimônia de formatura, o Prêmio Liderança e Participação oferecido pelo Sindicato dos Engenheiros. Apesar disso, meus colegas não aceitaram que eu fosse a oradora da turma, justificando que eles tinham vergonha que uma mulher estivesse nessa posição com o fraco argumento de que seus pais estariam lá para vê-los. E você achava que infantilidade tinha limites...

A teoria largamente defendida pelos meus nobres colegas de que mulher que faz engenharia vira, no máximo, professora (como se isso fosse algum demérito), caiu por água abaixo logo na segunda semana depois do baile, quando consegui meu primeiro emprego; um currículo cheio de estágios me permitiu iniciar uma promissora carreira de programadora de robôs.

Aliás, esse capítulo é interessante. Fui contratada porque já tinha alguma experiência, mas vi preocupação nos olhos do meu chefe antes de fazer a primeira viagem. Ele não queria que eu fosse (apesar de ter sido contratada para isso) alegando que o lugar era sujo e barulhento. Era mesmo, mas eu adorei!

Essa foi uma época de desafios, onde meu trabalho consistia em implementar softwares em robôs lineares e máquinas automatizadas em vários lugares do país.

Com recém-completados 23 anos, ainda não tinha muita noção de como a roupa poderia contribuir ou detonar a credibilidade profissional de alguém e a quantidade de erros que cometi, não gosto nem de me lembrar!

As calças jeans, o aparelho nos dentes e o rabo-de-cavalo certamente pesavam no olhar desconfiado do qual eu era alvo quando entrava nas fábricas. Lembro de situações de crise em que eu me concentrava ao máximo para não piscar a fim de impedir que caísse alguma lágrima, apesar de ter presenciado homens perderem o controle e chorarem como crianças por seus erros quando a linha de produção parava e os funcionários tinham que ficar esperando para recomeçar o trabalho.

A minha tática para conquistar os técnicos mais céticos e resistentes era desmontar o computador do robô e explicar pacientemente o funcionamento de cada peça, bem como o significado de cada linha de programa com o melhor dos meus sorrisos.

Cedo descobri que isso era infinitamente mais eficiente do que cara feia ou discursos inflamados.

Conquistei o respeito de muita gente boa desse jeito, inclusive porque precisava de voluntários para guardar a porta do banheiro (não havia sanitários femininos nos lugares que freqüentei nessa época).

Como quase toda mulher, é claro que recebi cantadas de clientes, mas nada que uma cara de burra distraída não resolvesse (é preciso providenciar sempre uma saída honrosa em situações delicadas — aprendi que guerra aberta não traz benefícios a ninguém e sempre fui péssima de briga).

Hoje, por ser mais madura e também por ter mudado de carreira, não enfrento tantos problemas. Mas de tudo, o que ficou, e que eu gostaria de dizer para as muitas Marianas é que as pessoas reagem de diferentes maneiras ao novo. E a reação delas vai depender muito da nossa atitude.

Muitas vezes, vi nos olhos dos colegas a dúvida sobre o que fazer agora, já que eu não tinha apelado para o prático e previsível discurso coitadinha injustiçada ou de revoltada.

Esses dias vi uma moça, vítima de racismo, dizer para seu ofensor que ele devia viajar e estudar mais para abrir a cabeça, pois a atitude dele só mostrava o quanto ele estava defasado nesses quesitos. A moça arrasou. Conseguiu colocar o sujeito no lugar dele sem agressões e baixarias; ele foi publicamente humilhado sem que ela precisasse descer do salto. Muito elegante mesmo.

Em alguns casos, principalmente que envolvem racismo, homofobia e assédio moral, convém informar-se com advogados para ver o que pode ser feito para que a atitude não se repita.

Mas a dica que quero deixar aqui é que nada desmonta mais os argumentos de uma pessoa ignorante do que uma resposta inteligente e bem-humorada.

Contra bom-humor e competência ninguém pode.

Se você sempre reage com bom-humor e competência diante das situações difíceis, isso pode inspirar as pessoas que estão com você nesse momento de dificuldade e mostrar para elas que estereótipos não são uma regra a ser seguida.

Pela minha experiência, funcionou na maioria das vezes.

Força e boa sorte aí, Mariana!



6

A CURIOSIDADE MOVE O MUNDO

Não é porque você estuda administração que só vai aprender sobre isso. É claro que você tem que ler tudo sobre o assunto (é o mínimo), mas precisa também ter cultura geral.

Todo mundo, principalmente os sortudos que puderam fazer um curso superior, tem a obrigação de saber pelo menos um pouquinho de política, economia, literatura e noções gerais sobre tudo que acontece no planeta.

Como dizia o meu avô, aprender não ocupa espaço e se a gente considerar a incrível capacidade de processamento do nosso cérebro e o pouco que ele ainda é utilizado, dá para aprender à vontade que ainda sobra bastante espaço.

E não se preocupe — se você estuda publicidade mas é apaixonado por lutas de sumô, com certeza esses conhecimentos combinados vão lhe trazer um diferencial importante.

Não tenha medo de ser curioso. Não existe conhecimento inútil.

O QUE VOCÊ QUER SER QUANDO CRESCER?

O mundo já foi mais simples. Ao ser perguntada sobre o que queria ser quando crescer, uma criança, quando eu ainda era uma, em geral respondia os previsíveis: professora, jogador de futebol, médico, engenheiro, advogado, atriz (naquela época não existia ainda a versão atriz-modelo-apresentadora e nem blogueira de moda).

Eu já quis ser piloto de helicóptero (cheguei razoavelmente perto ao fazer software para um robô aéreo), paleontologista (o máximo é que quase ninguém sabia o que era isso e eu aproveitava para dissertar sobre o assunto no auge dos meus 9 anos), agente secreto (biônica, claro) e repórter.

Acabei trabalhando como engenheira por mais de uma década; depois fui consultora de empresas e professora em universidades. Hoje escrevo livros, contribuo escrevendo colunas para portais diversos, ajudo a administrar uma empresa de tecnologia, e ainda ministro palestras e cursos quando viajo ao Brasil. Mesmo assim, ainda não sei o que vou ser quando eu crescer. E você?

As pessoas geralmente ficam confusas na época de fazer o vestibular, como se fossem se casar e tivessem que escolher bem o noivo com quem viverão até a morte. Mas se hoje nem os casamentos são mais assim, o que dirá as profissões! Eu não tive crise para escolher engenharia porque sempre quis saber como as coisas

funcionavam, adorava física, e a matemática nunca me incomodou. Nunca achei que estava abrindo mão das outras escolhas.

Ainda tem muita gente escolhendo cursos porque acredita que algumas profissões rendem mais dinheiro que outras. Balela.

Conheço médicos que ganham muito mal e faxineiras que ganham muito bem. O melhor é escolher alguma coisa de que realmente se goste, uma vez que, para exercer uma profissão de maneira a se destacar, é preciso estudá-la e se atualizar pelo resto da vida (pelo menos da vida profissional). É preciso se empenhar bastante para ser excelente.

Quem ganha dinheiro não é a profissão, é o profissional.

Hoje, vejo muitos estudantes e profissionais esboçando uma angústia mal contida em relação ao mercado de trabalho. Lamentam que não há empregos, e, os que existem, pagam muito mal, em desacordo com o que foi investido para se qualificar. Pena, né?

Mas pena por quê? Será que não temos aí um problema de abordagem? A pessoa estuda design e sai da faculdade crente que lhe espera um emprego de designer. Estudantes de publicidade e propaganda sonham com o dia em que atenderão grandes contas em agências famosas. O sujeito se esfalfa para fazer medicina e pega o canudo ansioso para fazer o quê? Ora, ser médico...

As pessoas têm que se conscientizar que a coisa mais importante que se aprende na escola é a aprender! E quem sabe aprender, faz qualquer coisa.

E o melhor de tudo, inventa profissões! Qual era mesmo a criança que queria ser videomaker? E webdesigner? E produtor de conteúdo? E consultor motivacional? E nômade digital? E programador de jogos virtuais? E personal trainer? E youtuber? E personal stylist? E adestrador de cães? E social media? Claro que nenhuma! Boa parte dessas profissões não existia há 10 anos!

