

## PLANO PESSOAL

## ALTA PRESSÃO

## Domine o estresse antes que seja tarde

*Sem ele, o ser humano ficaria vulnerável. O importante é ter controle sobre ele*

NINA HAO SOARES  
SÃO PAULO

Profissionais com função executiva, militares, jornalistas e enfermeiros são as principais vítimas de um mal que assola a maior parte das atividades de responsabilidade hoje em dia, o estresse. O ritmo acelerado imposto pelo mundo moderno exige desde cedo uma postura exagerada de responsabilidades que podem gerar tensão crônicas ligadas à competição acirrada dos dias atuais como fadiga, mal-humor, insônia, cansaço físico e mental, impotência, frigidéz, redução das defesas imunológicas, diminuição da capacidade de concentração, agressividade, passividade e em última instância, até doenças cardíacas.

Considerado como a síndrome do século, o estresse não é um fenômeno novo. A diferença é que nos dias de hoje há a consciência de seus efeitos positivos ou negativos para quem trabalha. Todos nós vivemos em nosso dia-a-dia situações estressantes que podem propiciar comportamentos de campeões olímpicos ou por outro

lado levar-nos ao desespero e à depressão.

Leonard Vereá, formado pela Faculdade de Medicina e Cirurgia de Milão, Itália, com especialização em Medicina Psicossomática e Hipnose Clínica, diz que todo estresse tem seu ponto positivo e negativo, mas quando o estresse começa a afetar o relacionamento interpessoal como empresa, família, escola e sentimental “é sinal de que a pessoa está doente”.

Segundo Vereá, que também é diretor do Instituto Vereá e Presidente da Sociedade Brasileira de Hipnose Clínica e Dinâmica, o estresse é o estado psico-orgânico produzido pela defasagem entre o potencial do indivíduo e o desafio que ele precisa enfrentar. “Muito mais importante é aumentar a sua energia para que o seu potencial suba e possa enfrentar o desafio de cima para baixo”, informa Vereá.



Leonard Vereá

Para ele, o ser humano precisa de três situações importantes para a sua realização, que são desejo, necessidade e motivação. Funcionam juntas, mas com classificações diferenciadas como estresse que é o acúmulo de tensão; distresse se classifica como falta de motivação e o eutresse que é a ansiedade.

“Todos nós temos um limite de tolerância. Não podemos superar o limite senão entramos em curto circuito para que esse processo se interrompa. Precisamos encontrar um ponto de equilíbrio para fazer com que as tensões que vivemos se alternem em nosso limite”, observa Vereá.

Ele alerta que ficar alheio a esses sintomas é afastar-se do equilíbrio total, o que pode significar o mascaramento de desejos e afetos pessoais que, uma vez reprimidos, geram energias negativas, cujo produto será desconforto, tensão, ansiedade, insegurança, estafa do organismo, que podem culminar com doenças psicossomáticas, depressão e até a morte.

Felício Tadeu Zambom, sócio-diretor da Transmotor Equipamentos Elétricos, empresa de manutenção em máquinas elétricas, define seu estresse cotidiano como algo proveniente da alta, injusta e excessiva carga tributária que enfrenta como empresário.

“Procuro fazer atividades esportivas todos os finais de semana. Tenho uma casa em um condomínio, localizado no interior de São Paulo, onde procuro me compensar da falta de férias, que não tiro há 15 anos, para manter-me psicologicamente bem do ponto de vista profissional”, informa Zambom.

O estresse em si não é uma coisa ruim. Sem ele o ser hu-



mano ficaria vulnerável e não conseguiria lutar, trabalhar ou criar com a necessária agressividade. O que é mal é o excesso de estresse ou a falta de controle sobre ele.

Já o piloto de stock-car, Carlos Alberto Dias, , há 20 anos na profissão, o estresse fez com que ele procurasse ajuda médica para saber lidar com a pressão sofrida no seu dia-a-dia. “Procurei a ajuda primeiramente para mim e na sequência para meus funcionários — cerca de 14 — para que, em equipe, pudéssemos lidar melhor com a questão do tratamento interpessoal”, diz.

O empresário Laércio Co-sentino, diretor da Microsiga Software, por gostar de cozinhar, viu na sociedade com o chefe de cozinha Erick Jacquin, do Restaurante La Brasserie, uma forma de amenizar seu estresse do dia-a-dia. “Na maioria das vezes tento separar minha vida privada da profissional e quando saio com os amigos não falo de trabalho, procuro dividir meu grupo de amigos e fazer atividades diferentes do dia-a-dia.

Para minimizar o estresse é preciso utilizar as válvulas de escape das quais já somos dotados, que trazem gratificação

e equilíbrio, liberando energias retidas. Praticar esportes, dançar, dar risadas, viajar, amar e outras atividades dinâmicas são também meios eficientes. Nada passivo ou contemplativo. É preciso ação. E lembre-se: estresse é sempre consequência e não a causa.

