

“Má memória”

E se fosse possível nós apagarmos do nosso cérebro as memórias indesejadas com um simples “delete”, como fazemos com os nossos computadores? Parece que a realidade não está muito longe da ficção. Um estudo recente no campo da neurociência publicado na revista americana “*Science*”, conduzido por uma equipa liderada pelo investigador *Brendan Depue* da Universidade do Colorado (EUA), demonstrou que *“os indivíduos têm a capacidade de aprender a eliminar selectivamente as más recordações da sua memória”*.

Não sou especialista nestas matérias, mas parece tratar-se duma operação psíquica a que Freud chamava “repressão” (também “recalque”) e que pretende fazer desaparecer da consciência impulsos, sentimentos, desejos e pensamentos com conteúdos ameaçadores, desagradáveis ou inoportunos. Há quem diga que isto tem a ver com a evolução humana. Se os nossos antepassados caçadores não tivessem ganho a capacidade para eliminar o medo dos ataques que sofriam dos, por exemplo, leões, deixariam de sair para caçar gazelas. É uma questão de sobrevivência.

Embora o referido estudo necessite de muito aprofundamento para ser conclusivo e aplicável a situações concretas, a verdade é que ele vem corroborar algo que tenho constatado ao longo dos anos. As pessoas na sua vida pessoal e profissional tendem a suprimir as más lembranças e a guardar as boas.

Nas organizações isto acontece com alguma frequência. As pessoas vão suportando episódios ameaçadores ou desagradáveis sucessivos que vão “reprimindo”. Guardam o último e esquecem (ou pelo menos enviam para o subconsciente) os anteriores. Isto ajuda-os a lidar e superar os maus tratos a que são sujeitos. Vão aguentando até que abandonam a empresa, levando consigo, habitualmente, as boas recordações e deixando pelo caminho as más.

Na sociedade, talvez este fenómeno explique o que se tem passado no nosso país em matéria de crise económica. De facto, o anúncio cíclico de novas más notícias em matéria económica tem tido como efeito que as pessoas se esqueçam, quase de imediato, da situação de crise anterior. É como se o novo episódio de agudização da crise transformasse, quase por milagre, a situação anterior num ambiente de grande dinamismo e crescimento económico.

A actual crise, recorde, teve o seu primeiro evento em finais de 2001 e a partir desse ano tem tido agudizações cíclicas e recorrentes, das quais a mais recente foi o anúncio pelo primeiro-ministro das (poucas, futuras e não especificadas) medidas de contenção de despesa e principalmente, o aumento (generalizado, imediato e rigorosamente concretizado) dos impostos.

O episódio mais recente da crise que vivemos foi em grande parte determinado por factores internacionais, nomeadamente, uma situação financeira pós “subprime”, marcada por uma elevada sensibilidade ao risco e que leva a uma avaliação mais exigente do risco financeiro dos países. Contudo, a crise económica portuguesa já vem muito detrás e deve-se, no essencial, à incúria dos políticos que têm governado o nosso país nos últimos quinze anos, que não tiveram coragem de tomar, em devido tempo, medidas absolutamente necessárias e evidentes, especialmente, de redução da despesa pública.

Mas temos de sobreviver apesar dos políticos que temos. Gerir não é desenhar medidas ideais em cenários ideais. É encontrar e executar as soluções mais eficazes para responder e tirar o melhor partido de problemas reais e concretos. Se o ambiente é de clientes com menos disponibilidade financeira, então é para esse cenário que temos de procurar soluções. E há por aí um “oceano azul” de alternativas.

Na nossa vida há factores que influenciamos e factores que não influenciamos. Por muito que nos atormente, o que vai acontecer no mundo financeiro internacional está completamente fora do nosso controlo e portanto é puro desperdício todo o tempo e energia que lhe possamos dedicar. Contudo, já depende de nós decidir se vamos investir ou não na melhoria das competências e motivação da nossa equipa ou se vamos lançar uma campanha especial para um produto promissor. É nos factores em que podemos influir e que têm impacto no nosso negócio que nos devemos focalizar. Os outros são para “eliminar” da nossa mente.

Sintra, 13 de Junho de 2010

José Bancaleiro,

Managing Partner

Stanton Chase International – Executive Search Consultants