Como essas, muitas das profissões que mais remunerarão e gratificarão nos próximos 10 anos, ainda não foram inventadas. Essas profissões do futuro estão quietinhas em algum canto, esperando por alguém criativo e perspicaz que as descubra... e quem estudou, quem tem acesso à informação, quem aprendeu a aprender, tem muito mais chances de fazê-las desabrochar.

Engenheiros que escrevam poemas, escritores que pintem paredes, professores de educação física que saibam falar chinês, psicólogos que lutem karatê, médicos que dancem flamenco, administradores que pratiquem capoeira, advogados que fotografem moda: pessoas que não se limitaram às paredes da escola, que têm sede de saber mais, que combinam de maneira inusitada os saberes que conseguiram reunir, são as que inventarão as profissões daqui pra frente.

Eu penso que você tem todas as ferramentas para tentar. Por que não experimenta?

PROFISSIONAL COMMODITY: NÃO SEJA UM

Mesmo não sendo especialista em carreiras, é muito comum receber e-mails de pessoas pedindo uma luz. Como sou adepta da “regra de ouro”, sempre respondo da melhor maneira que posso, até para compensar o tanto de gente bacana que me ajudou ao longo da vida nessas dúvidas existenciais tão incômodas.

Recebi há algum tempo a mensagem da Vera (mudei o nome para preservar a identidade). Ela é bióloga, mas está muito insatisfeita com o salário de menos de R\$ 1 mil. A Vera mora num pólo petrolífero e começou agora a cursar engenharia nessa área, pois quer muito melhorar sua situação financeira. Por sorte, a moça conta com o apoio da família, mas está bem perdida, pois o curso é bem longo e ela queria uma solução mais rápida para o problema. A Vera acredita que, de alguma maneira, posso ajudá-la.

Olha, vou tentar, mas não sei se ela vai gostar do que vou dizer. Estou publicando o caso aqui porque penso que tem muita gente em situação parecida; vira e mexe alguém pergunta como está o mercado para a profissão X; se ganha bem e tals. Vamos lá, então.

A primeira coisa a se analisar é que há biólogas ganhando muito bem. São poucas, é verdade, mas existem (eu mesma conheço algumas). Sabe por que elas têm tanto sucesso? Porque estão oferecendo ao mercado algo que as outras biólogas não oferecem — essas profissionais de sucesso fizeram cursos e especializações, desenvolveram métodos e criaram valor. Além disso, investiram em uma rede de contatos e na comunicação de sua competência. Publicam artigos, compartilham conhecimentos, desenvolvem habilidades. E são referências na sua área.

Em qualquer profissão é assim: existe uma massa enorme que vive de salário e faz o que os outros mandam fazer; essas pessoas são facilmente substituíveis e são aquelas focadas no salário base e no dissídio da categoria. Morrem de medo de perder o emprego, com toda razão, pois são profissionais *commodities*.

Sabe o que é *commodity*? É arroz, feijão, açúcar. Aquelas coisas que chamamos pelo nome genérico, pois não importa muito de que marca sejam; cumprem a função de maneira muito parecida. Então, quando uma empresa diz que precisa contratar 15 nutricionistas ou 23 jornalistas, serão, na maior parte, *commodities*. Vão ganhar um salário padrão e os tais tickets e vales.

Mas há também os profissionais de marca, aqueles que custam mais caro. Eles têm um preço maior porque geralmente entregam mais valor. E, não custa lembrar, valor é sempre do ponto de vista de quem está pagando, ou seja, do cliente. Uma pós-graduação só é valor para o cliente se realmente o conhecimento for aplicado para fazer alguma diferença perceptível.

Se a pessoa é cheia de diplomas mas faz exatamente o mesmo trabalho do que quem tem apenas a graduação, pra que pagar mais caro, não é mesmo?

Você quer um encanador com MBA custando 10 vezes mais? Não, a gente quer alguém que conserte a torneira. Se tem um monte de gente que conserta torneiras, vou escolher pagar o mínimo. Agora, se o encanador com MBA bolou um sistema revolucionário para economizar 70% de água sem ter que mexer nos canos que já existem, ele pode custar o quíntuplo, e mesmo assim, muita gente vai contratá-lo (provavelmente ele terá a agenda sempre cheia).

Pense nas coisas que você consome: algumas você escolhe pelo preço, outras, você paga mais caro porque faz questão daquela marca. Não importa se o objeto vale de fato realmente mais, pois valor é um conceito subjetivo. Tem que valer mais para quem está pagando e ponto final. Pode ser que eu me sinta mais confiante, pode ser que todo mundo do mundinho fashion use ou pode ser que eu pague o triplo do preço em um sabonete só por causa da embalagem. Isso não vem ao caso; o que importa é que o cliente percebe valor, e por isso ele paga mais.

Não custa lembrar que comunicação, nesse caso, é essencial. Tem todo um trabalho de marketing pessoal e construção da marca que precisa ser feito para que os clientes saibam que você existe e desejem o que você tem para oferecer.

O que será que é valor para quem contrata uma bióloga? Quais as oportunidades que existem de criar algo que ninguém pensou ainda? Sei lá, pode ser que você goste de desenhar e monte um curso de biologia avançado em quadrinhos. Ou se especialize no desenvolvimento de jogos para celular envolvendo conteúdo de zoologia para vestibulandos. Sua cabeça, sua paixão, sua coragem e criatividade são o limite. O foco precisa ser criar valor, não o que será escrito no contracheque (que, nesses casos, muitas vezes sequer existe).

Mas repare que é preciso que a pessoa tenha paixão pelo que escolheu estudar. O bom é que, em se tratando de vida profissional, fidelidade não é qualidade. Seja promíscua, misture áreas de conhecimento diferentes, explore novas possibilidades. Talvez você nem goste tanto de biologia, mas pode aproveitar o conhecimento que já tem para misturar algo que você adore e fazer algo novo que tenha valor para as pessoas.

Investir em outra profissão mirando no contracheque é o caminho certo para repetir a situação atual: você se forma e vira *commodity*, cujo principal objetivo é ficar prestando atenção em quanto foi o dissídio da categoria esse ano. Desperdiça todo o conhecimento de acumulou e vive uma vida de risco (apesar de parecer o contrário); viverá com medo da empresa demiti-la por causa da crise e reclamará do governo até se aposentar miseravelmente pelo INSS.

Ah, e vale lembrar: não quer investir, não quer ousar, prefere simplesmente aplicar as regras burocraticamente e viver entediada, porém, com o contracheque gordinho, faça um concurso público daqueles que pagam bem. Você até pode entregar bastante valor (conheço funcionários públicos excelentes), mas a acomodação não representará um risco sério para sua carreira.

Mas se você quer mais que dinheiro, quer se realizar profissionalmente e pretende fazer realmente diferença na vida das pessoas destacando-se no meio da multidão, ponha a cabeça para ferver. Crie alguma coisa nova, descubra que conhecimentos você precisa adquirir para colocar isso em prática (pode ser que uma pós-graduação resolva). Conheça e se relacione com pessoas que tenham interesses semelhantes. Isso pode se refletir no contracheque obeso ou num contrato sensacional; ou pode dar tudo errado. É um risco, claro.

Mas acredito que risco mesmo, daqueles de morte, é passar a vida como *commodity*.

DIPLOMA PRA QUÊ?

Ainda sobre a questão da formação profissional, vale a pena me estender mais um pouco e compartilhar uma experiência que aconteceu há alguns anos. Estava ministrando aulas em um MBA quando um funcionário da instituição, bem desanimado, comentou que um primo dele tinha até doutorado e estava ganhando uma miséria fazendo bicos. Aguardava uma bolsa para estudar mais um pouco. Injustiça, né?

Mas será mesmo?

Sinceramente, acho que não. Pela descrição do perfil, parece que o rapaz é estudante profissional. Não há nada de mal nisso, mas que ninguém espere ganhar fortunas dependendo apenas de bolsas de estudo.

O problema é que algumas pessoas costumam levar ao pé da letra aquelas manchetes escandalosas publicadas nas capas de revistas de negócios dizendo que um curso de MBA pode aumentar seu salário em muitos por cento. Vejo gente fazendo as contas do investimento, computando a diferença entre a mensalidade e o incremento no contracheque que espera obter. O problema é que isso não acontece automaticamente, como muitas reportagens querem fazer crer; então, o que se vê por aí é uma legião de pós-graduados subempregados e reclamando da vida.