Mas quando, mesmo assim, não se consegue esta busca serena, o ser humano se torna vítima de um mecanismo diabólico que começa a alimentar as frustrações e as deficiên-

**Queda de cabelo por causa de estresse no trabalho ocorre com maior frequência nas mulheres executivas do que nos homens**

cias de cada um, fazendo com que o nervosismo e o cansaço tragam mais desgastes ao ritmo e às situações que a vida e a sociedade nos impõem.

“Na verdade, o que queremos dizer com isso é secularmente conhecido: não são os eventos em si que nos fazem mal, mas sim a maneira como os percebemos. É preciso desvendar os mistérios do estresse e só assim estaremos contri-

buindo para minimizar o estresse pessoal, social e porque não dizer, o empresarial, que vitima todos de uma organização doente”, atenta Vereá.

O cirurgião plástico especializado em restauração capilar, Mauro Speranzini, formado pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (Fmusp) e membro da International Society of Hair Restoration Surgery, afirma que as executivas muito mais que os executivos são as maiores vítimas da queda de cabelo intensa (eflúvio telógeno) causada pelo estado de estresse.

Esse fenômeno se dá através de uma queda de cabelo difusa — que ocorre em todo o couro cabeludo —, após situações de estresse físico ou emocional causadas por reuniões importantes, demissão, dietas agressivas, gravidez, uso de medicamentos de qualquer espécie, qualquer tipo de cirurgia, entre outros.

Speranzini explica que uma coisa é a calvície androgênica (genética) que normalmente é progressiva e é irreversível. Outra é o eflúvio telógeno que é reversível, quando o cabelo retorna ao ciclo normal de crescimento, assim que se encerra a fase de estresse.

## CONSUMO DE LUXO

## Do racional ao emocional

André Cauduro D'Angelo\*

Já faz dez anos que o mercado brasileiro de produtos de luxo vem experimentando expressivo crescimento. Grifes e mais grifes não param de desembarcar no País, ajudando a enriquecer um mercado que movimentou hoje US\$ 1 bilhão anuais. Sedutor e fascinante, o universo do luxo no Brasil já rendeu muitas páginas na imprensa e bastante burburinho na sociedade, o que não significa que atualmente se compreenda melhor o que está por trás desse curioso fenômeno de consumo.

Com a motivação de tentar entender um pouco da lógica que rege o universo do luxo no Brasil, dediquei-me a realizar a primeira pesquisa acadêmica sobre o tema, focada em vestuário e joalheria. Durante o ano de 2003, entrevistei consumidores desses produtos, profissionais das grandes marcas internacionais e jornalistas do setor na tentativa de entender características e peculiaridades do consumo de luxo. Os resultados foram bem interessantes.

Primeiramente, descobri que a qualidade desses produtos funciona como o principal argumento de venda e justificativa de compra desses bens. É o design, a matéria-prima, o conforto proporcionado e a durabilidade que prestam um ar racional à compra de luxo, artifício conveniente tanto para vendedores quanto consumidores.

Mas nem só de racionalidade vive o luxo. Pelo contrário: há muita fantasia, emoção e sensibilidade envolvidas. O luxo é, por excelência, o espaço ideal de um consumo hedônico, voltado à busca do prazer e da autogratiificação. É, também, o ti-

po de produto que mais contribui para que o consumidor valorize sua aparência pessoal, algo extremamente importante na visão dos entrevistados.

Talvez o leitor esteja estranhando que, num artigo sobre produtos de luxo, ainda não se tenha tocado nas palavras “status”, “ostentação” e “diferenciação social”. Por mais que se negue, esses são componentes intrinsecamente vinculados ao luxo em todo canto do mundo, e não seria diferente no Brasil.

Aqui, a distinção oferecida pelos produtos de luxo assume uma forma peculiar. Para o brasileiro, já acostumado com o segmento há 10 anos, a distinção não está mais em possuir um produto de luxo, e sim

**Produtos premium são valorizados por suas qualidades e pelo prazer que a compra proporciona**

em adquiri-lo pelos motivos considerados “corretos” e com o background cultural adequado. Explico: comprar com a intenção de ostentar e sem ter conhecimento adequado sobre o produto e suas características é visto de maneira negativa. Adquirir luxo pela qualidade do objeto e pelo prazer que ele oferece, sabendo como e quando usá-lo, sem exibicionismo ou ostentação, é valorizado. São esses dois perfis que separam o ‘bom’ do ‘mau’ consumidor de luxo.

A pesquisa oferece uma oportunidade inédita de se compreender algumas características dessa nova face do consumo brasileiro. Esse segmento que compra e vende

luxo é o mais próximo que o Brasil possui dos consumidores de primeiro mundo. Não necessariamente do ponto de vista do poder aquisitivo, mas sim em termos de preferências e formas de relação com o consumo.

