

O LEÃO E O CÃO

“Mas, enquanto se vive neste mundo, existe alguma esperança; porque é melhor ser um cão vivo do que um leão morto” (Eclesiastes 9:4 - NTLH)

Não é preciso muito esforço para concluir que um leão é muito mais forte do que um cão. Não lembro de ter lido alguma notícia sobre um cão conseguir derrotar um leão em um confronto. Mas ouvir sobre um leão devorar vários animais, incluindo cães, não é novidade. Um leão só se torna mais fraco do que um cão quando está doente. Definitivamente um cão é mais forte do que um leão quando este está morto, enquanto o cão, vivo. Todo o potencial se extingue com a morte. Toda a estratégia, visão, método, eficácia e outros elementos se vão com a morte. E podemos aqui trabalhar com o conceito de morte de uma maneira mais extensa; afinal, morte não é apenas um fenômeno biológico, mas também organizacional. Podemos falar em morte de um modelo, de uma equipe e até mesmo de uma empresa. Ainda que as palavras utilizadas sejam outras – como falência, por exemplo –, estamos falando em morte. E aqui podemos utilizar uma boa contribuição de Guy Kawasaki quando fala sobre “a morte de um modelo”. Ele se referia a modelos que, mesmo sendo “leões” no passado, acabaram morrendo e dando lugar a “cães”. Os modelos novos não têm a grandeza dos antigos, mas, por questões históricas que não conseguimos entender, eles se enfraquecem e morrem, tornando-se apenas uma memória incapaz de produzir grandes resultados. Modelos morrem. Formas de fazer morrem. Estratégias morrem. Líderes morrem. E um grande exemplo disso foi a morte de Steve Jobs, um leão para a Apple que agora já não passa de uma memória, no máximo uma inspiração. Aliás, você sabe o nome do substituto de Steve Jobs? Muitos não sabem; afinal, se comparado a Jobs em questão de genialidade, Tim Cook talvez seja na opinião de muitos um cão. Mas é ele quem está levando adiante a empresa da maçã que, apesar de não mostrar grandes avanços nesses últimos tempos, ainda se mantém como líder de mercado em seu segmento.

Precisamos fazer uma distinção clara entre os “cães” e os “leões”. E aqui entra o provérbio com grande eficácia: o leão morto já não vale nada. Ele não trará resultados nem fará mudanças. O que realmente vale é quem está vivo, seja a pessoa, o modelo, seja a estratégia. Precisamos de leões, mas na falta deles nos contentaremos com os cães e nutriremos esperança de que se tornem leões. Investiremos neles para que se tornem leões. Nós lhes daremos oportunidades para que se tornem leões. O leão morto deve ser sepultado, ainda que com tristeza pelos que foram por ele influenciados e desafiados. Manter um leão morto como líder ou modelo pode ser arrogância, saudosismo ou mesmo falta de visão. E mantê-lo pode impedir que alguns cães se transformem em leões. Então, que tal sepultar os leões e permitir que os cães se apresentem? Ideias novas, modelos diferentes, estratégias nunca antes tentadas, novos líderes, potencial novo. Sabemos que o novo por certo precisará ser lapidado, melhorado, corrigido ou até disciplinado. Mas se ele é a vida e o que temos no momento, então, vamos adiante com ele, sem murmurar nem se entristecer. A esperança de que o cão de hoje será o leão de amanhã deve persistir.

Guilherme de Amorim Ávilla Gimenez

prgimenez@prgimenez.net

www.prgimenez.net