A questão é que, diferente do que possa parecer, o mercado não faz concursos nem paga mais para quem tem mais diplomas. O mercado remunera melhor quem consegue entregar mais valor, tendo ou não uma pilha de certificados. E é pior contratar uma pessoa sem noção, mas com diploma, pois essa pessoa não vai querer tirar xerox ou fazer serviços “menores”.

O diploma nada mais é do que um comprovante que você teve acesso a um conjunto específico de informações que lhe foram apresentadas de maneira estruturada e com orientação de outros profissionais, supostamente experientes e conhecedores da matéria.

Você ganha esse pedaço de papel quando consegue provar para a instituição que o emitiu que conseguiu assimilar essas informações de maneira satisfatória. E só. Lá não tem nada dizendo que agora você é melhor que os outros, que ficou mais inteligente ou que merece um aumento. Pode procurar, garanto que não tem.

Então, como é que o diploma pode ter a ver com aumento de salário? As revistas estariam mentindo?

Não estão. É que, teoricamente, se você tem vários diplomas, teve acesso a vários conjuntos de informações específicas.

Isso aumenta muito as suas chances de recombina-las e criar algo que, de fato, tenha valor para o mercado. Que faça diferença na vida das pessoas. Que seja desejável a ponto de alguém poder pagar mais por isso.

Quanto mais cursos, mais combustível e mais matéria prima para converter em excelência. Quem sabe aproveitar isso, ganha mais, claro.

Se, ao contrário, o sujeito pega o papel, emoldura ou então guarda na gaveta e esquece as tais informações, sem fazer nada de útil com isso, então, sinto informar, mas valeria mais a pena ter ficado em casa vendo novela. Seria mais barato e menos frustrante. Há alunos que estão claramente perdendo o seu tempo: pagando as prestações de um diploma que não servirá absolutamente para nada, uma vez que não estão interessados em gerar valor, mas em aumentar o salário.

Vejo um montão de gente por aí que apenas coleciona certificados; não aplica o que aprendeu (se é que aprendeu alguma coisa), não se interessa em fazer coisas novas e interessantes, não transforma o conhecimento em algo útil, e, pior, ainda sai por aí cheio de razão reclamando direitos.

Diploma, sem um profissional que o converta em valor que faça uso do que ele representa, é só um pedaço de papel. Igual àquele que embrulhava o pão antigamente, só que muito menos útil (geralmente o papel do diploma é muito duro).

VOCÊ É DE DIREITA OU DE ESQUERDA?

Há algum tempo tive a sorte de ler “A revolução do lado direito do cérebro”, de Daniel H. Pink (um aluno me indicou).

O autor apresenta, de maneira simples e didática (porém, muito bem fundamentada), as fases da nossa valorização como profissionais na história da economia recente.

Na *Era Industrial*, o mais importante era ter músculos e persistência diante da adversidade. Gente com esse perfil era imprescindível nas linhas de montagem, e estava no topo da valorização (brutamontes incansáveis inspiraram personagens heróicos e inesquecíveis, ícones do ser humano ideal).

Com o advento da *Era da Informação*, onde os computadores entraram em cena, bom mesmo era o sujeito que pensava de maneira estruturada, era fera em lógica e matemática. Enfim, uma espécie predominantemente racional. Eram (alguns ainda o são) olhados sempre com respeito, pois faziam parte da elite dos “inteligentes”. Pink argumenta que essa classe, representada principalmente pelo pessoal da tecnologia, está sendo substituída por profissionais mais baratos, oriundos principalmente da Ásia (Índia, Tailândia e China, na dianteira). Europeus e americanos que estavam na crista da onda viram sua praia repentinamente ser tomada por *haoles* e estão tomando um caldo atrás do outro. Os salários caíram e a competência subiu.

O autor conclui que estamos entrando agora na *Era Conceitual* onde é preciso substituir a capacidade de análise pela de síntese.

Integrar, em vez de modularizar. Dar mais espaço para o emocional e o artístico. Fazer as coisas de uma maneira diferente da lógica e convencional, ou, simplesmente, desenvolver a capacidade de cativar e emocionar.

Ele usa a metáfora dos dois lados do cérebro; que fique claro que é uma representação antiga e **comprovadamente falsa**, já que os equipamentos de

ressonância magnética mostram que usamos o cérebro inteiro para a maioria das tarefas. A metáfora continua em uso porque é bastante didática, somente isso.

Assim, consideramos que o lado esquerdo é analítico e ocupa-se com a razão, com a estrutura, com a modularização das informações. É com esse lado que a gente aprende a ler e escrever, a formar palavras, a atribuir significados aos números, a encadear seqüências lógicas, a analisar criticamente um problema.

O lado direito ocupa-se da síntese e trata da emoção, do subjetivo, do contextual. Esse é o lado que reconhece um rosto (sem se preocupar com as partes), que interpreta e entende piadas e frases de duplo sentido, que sintetiza informações, que conecta, que cria e inova.

O lado esquerdo é seqüencial. O direito, simultâneo.

Todo mundo precisa dos dois para viver (e sobreviver), mas o lado direito andou meio esquecido e desvalorizado por uns tempos. Agora ele volta a ser lembrado e vitaminado para contribuir mais.

Como bem lembra Pink, a excelência se produz quando os dois lados superpoderosos viram amigos e transpõem a barreira que os separa.

Nenhum lado do cérebro é mais importante que o outro, então, para quem desenvolveu muito só um, convém dar uma atenção agora para o outro também, senão não vai conseguir se adaptar aos novos tempos. Então, não me venha com aquela história de “sou de humanas, não sei fazer contas”. Para ser um profissional completo, você também precisa fazer contas sim.

Será que você está dando vitamina e atenção para os seus dois lados?

PRECONCEITO = PREGUIÇA DE PENSAR

O neurocientista Gregory Berns, autor do ótimo “**O iconoclasta**”, já explicou: nosso cérebro foi construído de maneira a consumir o mínimo possível de energia.

Fato é que, mesmo que a gente passe o dia inteiro deitado sem fazer nenhum movimento, o danado continua gastando; por uma questão de sobrevivência, ele teve que bolar um jeito de ser menos perdulário.

Para resolver isso, nossa CPU bolou alguns truques que a fazem ficar mais eficiente: um deles é rotular tudo o que aparece pela frente, num esquema chamado categorização preditiva (o nome científico pode até parecer bonito, mas na linguagem popular isso é o mesmo que preconceito).

A coisa funciona da seguinte maneira: em vez de processar uma informação completa e cheia de detalhes toda vez que entra em contato com algum tipo de estímulo, o cérebro infere o que está vendo, ou seja, ele registra apenas uma parte da cena e conclui o resto.

Assim, nossos miolos escolhem algumas partes mais familiares que conseguem reconhecer e ignoram o resto. Isso economiza energia e funciona muito bem no dia-a-dia, mas destrói, sem dó nem piedade, toda nossa imaginação, cultura e capacidade criativa. É que sem trabalhar, nosso cérebro engorda e fica jogado o dia inteiro no sofá comendo besteira. Para ter ideias que mudem o mundo, precisamos de um cérebro atleta, saudável, em excelente forma física.

Por que então preconceito é a mesma coisa que preguiça de pensar?

Porque preconceito é exatamente isso: em vez de considerar todas as variáveis, a gente pega só um pedaço da informação e tira uma conclusão inteira. Claro que a conclusão vai se basear ou em experiências anteriores (não preciso analisar todos os elementos do feijão cada vez que saboreio uma feijoada; basta olhar um bago e já sei que gosto tem) ou em experiências de outros (minha avó dizia que os ciganos são todos dissimulados. Então eu, que nunca vi um cigano ao vivo

em toda minha vida, já sei exatamente como eles são, pensam e sentem, só de ver uma moça de saia comprida).

Para quem quer obedecer cegamente à natureza e economizar energia de verdade, é simples. Pegue um livro antigo cheio de regras e cumpra-as à risca, sem questioná-las (melhor ainda, interpretando-as da maneira que exija o mínimo esforço mental possível). Repita opiniões terceiros sem nem ao menos checar se têm fundamento ou não. Leia só a manchete e não o texto inteiro. Interprete a palavra normal como sinônimo de certo. Veja só que econômico. Não se gasta praticamente nenhuma caloria nisso. E o cérebro fica lá, lerdo e flácido, mergulhado feliz no ócio do preconceito.