Algumas características indicam essa semelhança. Primeira delas: estabelecer um código de diferenciação social baseado não naquilo que consome, mas na forma como consome, é típico de sociedades desenvolvidas. Por quê? Porque quanto mais afluente uma sociedade, mais massificados e acessíveis estão os produtos e serviços. Com o passar do tempo, a distinção não ocorre tanto pela posse dos objetos e sim pelo modo de uso. No caso brasileiro, ela ocorre na maneira como são adquiridos e utilizados os bens, assim como no background cultural que se detém com eles. Sutil diferença para a demarcação de diferenças.

O mesmo background cultural é que permite dar vazão ao hedonismo do luxo. Enxergar em produtos e serviços componentes emocionais e fantasiosos, extrapolando a funcionalidade, é próprio daqueles que consideram a experiência de consumo como uma oportunidade de colocar os objetos a serviço da própria vaidade e personalidade.

Para completar, mais uma característica que aproxima o luxo brasileiro da realidade das sociedades desenvolvidas: o descolamento entre consumo e ética. O brasileiro consome e vende luxo sem nenhum constrangimento moral, a despeito da pobreza crônica de boa parte da população.

\*Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e consultor de empresas.

## CARREIRAS

## Equipes de trabalho em ritmo de jazz

CAROLINA SANCHEZ MIRANDA  
SÃO PAULO

Os treinamentos motivacionais costumam ser encarados como mais um evento corporativo do qual não se pode fugir. Caso não fossem obrigatórios, a maioria dos colaboradores preferiria não participar. Se a empresa os convidasse para um show de jazz, no entanto, o interesse certamente seria maior. É de essa forma que a Tradicional Jazz Band vem atraindo a atenção de organizações como a Livraria Cultura e a Secretaria da Fazenda.

Segundo Alcides Lima, o batarista da banda e consultor de empresas, nas bandas de jazz a liderança flutua de acordo com a atribuição de cada um, independentemente de posições hierárquicas. “É essa é uma tendência de gestão apontada por Peter Drucker, um dos papas da administração, que nos inspirou a montar o treinamento”, diz Lima. Durante a palestra show intitulada como “Afinando Pessoas e Instrumentos para o Sucesso”, os participantes são levados a compreender a importância e as dificuldades do trabalho em equipe pela simulação de situações vividas no cotidiano da banda.

“Os músicos têm liberdade para criar em cima de um tema,

mas precisam trabalhar em co-operação. Quando alguém está solando o apoio dos demais é fundamental para um bom resultado”, explica Lima. O mesmo pode ser aplicado a uma equipe de trabalho dentro de uma empresa. E a lição é aprendida de maneira bem descontraída. A banda cria situações em que ficam claros os problemas enfrentados quando todos não cooperam ou quando um instrumento está desafinado.

“A música envolve os participantes, tornando a apresentação bastante interativa”, afirma Sérgio Pellegrino, gerente de Recursos Humanos da Livraria Cultura. Ele conta também que a apresentação concilia teoria prática de maneira agradável. Participaram da palestra show todos os funcionários da livraria. “O resultado foi marcante, as pessoas chegaram a disser que foi um dos melhores treinamentos que já fizemos”, ressalta.

Quem também gostou da experiência foram os colaboradores da Secretaria da Fazenda. “É a maneira mais dinâmica e agradável de tratar o trabalho em equipe que conheço”, conta Helleny Uccello, agente fiscal da Secretaria da Fazenda, que já realizou dois treinamentos com a Tradicional Jazz Band.

## REGISTRO

## FGV REALIZA FÓRUM GLOBAL NO RIO DE JANEIRO E NA SUÍÇA

Nos próximos dias 10 e 11 de junho, a Fundação Getúlio Vargas (FGV) realizará a primeira etapa do Fórum Global FGV/IMD. O encontro será na sede do Rio de Janeiro e dará início aos debates que continuarão, entre 25 e 30 de junho, no campus do International Institute for Management Development (IMD), uma das maiores escolas de business da Europa, em Lausanne, Suíça. O objetivo do evento é debater novas tendências mundiais de negócios. Informações e inscrições pelo telefone 0800-285-5900 e pelo site [www.fgv.br/mgmrio](http://www.fgv.br/mgmrio).

## ANHEMBI MORUMBI ABRE INSCRIÇÕES PARA MBAS

A Universidade Anhembi Morumbi abriu inscrições para sete MBAs nas áreas de gestão de marcas, gestão empresarial, gestão estratégica de segurança, marketing, gestão de vendas, gestão da informação e moda. Os interessados têm até o dia 16 de julho para se inscrever pelo site [www.anhembi.br](http://www.anhembi.br). É preciso clicar no curso escolhido, preencher a ficha de inscrição e anexar um currículo pessoal no campo específico. Caso seja aprovado, o candidato receberá por e-mail as instruções necessárias para entrega de documentos em uma das centrais de atendimento ao aluno da Universidade. Mais informações pelo telefone 0800 159020 ou pelo e-mail [poslata@anhembi.br](mailto:poslata@anhembi.br).