A única maneira de fazer o nosso sr. Preguiçoso fazer musculação e estar em forma para novos desafios é confrontar o sistema perceptivo com algo que ele não sabe como interpretar, pois nunca viu nada parecido antes. Isso força a criação de novas categorias de classificação.

É como se a gente tivesse prateleiras para guardar todas as informações dentro da cabeça, para recuperá-las quando precisar. Pois quem não questiona e só segue regras, tem meia dúzia de prateleiras montadas por outros, com ideias simplórias, repetidas, rasas e muito, muito preconceituosas.

Quando a gente lê, duvida, conhece novos lugares, novos hábitos e novas ideias, constrói guarda-roupas inteiros dentro da cabeça, cheios de prateleiras, gavetas e sistemas requintados de classificação. Não é que a gente não pratique mais a categorização preditiva, mas ela vai ficando mais refinada, mais precisa. Quando vejo uma moça de saia comprida, não basta colocá-la na única gavetinha disponível, aquela que herdei da minha avó; há uma imensidão de possíveis nichos para guardar aquela informação e, não raro, preciso construir mais um para acomodar a nova pessoa que acabei de conhecer.

No fim, esse trabalho infinito de marcenaria é a tal musculação. É o que nos faz humanos inteligentes, o que nos faz evoluir.

E não sou eu quem estou dizendo isso não. Uma pesquisa canadense aponta a forte relação entre pessoas preconceituosas e um QI médio mais baixo, ou seja, eles são menos inteligentes; depois de pensar sobre o que o Dr. Berns nos explicou, faz todo o sentido, né?

Quando alguém só tem meia dúzia de prateleiras para guardar tudo e vê algo que não se encaixa, seu cérebro ignorante simplesmente rejeita, diz que não presta e ataca, por puro medo do desconhecido. Nem sabe onde anda o martelo para o caso de ter que construir alguma coisa. Em casos extremos de burrice aguda, chega a bater ou matar só para não ter que levantar do sofá.

Você conhece tipos assim. Pessoas que, tendo cérebro, não o usam. Muitas dizem acreditar na existência de num Criador; mas será que não se dão conta que não há maior desrespeito que esse com o próprio Criador, que se deu ao trabalho de desenvolver um órgão tão engenhoso? Ter um cérebro e não usá-lo?

Acho que não. Para concluir isso, teriam que pensar.



7

NÃO LUTE CONTRA O TEMPO, VOCÊ VAI PERDER

Um dia, num jantar, um amigo perguntou sem mais nem menos, no meio de uma conversa: “quantos anos você tem?”. Respondi a minha idade, meio sem entender direito por que ele queria essa informação. Joel respondeu: não, não perguntei isso.

Esses anos você tinha, não tem mais, já passaram. Eu perguntei quantos anos você ainda tem.

Foi então caiu a ficha. Sábio Joel, com seu pensamento lateral em plena forma. Quantos anos será que ainda tenho? A morte, apesar de ser a única coisa certa da vida, ainda é um tabu para nós. Se a gente se lembrasse de vez em quando que o tempo aqui não é infinito, que as coisas não são para sempre, quem sabe desperdiçaríamos menos. Não faríamos planos sem data, não deixaríamos para ser felizes num futuro idealizado e longínquo que nunca chega.

Geralmente a gente se dá conta de que as coisas acabam quando sabemos da doença fatal ou da morte súbita de alguém próximo. Com o tempo, a doença fatal ou a morte súbita chega para nós também. E aí, é o caso de perguntar: o que é que a gente fez com o nosso tempo? Para que a correria toda? Para que a gente se economiza tanto, deixando às vezes de brincar, de se apaixonar, de fazer umas loucuras, de sentir os cheiros, de nos deixar abraçar pelo sol, de viver?

Na minha opinião, uma das coisas mais nefastas para a vida de alguém é achar que o que se tem hoje nunca vai acabar. A estabilidade no emprego, por exemplo. Quer coisa mais broxante para um profissional? Exceto se o sujeito matar o chefe na frente de todo mundo com requintes de crueldade e depois ainda postar o filme no YouTube, nada nessa República o fará perder o cargo. Roubo, má-fé, falta de educação ou mesmo incompetência não são motivos justificáveis para colocá-lo no olho da rua. A impressão do “para sempre” desmoraliza qualquer um que se empenhe em fazer melhor. O que vale é que a estabilidade eterna é uma ficção. Ainda bem.

Vejamos a questão dos casamentos. Não raro relações lindas são aniquiladas justamente por causa do tal “para sempre”. Se o contrato fosse apenas temporário e exigisse revisões periódicas, duvido que algumas pessoas tratassem as caras-metade da maneira como tratam, assim, de qualquer jeito. Se a pessoa tivesse que fazer por merecer a renovação, tenho certeza de que o empenho, o cuidado e o respeito seriam maiores de ambas as partes. Se o mané não tivesse a ilusória certeza de o outro estará sempre à sua disposição, será que iria para a cama arrastando os chinelos e de camiseta rasgada com a mesma tranqüilidade?

Viver sabendo que é preciso aproveitar cada minuto, cada oportunidade, cada beijo, cada abraço, certamente faz o nosso tempo render mais. É claro que você e eu, como a maioria das pessoas, não veio aqui a passeio; é preciso trabalhar, estudar, ralar mesmo.

Mas, como disse o sábio Carlos Drummond, se a dor é inevitável, o sofrimento é opcional.

Se a gente desfruta das pequenas alegrias, se sabe para que serve a dor, se aprende a crescer e não se priva das emoções, a poesia vem em nosso auxílio para esticar o tempo.

É preciso cuidar do corpo e da alma para aproveitar melhor a jornada, entregar-se a cada amor para eternizá-lo, ler, aprender, dançar, ver o pôr-do-sol como o espetáculo que é, degustar cada alimento como um banquete, rir com vontade de maneira a iluminar tudo em volta.

Assim, quem sabe, o “para sempre” dure tempo suficiente para a pessoa dizer: valeu.

Na minha opinião, todos os contratos (de emprego, de casamento, de prestação de serviços, etc) deveriam ter prazo de validade (12 meses, por exemplo). Após esse período, as partes se reuniriam para ver se vale a pena renovar, se estão todos satisfeitos e cumprindo o prometido, se há modificações e ajustes para se fazer.

E você, o que acha da ideia?

PROJETOS DE SUCESSO

Hoje vi uma entrevista de uma atriz dizendo que está com um projeto novo, mas ainda é segredo. Recebi também um convite para um curso que promete ensinar a pessoa a elaborar um projeto de vida glorioso.

Nossa, parece até que quem não tem um projeto ou não está metido em um não existe, digamos assim, como “pessoa humana”.

Para o design e para a engenharia, o projeto é um registro técnico que permite que o objeto concebido possa ser reproduzido em escala. Mas há uma outra definição, mais genérica, que serve para o que quero discutir agora e se encaixa perfeitamente nos exemplos iniciais:

Projeto é qualquer empreendimento temporário (com início, meio e fim) criado para alcançar um objetivo bem definido.

Sob essa ótica, fazer uma mala pode ser um projeto. Elaborar uma solução que envolva conhecimentos específicos de qualquer área para resolver um problema também.

Não raro ouço reclamações de clientes sobre profissionais que não cumprem prazos, que não são pontuais, que não conseguem se organizar quando estão tocando vários projetos ao mesmo tempo. O mundo está cada vez mais complexo, e se organizar no meio dessa confusão exige disciplina e método.

A disciplina depende de cada um, mas o método se chama gerenciamento de projetos. A lebre foi levantada em meados da Segunda Guerra Mundial, onde o mundo tinha que evoluir tecnologicamente com prazos apertadíssimos e muitos planos importantes e urgentes andando em paralelo. Fica fácil de entender porque a Marinha Americana e a NASA (aquela dos foguetes) foram tão importantes no desenvolvimento dessa área da administração.

A ideia principal do gerenciamento de projetos é que qualquer empreendimento temporário com objetivo definido (de qualquer área) possa se utilizar de ferramentas para aumentar a sua chance de sucesso.

Ok, mas o que é sucesso em um projeto? Essa questão é bem interessante, olha só. Para um projeto ser considerado bem sucedido, as seguintes condições têm que ser atendidas:

- ★ *Objetivos alcançados dentro do prazo previsto.*
- ★ *Orçamento respeitado.*
- ★ *Qualidade do produto entregue compatível com a especificada no escopo.*
- ★ *Realização de todas as etapas com segurança para os participantes.*
- ★ *Satisfação de todas as pessoas envolvidas no projeto.*

A palavra escopo tem muitas definições chiques, mas penso que a que melhor a descreve é “escopo é tudo aquilo que você prometeu entregar.”

A parte que eu mais gosto dessa lista é a da satisfação de todos os envolvidos. Uma grande sacada, na minha opinião. Não dá para considerar nada bem sucedido se alguma parte saiu insatisfeita. Se o estagiário se sentiu explorado, se o cliente ficou um pouco decepcionado, se o designer esteve à beira de um colapso, se o resultado trouxe um lucro inferior ao estimado para quem o estava financiando, então é porque alguma coisa não funcionou como devia, não dá para dizer que foi um sucesso.

E agora vem outra prática salutar: os relatórios de lições aprendidas! Consiste basicamente em registrar por escrito as falhas (sempre há, mesmo que o projeto tenha sido um sucesso) para evitá-las numa próxima oportunidade. De novo, a grande lição está em escrever o que se aprendeu para que as pessoas possam ter a oportunidade de compartilhar a experiência.

Se fica na cabeça de um só, será sempre um mistério, pois cabeças são os lugares mais inacessíveis do universo.

Outra coisa muito legal é a recomendação para celebrar as etapas concluídas. O projeto como um todo pode não ser um exemplo, mas isso não impede a equipe de comemorar o que deu certo. Serve de incentivo, de reconhecimento pela conquista e para elevar o astral da turma. Não precisa ser nada demais.

Uma Coca-Cola com pão de queijo é como se fossem champanhe e caviar para quem está festejando o primeiro protótipo aprovado.

Uma parte muitíssimo importante e não muito praticada é o gerenciamento dos riscos. Por risco entenda-se qualquer evento que pode ou não ocorrer e impactar o seu projeto (para o bem ou para o mal). Uma enchente, um acidente, uma variação brusca no câmbio, um aumento súbito na demanda; coisas assim.

Gerenciar riscos consiste basicamente em pensar com antecedência o que fazer no caso de um desses eventos realmente vir a acontecer.

Assim se aproveita melhor as oportunidades e se reduz o tamanho do estrago. Gente que perde arquivos importantes por falta de backup simplesmente ignora o gerenciamento de riscos (nenhum profissional deveria se dar a esse luxo).

Quantas vezes você já ouviu falar que alguém estava com tudo pronto quando “deu um pau no HD” e perdeu o relatório inteiro? Meus alunos já sabem, esse papo comigo não cola. Não ter cópia de segurança é falta de profissionalismo. Você não está arriscando apenas o seu trabalho, mas o negócio do seu cliente ou da empresa onde você trabalha.

Existem várias maneiras de se evitar surpresas desagradáveis. Você pode copiar periodicamente arquivos em pendrives, CDs ou HDs externos e até contratar esse serviço, mas tem um jeito rápido, fácil e de graça: crie uma conta especial no gmail somente para fazer backups. Pelo menos uma vez por dia, ou a cada modificação importante, envie o arquivo para seu endereço no gmail e pronto. Fica tudo guardadinho e organizado por data e hora. Ou tenha um espaço disponível para backup na “nuvem”, como o Dropbox ou similares. Enfim, não há desculpa para perder arquivos importantes; as possibilidades são muitas.

A questão é que há muito, mas muito mais mesmo, além da segurança dos dados. Tem que cuidar também das comunicações, da integração entre as partes, dos recursos (humanos e financeiros), da qualidade, do escopo (não raro o cliente muda de ideia depois que a coisa está andando), da qualidade, dos prazos e do dinheiro. Ufa, não é mesmo para amadores.

Há tantas variáveis para se controlar, tantas áreas para gerenciar, tantas lições para aprender, que hoje há mestrados em Gerenciamento de Projetos praticamente no mundo todo e apenas uma das instituições, o PMI (*Project Management Institute*, criado em 1969 nos EUA) já congrega centenas de milhares de profissionais associados em 170 países.

O trabalho que dá gerenciar um projeto é diretamente proporcional à sua complexidade, e gente comum não pode reclamar. Imagine só a quantidade de abacaxis que o gerente do projeto da construção de um submarino nuclear, um foguete ou uma usina hidroelétrica tem que descascar todo dia.

Acredito que conhecer pelo menos as ferramentas mais básicas pode ajudar muito profissionais de qualquer área a correr menos riscos, dormir mais tranquilamente e resgatar a credibilidade no mercado. E a comemorar com o cliente e sua equipe no dia da entrega final de um projeto de sucesso!

TEMPO DE SER CRIATIVO

Há um tempo li na ótima revista abcDesign um interessante ensaio de Massimo Picchi, coordenador geral da Escola Panamericana de Arte e Design. Ele fala da experiência da escola, que tem lutado com dificuldade contra a falta de inspiração generalizada das profissões consideradas criativas (design, publicidade, fotografia).

Sem fazer acusações formais ou buscar culpados, Massimo observa que a massificação das ideias tornou-se mais evidente com a superoferta de ferramentas tecnológicas para esses profissionais. Agora ficou fácil pular etapas, copiar trabalhos, usar referências.

Ele detectou a correlação, mas foi inteligente o suficiente para não atacar a tecnologia como a causa (seria simplista demais, apesar desse potencial culpado estar tão à mão).

Eu me arrisco aqui a dar um pitaco. Para mim, o problema maior não é a tecnologia, mas a falta de tempo. Reconheço, é claro, que há outros e complexos

atores que contribuem para o fenômeno e também não quero cair na tentação de achar um vilão. Mas acompanhe só o meu raciocínio.

Numa das minhas aulas de pós-graduação em marketing, tive a oportunidade de aprender muito sobre criatividade com a Dulce Magalhães, palestrante admirada que tenho como referência sobre o que quero ser quando crescer.

Ela deu uma aula que vou tentar reproduzir da melhor maneira que consigo, mesmo sabendo que haverá perdas (o que vou compartilhar é apenas a minha limitada percepção do que ela disse).

O processo criativo funciona, grosso modo, mais ou menos assim: a gente passa o dia inteiro recolhendo informações de todos os tipos.

Tudo o que os nossos sentidos conseguem captar e consideramos dignos da nossa atenção são armazenados.

Observe que, como é humanamente impossível captar e guardar tudo, cada um de nós desenvolve os próprios filtros sobre o que é ou não interessante.

Essas verdadeiras peneiras pessoais (nós, em última instância) decidem o que vamos ver ou ouvir. Há pessoas bastante alheias que não prestam atenção em muita coisa. Há as que escolhem olhar o mundo como quem visita um museu ou assiste a um filme. Há as que vêem o mundo pela tela da TV, as que ignoram o céu, os cenários, as pessoas, os fatos. Há as que querem saber tudo, sorvem as informações como uma bebida deliciosa. Há aquelas que só aprendem o que já sabem, nem querem conhecer outras naturezas ou pontos de vista.

Pode reparar: duas pessoas visitam a mesma cidade como turistas. Cada uma vai descrevê-la de uma maneira completamente diferente da outra, com outros detalhes e dando destaque a aspectos completamente diversos. São os tais filtros pessoais que fazem a gente enxergar (e, em última instância, sentir) diferente.

Esses filtros é que nos fazem únicos, uma vez que não há dois iguais.

Quando a gente vai para a cama dormir (ou cochilar), toma um banho ou apenas senta para relaxar, o nosso cérebro reconhece que houve uma pausa de aquisição de informações e começa a botar ordem em tudo o que acumulou durante o dia.

As sinapses começam a trabalhar para guardar todas as coisas em seus devidos lugares, senão a gente não consegue resgatar as informações depois pela memória.

Pois justamente durante o processo de reorganização é que acontece, às vezes, do cérebro guardar coisas em lugares diferentes do esperado e fazer conexões bizarras entre assuntos.

Nesse ponto, acontece uma recombinação de informações e é quando gente tem ideias originais, coisas banais sob ângulos inusitados.

Isso é tão forte em mim que não consigo dormir sem papel e caneta ao lado da cama. O momento em que estou quase dormindo é quando tenho mais ideias. Recombino informações acumuladas há anos, dias ou horas em um texto; junto referências visuais de muitas fontes distintas para pintar um quadro; reúno o cenário de um livro, um recorte de jornal e o comportamento de um cachorro na rua para desenvolver um método.

Em resumo, a criatividade precisa de duas coisas essenciais para acontecer: informações (matéria-prima) e relaxamento.

Precisamos de muitas informações para recombina, senão não há combustível para a enriquecer mistura. Por isso, a gente precisa ler, ver, ouvir, viver muito, alargar

o filtro ao máximo possível. Mas também precisamos de tempo para cozinhar o caldo.

Vejo muito trabalho pobre em termos de criatividade porque o sujeito não reúne informações suficientes; cultura geral e criatividade são essenciais para qualquer trabalho que se queira original.

Se a pessoa não lê, mal ouve, e, principalmente, não é curiosa, não há como ser criativa. Se o indivíduo passa o dia como quem vive uma maratona e não relaxa nunca, também não tem jeito.

Por falta de tempo, as pessoas acabam lendo pouco, vendo pouco, vivendo mal, sem relaxar nunca. O resultado é o que a gente está vendo aí. Ou não. Tenho certeza que tem um povo que nem reparou...rsrsrs

Veja algumas dicas que podem ajudar:

- ★ *O único jeito de arranjar tempo livre é se organizando. Gente desorganizada desperdiça tempo e está sempre dando desculpas. Mas o tempo é igual para todo mundo, como é que tem gente que consegue? Resposta: organização!*
- ★ *Meditação é o exercício de “esvaziar” a mente, deixar os pensamentos passarem sem se concentrar em nenhum. Estude mais sobre o assunto e aprenda como fazer. Mentes “atulhadas” não conseguem produzir.*
- ★ *Tente prestar atenção no mundo à sua volta. Tem um monte de coisas legais rolando e que podem ser úteis para você em algum momento.*
- ★ *Dê “comidinha” para seus olhos: preste atenção nas coisas que normalmente você não daria bola; comece ler cartazes colados nas paredes, sinta cheiros, texturas, sabores. Tudo ajuda a gente a ficar mais rico de experiências e repertório.*

COMO ANDA SUA AGENDA?

Mesmo que você não seja um expert em gerenciamento de projetos, é essencial que você use alguns dos princípios para se organizar. Senão, não tem mesmo como cumprir prazos.

O primeiro passo é ter um agenda, seja de papel, eletrônica ou virtual, você escolhe. O importante é ter todos seus compromissos anotados em algum lugar facilmente acessível, no mínimo para evitar sobreposições.

Sem um mínimo de organização, fica quase impossível cumprir prazos e a sua reputação pode ir para o brejo mesmo que o seu trabalho seja excelente. Nesse país em que quase ninguém é pontual, esse é um diferencial muito simples que pode destacar um profissional sem quase nenhum esforço.

O HOMICIDA QUE MORA DENTRO DE VOCÊ

Marcos tem 30 anos. Num dia de supremo azar, é assaltado e leva um tiro, disparado por um bandido nervoso.

Considerando que Marcos poderia viver até os 71 anos (expectativa de vida de um homem no Brasil), o ladrão roubou-lhe seus bens materiais e mais 41 anos de vida. Ninguém sabe como Marcos iria gastar esses anos todos, mas agora não há mais como saber. Eles lhe foram roubados. Marcos foi morto.

Pense; o tempo é a coisa mais preciosa que uma pessoa tem. Quando alguém lhe dedica seu tempo, valorize. A pessoa pode dar a você um relógio, um bombom, um computador e até um avião; tudo isso pode ser comprado com dinheiro, tudo isso pode ser resgatado, tudo isso pode ser medido em moeda. Menos o tempo.

Quando uma pessoa destina seu tempo a alguém, nunca mais irá recuperá-lo. É o maior presente de todos, aquele que não tem preço, o que não volta mais.

Eis que Ana marca um café com Mônica e se atrasa 25 minutos. Mônica não pode fazer nada enquanto espera. Ana ganhou da amiga seu bem mais precioso e fez o quê? Jogou-o fora. Como se não valesse nada.

Em última análise, Ana roubou 25 minutos da vida de Mônica. Como o tempo é um recurso finito e limitado, Mônica terá que tirá-lo de outro lugar; talvez da convivência com o filho, talvez dos momentos de lazer, talvez das preciosas e necessárias horas de sono.

Quando a gente se atrasa 20 minutos para uma reunião, está matando 20 minutos da vida de cada um dos participantes. Nossa vida é nossa; podemos matar todo o tempo que quisermos, é nosso direito. Mas fazer isso com o tempo do outro? É assassinato.

Matar 20 minutos da vida de alguém ou 30 anos é só uma questão de escala. Estamos privando o outro de viver, de escolher o que quer fazer com seu tempo. Do ponto de vista ético, é crime.

Infelizmente, é um crime socialmente tolerado e não consigo entender por quê. Não raro perpetrado por defensores da vida e da diversidade, há assassinos em massa atuando em todas as esferas. E a polícia não faz nada, o governo não faz nada, as pessoas não denunciam esses homicídios diários. Talvez porque cada um tenha lá sua parte de culpa. Serial killers infestam nossa sociedade. E ninguém se dá conta. Há pessoas perdendo anos de vida em reuniões que nunca começam no horário, em encontros que nunca são pontuais, em promessas que jamais são cumpridas.

Não raro, os crimes ocorrem em cascata: um atraso numa reunião provoca outro, que impacta o dia de uma pessoa ocupada, que produz efeito em outra e mais outra. Os efeitos finais são imprevisíveis e levam a vida de um monte de gente junto, pessoas que não tinham nada a ver com a história e perdem horas, quiçá dias de vida sem saber a razão. Nenhum vírus consegue ser tão letal como esse deplorável *atrasildus cronicus*.

Claro, há situações em que a gente mata alguém porque o ato está fora de nosso controle; imprevistos acontecem. Mas eu falei imprevistos. A maioria dos atrasos é causado por eventos perfeitamente previsíveis, portanto, evitáveis. É tudo uma questão de planejamento, **gestão de riscos** e, principalmente, consideração pelos outros.

Há quem, incomodado com a situação, imediatamente transfere a culpa para o trânsito, o Marc Zuckerberg, o governo, o capitalismo, a Al-Kaeda, os funkeiros, a copa, o alinhamento dos planetas, a receita federal, o cosmos. Sim, os fatores externos são muitos e fogem do nosso controle, mas não adianta simplesmente praguejar e continuar com a metralhadora em plena ação, exterminando inocentes sem um pinga de culpa ou responsabilidade. Mesmo com todas essas dificuldades, é só lembrar que sempre existem os pontuais, aqueles seres respeitosos que compreendem a barbaridade que é matar gente e são contra genocídios não apenas retoricamente. Planejamento, cuidado, consideração, gestão de riscos. A única maneira digna de retribuir quem nos dá de presente algo tão raro e precioso.

E para não gastar mais seu tempo, fico por aqui, convidando-o a refletir: será que você não estaria participando de alguma matança sem perceber

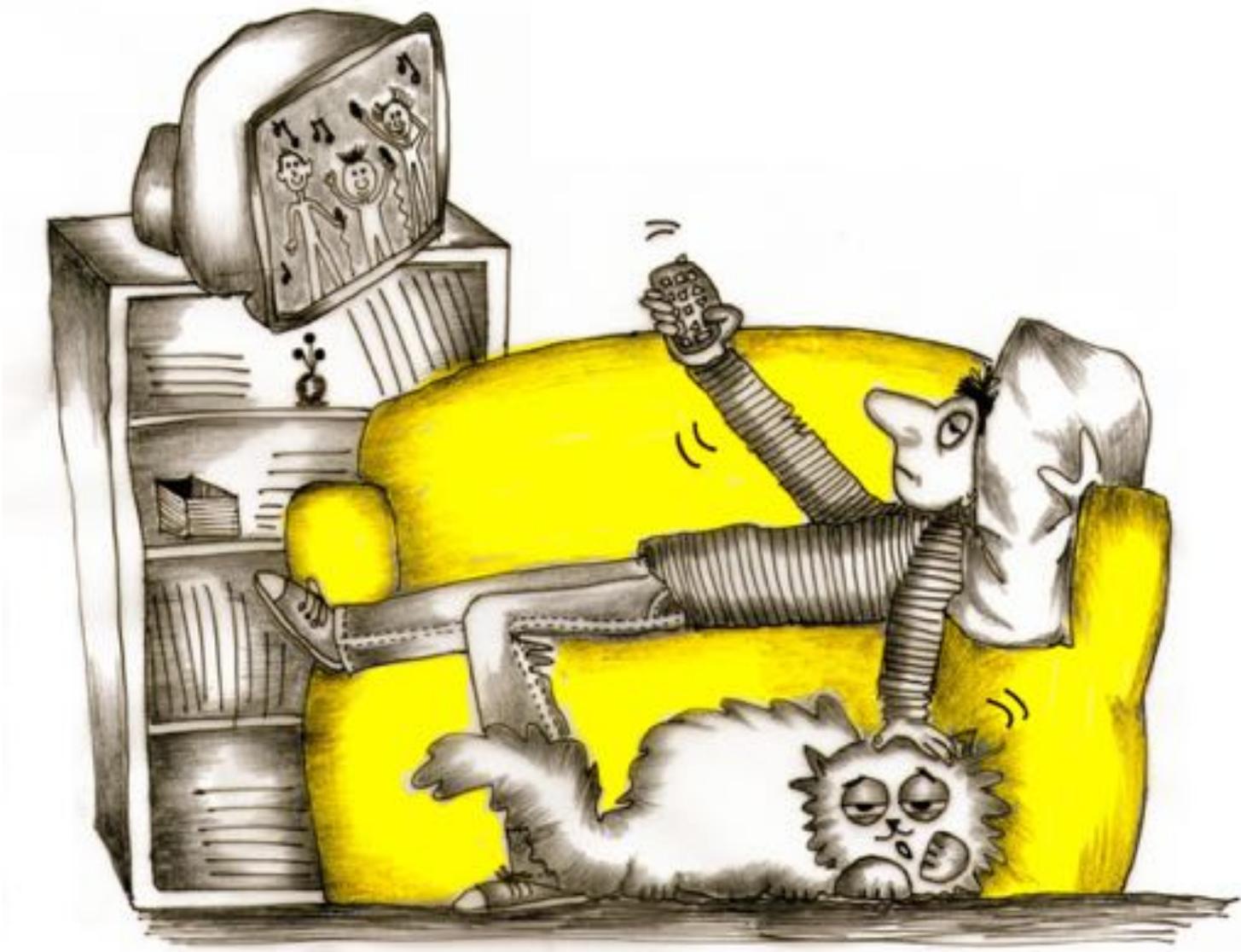


Ficam aqui algumas dicas para aproveitar melhor seu tempo e não sair matando gente por aí:

- ★ *Jamais deixe alguém esperando por você ou pelo seu trabalho. Ser pontual é ser profissional.*
- ★ *Nunca, de maneira nenhuma, interrompa uma reunião para falar com alguém e tratar de seus assuntos pessoais, mesmo que seja rápido. A pessoa que está falando pode perder uma linha de raciocínio importante ou a grande chance para apresentar uma ideia só porque você chegou na hora errada!*
- ★ *Respeite o tempo das pessoas. Reunião tem que ter pauta, hora para começar e terminar.*
- ★ *Se você perceber que vai se atrasar para um encontro ou reunião, ligue avisando. O ideal é sair de casa (ou do escritório) bem antes para compensar imprevistos (engarrafamentos são previsíveis e devem ser computados na estimativa de tempo — é só se informar antes).*



- ★ *Não interrompa reuniões para atender ligações. Deixe sempre o celular no modo silencioso, depois você retorna.*
- ★ *Toda vez que precisar falar pessoalmente com alguém (chefe, cliente ou colega), ligue antes para saber se a pessoa pode lhe atender. Nada mais desagradável do que se instalar na cadeira de visitas e despejar suas prioridades quando o seu colega está tentando terminar um relatório importante.*
- ★ *Tenha o seu dia sempre planejado, na medida do possível.*
- ★ *15 minutos é atraso sim! Pense em quantas vezes essa pessoa teve que esperar 15 minutos, some tudo e veja quantos meses (ou até anos) de vida ela perdeu. Não mate os outros aos poucos.*
- ★ *Se você acha que não vai conseguir cumprir o prazo prometido para um trabalho, avise a todos os impactados (clientes, fornecedores, chefe, colegas) com a maior antecedência possível para que eles possam se reprogramar.*



8

SEM TESÃO, NÃO HÁ SOLUÇÃO

Estava lendo um livro de introdução à filosofia (meu progresso é muito lento, ainda não consegui passar dos introdutórios) quando me deparo com a seguinte frase:

“A filosofia começa pelo espanto” Aristóteles

Como assim? Ainda bem que o livro era de introdução, pois logo veio a explicação mastigadinha: quer dizer que se a gente se permitir se espantar com as coisas do mundo e pensar mais a respeito delas, nós saímos do estado vegetativo trabalha-ganha-compra-trabalha para pensar o que, de verdade, estamos a fazer nesse planetinha azul.

O problema é que é muito difícil se espantar hoje em dia, quanto mais filosofar a respeito. Vamos pensar primeiro no espanto.

Segundo o Aurélio, espanto é susto, medo, assombro, admiração, surpresa. A gente fica assombrado quando vê algo diferente, que não está acostumado. Aliás, esse é um requisito perceptivo para a gente prestar atenção em qualquer coisa.

Segundo a teoria da percepção, para a gente notar algo, é preciso de um ou mais **fatores internos** (*motivação, experiência*) ou **externos** (*intensidade, contraste, movimento, incongruência*).

Eu explico melhor: Como é impossível a gente processar tudo o que os nossos sensores (olhos, ouvidos, língua, pele e nariz) captam, o cérebro faz uma triagem baseado nos tais fatores.

Do ponto de vista **interno** (que depende de cada pessoa, seu contexto e sua história), é preciso estar *motivado* para prestar atenção em um estímulo. Não adianta o Brasil fazer um gol na final da copa se a pessoa estiver passando por uma crise existencial punk porque levou um pé do ser amado. O desiludido não vai nem notar o gol.

O outro fator interno é a *experiência*. Uma pessoa que mora de frente para o mar e o vê todo santo dia certamente tem uma reação diferente de outra que está vendo aquela imensidão pela primeira vez nos seus 60 anos de estrada. E quem mora perto de aeroporto não se assusta mais nem com pouso de disco voador.

Do ponto de vista **externo**, são mais variáveis.

A *intensidade* diz respeito a quão fortemente o meu sensor é afetado pelo fenômeno. É mais fácil perceber uma comida muito salgada, um barulho muito alto, alguma coisa que machuca bastante, e por aí vai.

O *contraste* fala sobre as diferenças contextuais. Se está todo mundo numa festa na maior beca e aparece alguém com roupas rasgadas, é impossível deixar de reparar. Da mesma maneira que alguém que dá um grito num lugar silencioso com certeza não passa despercebido.

O *movimento* atrai a atenção do ser humano naturalmente, porque observar algo se mexendo (ainda mais com velocidade) é importante para a nossa sobrevivência. Levante a mão quem nunca foi atraído pelo rastro de uma moto esportiva passando como um bólido.

A *incongruência* é o chamar atenção pelo absurdo, esquisito, insólito, bizarro. Um rinoceronte que soubesse sapatear ao som de funk faria sucesso por um bom tempo, pode ter certeza. Assim como um político que devolve uma mala de dinheiro que achou na rua. Ninguém espera uma coisa dessas. Ainda se fosse um gari...

A questão é que o ser humano nunca foi tão submetido a tamanha quantidade e diversidade de estímulos como nos tempos atuais.

É tanto barulho, tanto som, tanta cor, tantos cheiros e gostos que a gente fica quase que anestesiada. Basta um ciumento trancar a namorada por dias fazendo chantagem pela televisão para aparecerem mais dois na semana seguinte fazendo a mesma coisa — você não viu a notícia? É que já não é mais manchete, virou rotina.

Lembro bem de uma frase da minha querida avó Bercides, do alto de seus 90 anos, que dizia, ao saber de um evento fantástico ou inusitado: “*nada mais me surpreende*”.

Será que, como predisse o brilhante (e espantoso) Luís Fernando Veríssimo, estaríamos todos virando gatos de harém?

Gato de harém, segundo o brilhante escritor gaúcho, é aquele que já viu tudo, já viveu tudo e passa os dias aborrecido cochilando nos colos macios das odaliscas.

É a própria personificação do tédio, só se mexe se não tiver outro jeito.

A toda hora a gente vê alunos que só lêem um livro se for cair na prova; profissionais que só aprendem porque o chefe intimou; empresas que só fornecem serviços porque a lei manda; cidadãos que só votam porque são obrigados; gente que só faz exercício porque o médico mandou. Praticamente um bando de zumbis, matando o tempo (e a vida) em frente a programas ruins na TV.

Viver no automático pode ser mais confortável, mas impede a gente de se espantar, e, em última instância, de viver.

Voltando à filosofia para principiantes, Descartes esculpiu a máxima “*penso, logo existo*”.

Se a gente não se espanta nem pensa mais, será que está, de uma maneira indireta, deixando também de existir?

Pense nisso.

NÃO ESTÁ ÓTIMO? ENTÃO MUDE!

Há alguns anos assisti a uma palestra do genial Agnaldo Farias, arquiteto, professor da USP, autor de livros, curador de exposições e crítico de arte. Ele disse uma frase que ficou na minha cabeça:

São os arrogantes que fazem o mundo evoluir.

É claro, pois, para criar algo novo, você precisa achar que pode fazer melhor do que tudo que já existe, que pode achar uma solução mais adequada do que todas as que já foram pensadas até hoje. Tem arrogância maior?

Não tive oportunidade de conversar com ele no final, mas desconfio que partilhamos da mesma admiração pelo Dr. House.

“Eu sou muito humilde” é um dos maiores paradoxos que alguém pode pronunciar. Não consigo encontrar uma única justificativa para alguém com a sua auto-estima em plena forma ser humilde. A palavra vem do latim *humilitas*, que quer dizer baixeza, coisa apegada ao chão. E a gente não precisa se abaixar para aprender; é só pensar.

É claro que não estou defendendo aquelas pessoas que estão sempre cheias de razão. Mas quando alguém ouve o outro com atenção e reconhece que está errado, penso que nada tem a ver com humildade.

Mudar de ideia e pedir desculpas é sinal de inteligência, pois quem acha que está sempre certo não aprende.

O que normalmente consideramos humildade (ou seja, aquelas pessoas que têm noção do tamanho de sua ignorância, que entendem que sabem quase nada comparado à imensidão de todos os saberes do mundo), na minha opinião, nada tem a ver com humildade, mas com inteligência mesmo.

Um dos maiores sábios da história, o filósofo grego Sócrates, já se deu conta disso e nos deixou a mensagem há mais de 2 mil anos: “*Só sei que nada sei*”.

É isso, quando mais a gente estuda, mais se dá conta do nada que sabe. Mais entende a imensidão de conhecimento que há no mundo e da poeira de estrelas que a gente é.

Aos donos da verdade não falta humildade; sobra ignorância.

Desconfio que as pessoas que pregam muito a humildade e não perdem a chance de apontar os outros como arrogantes, têm um orgulho secreto por serem mais humildes que as outras...

No fundo, acho que não existe gente humilde, existe gente mais discreta e com mais senso de ridículo.

Então, além da arrogância saudável bem lembrada pelo Agnaldo, eu ainda completaria a frase dele com mais alguns adjetivos, que fica como dica para você pensar na sua vida profissional:

São os arrogantes, os curiosos, os insatisfeitos e os empolgados que fazem o mundo evoluir!

Vamos?

PARA TERMINAR

Essa edição que você tem em mãos é grátis para download. Depois que o livro impresso se esgotou nas livrarias, resolvi revisá-lo e oferecê-lo sem custo, para quem quisesse lê-lo. Também abri mão de inserir uma *landing page*, onde, em troca do arquivo do livro, pediria os dados das pessoas para depois oferecer cursos, palestras ou outra coisa que tivesse para vender.

É claro que, como todo mundo, também trabalho, tenho contas para pagar e preciso fazer dinheiro para viver. Então por que fiz dessa maneira? Sou boazinha?

Longe disso. É tudo de caso pensado e por interesse mesmo.

De vez em quando faço um favor ou outro para alguém e invariavelmente acabo ouvindo um “fico te devendo essa” no final. É claro que é só uma forma de falar, mas tem quem leve isso a sério.

Desconfio que há pessoas que mantêm tabelas com registros dos favores que fizeram, dos que receberam, e ficam conferindo para ver se os valores batem. Ajudas maiores contam mais pontos? Como medir o tamanho da contribuição de cada parte? Esses cálculos complicados geram não apenas sentimentos de injustiça (ah, como esse povo é ingrato!) como posts constrangedores em redes sociais.

E mais; tenho certeza que há viventes nesse planeta que acreditam que o Criador do Universo gasta seu tempo atualizando e analisando planilhas de boas ações e cruzando dados sobre a quantidade/qualidade de favores que cada pessoa presta. Depois, baseado em pontos alcançados numa estranha competição religiosa, Ele calcula classificação de cada mortal quando o jogo termina. Aparentemente, a pontuação define quem vai para onde depois que morre (bônus: se rezar muito ou fizer promessa pode ganhar pontos suficientes para receber algum favor divino enquanto está vivo).

O duro é que quem faz mais favores (segundo seus próprios critérios, claro), fica se achando muito generoso e superior aos demais mortais, portanto merecedor indiscutível de benesses e privilégios.

Será?

Vamos ser sinceros. Mesmo que o objetivo não seja ganhar pontos na divina gincana ou sair bem na foto, fazemos favores aos outros segundo nossos próprios interesses. Sempre.

Se ajudo um amigo ou pessoa querida numa situação qualquer, é porque eu é que vou ganhar em vê-la bem e feliz. É do interesse do meu coração; serei diretamente beneficiada com um sorriso ou abraço se a coisa der certo.

Se estou ajudando um desconhecido, é porque de alguma maneira essa pessoa contribui para que o mundo se movimente do jeito que eu quero. Todos temos um ideal de como as coisas deveriam ser; quando a gente observa alguém fazendo um gesto na direção que desejamos (seja uma pesquisa, um trabalho, um projeto), nada mais óbvio do que dar um empurrãozinho, não é?

Então, se o sujeito me escreve para tirar uma dúvida pessoal ou profissional, e posso ajudá-lo, por que não? Essa ação contribui para que o mundo fique mais próximo do modelo que imagino, onde as pessoas são mais felizes e bem resolvidas. Se elogio alguém é porque é minha intenção que ela continue reproduzindo esse comportamento, que está alinhado com meu mundo ideal.

Então não é uma questão de generosidade; apenas uma ação natural e lógica. Se você quer mover uma coisa numa direção, não faz sentido ficar parado e não ajudar quando surge uma oportunidade.

É claro que nem sempre se consegue fazer todos as ações necessárias para que o mundo siga na direção que a gente quer, seja por falta de recursos, tempo ou desconhecimento mesmo. A gente elege prioridades, mas no final das contas, acaba fazendo tudo por interesse.

Sou grata às muitas pessoas que me ajudaram ao longo da vida, mas não me sinto em dívida. Penso que tudo faz parte de um enorme movimento para fazer a bola girar (para um lado ou para o outro; o lado que recebe mais impulso acaba ganhando).

Enfim, estou fazendo o favor de cutucar aí sua cabeça para você parar de pensar em dívidas, pontos e planilhas e começar a pensar e movimentos, intenções e resultados.

E estou colocando esse livro na roda sem pedir seu endereço porque quero facilitar o máximo possível o acesso a esse material (e, pessoalmente, detesto preencher formulários). Depois, se você quiser, pode procurar [meu site](#) e obter mais informações sobre meu trabalho. Só se você quiser.

Mas não se iluda; como disse antes, a gente faz tudo por interesse. Nada é de graça.

E sabe o que eu quero em troca? Que caso você concorde e tenha gostado, espalhe ao máximo que puder as ideias que aqui estão. Se puder divulgar [o link para as pessoas poderem baixar o livro](#) e lerem, melhor ainda. É a minha contribuição, pequena, mas firme, para fazer o mundo andar na direção que eu quero.

Se puder também, de alguma forma, divulgar para alguém que tenha interesse em escrever e gerenciar um projeto para imprimir esse volume e distribuir gratuitamente para todos os estudantes que não têm acesso a tablets (que, no Brasil, sabemos que são a maioria), ficaria eternamente grata.

Se puder fazer isso, agradeço muito mesmo.

E fico devendo essa!