

Alice Ferraz*

O antifrágil

“Você sabe, a pandemia tem deixado as pessoas muito estranhas.” Tenho escutado frases assim diariamente como explicação para atitudes impensadas, agressivas, às vezes sem sentido. A quarentena nos faz caminhar com grande esforço até uma nova vida muito diferente. Enxergamos que o “novo normal” não tem nada de normal, se pensarmos que normal é algo regular, familiar, usual. Lidar com o novo modus operandi, ou seja, o novo modo de agir na vida diária, é exaustivo e rotina, mesmo quando monótona, deveria ser bem-vinda para trazer certo conforto.

Verdade seja dita, conforto emocional e físico é exatamente o que não teremos por enquanto. Novas regras profissionais, novos arranjos pessoais, novas moradas nas cidades ou fora delas. Uma pressão externa interna que nos exige a certeza

de que agora estamos no caminho seguro. Em um esforço para entender a dor, minha e do outro, cheguei a conclusão de que a incerteza constante tem gerado um estresse que na maior parte das pessoas prejudica a tomada de decisão e a argumentação.

Conversas profissionais me trazem pontos em comum. A velocidade com que fomos atingidos pela pandemia gerou uma ansiedade e uma necessidade de busca por um porto seguro que é inexistente. “Tenho medo de ser mandada embora e preciso me sentir segura”; “Sinto-me dando passos para trás por ganhar menos dinheiro nos últimos meses e preciso ter certeza que tudo vai voltar ao patamar que era”; “Estou tendo que ampliar meu olhar para áreas em que eu não atuava e sinto-me sempre insegura e fazendo algo errado.”

Como responder a essas questões? Você não será mandada embora, fique tranquila, está tudo bem. Seus passos

para frente, mas seu dinheiro sim andou para trás? Sim, você está fazendo errado, mas pode ser que se transforme em um dia faça o certo. Seriam essas respostas que encorajariam? Acredito que não. Mas seriam reais e ditas para contribuir nessa mudança, exigindo uma maturidade e alta dose de resiliência de quem as ouvisse.

O mundo anda mesmo incerto. Os economistas preveem uma recessão mundial em torno de 7% e, no Brasil, de 9%, apesar de esses números estarem sempre sendo ajustados. Seu emprego e sua empresa não estão seguros sendo você funcionário, colaborador ou empreendedor e precisamos alterar rota, comportamento e atitude para atuarmos na nova realidade a que estamos expostos. O momento pede um olhar profundo e decisões que foram adiadas, agora, setomaram urgentes. A adaptação consciente é necessária para avançarmos para a próxima etapa do jogo.

Vem-me à cabeça, com admiração, Oliver Sacks (1913-2015), escritor e neurologista americano que, aos 80 anos, descobriu um câncer incurável. Sem se sentir acuado, revoltado ou em



JULIANA AZEVEDO

negociação com a vida que tinha, focou no trabalho que amava, na sua relação com leitores e amigos. “Quero dedicar esse tempo para atingir novos patamares de compreensão e descortino, não há tempo para o que não é essencial”, escreve com profunda sabedoria.

Sacks foi talvez um grande exemplo do que hoje se define como antifrágilidade, termo criado por outro escritor, o libanês radicado nos Estados Unidos Nassim Nicholas Taleb. O conceito de antifrágil, inclusive, dá nome ao livro mais recente do autor. A obra está em perfeita sintonia com o mundo volátil, complexo e incerto da pandemia.

“A antifrágilidade é o exato oposto da fragilidade. Estando além da resiliência ou da robustez. O resiliente resiste aos choques e ao tempo e permanece o mesmo, o antifrágil fica melhor. Não se protege de ataques ou mudanças bruscas. Aceita cada uma delas e encara o aleatório como fator benéfico para o aperfeiçoamento e a evolução”, reflete Taleb.

Quero, então, me tornar e estar ao lado dos antifrágis, ser e ter bons parceiros nesse tempo de jornada através da pandemia e recessão econômica. Não abandonar, não sucumbir e encarar a vida até com certa leveza e a graça que ela possui. Quero manter a esperança e exibir positividade ao meu redor. A vida vai ser melhor em breve e estar preparado para esse momento é minha meta.

Alice Ferraz

Nas próximas semanas, traremos aqui conversas com empresários, empreendedores e profissionais que conceituam o conceito de antifrágil, como definido no livro homônimo de Nassim Taleb. “O resiliente resiste aos choques e ao tempo e permanece o mesmo, o antifrágil fica melhor. Não se protege de ataques ou mudanças bruscas, aceita como fator benéfico para aperfeiçoamento e evolução”, define o autor.

Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza, abre a série de textos. Uma mulher de visão e coragem que, durante seu tempo como CEO da rede varejista, teve papel ativo na criação de estratégias de inovação e expansão que resultaram na construção de um verdadeiro império, erguido de forma humanizada e consciente. “Certamente tive muito foco e determinação, mas o propósito e os valores foram o que mais me conduziram. Nunca coloquei como meta ser a primeira ou a maior, mas sim ter uma empresa em que todos entendessem ser possível ter lucro com pessoas trabalhando felizes e fazendo aos outros o que gostaríamos que fizessem a elas, e transformar isso em uma cultura”, comenta Luiza Helena, sobre o fio condutor de sua carreira. Atualmente, o Magazine Luiza conta com 1.113 lojas físicas, distribuídas por 819 cidades, de 21 estados do Brasil, 17 centros de distribuição espalhados pelo país e forte presença digital.

A antifrágilidade humanística de Luiza Helena Trajano foi construída durante uma vida de trabalho duro na marca da família. “Saí de uma pequena loja fundada pela minha tia Luiza, na qual trabalhei nas férias escolares, assumi a superintendência, depois de passar por todos

SÉRIE ANTIFRÁGEIS: LUIZA HELENA TRAJANO

Presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza comenta as transformações da empresa nos últimos meses



Luiza. Registro de crescimento em tempo de recessão

os cargos, e fui avançando em um território totalmente masculino. Era uma jovem vinda do interior, com sotaque misturado de Franca com Minas Gerais, e alcancei outros patamares movida por um propósito, que no caso da nossa família era muito claro: gerar empregos”, conta. Durante sua vida como empreendedora, Trajano sempre buscou o novo e esteve disposta a assumir riscos. Com isso, revela que aprendeu a persistir. “Insistência não quer dizer que não podemos mudar de ideias ou rumos. O empreendedor tem que persistir, mas pode errar, redirecionar rapidamente o erro e aprender com ele. É importante ouvir a todos, equipe e clientes, aprender a cada dia e agir com mentalidade de startup.”

Luiza Helena foi eleita Personalidade do Ano de 2020 pela Câmara do Comércio Brasil-Estados Unidos e é uma das empresárias brasileiras mais atuantes nas mídias sociais atualmente, hábito que se intensificou durante a pandemia. Amante de novidades, a empresária conta que sua estratégia para as mídias sociais foi a autenticidade. “Quando me desfiz de aprender a utilizar redes sociais, tive que me esforçar muito e sempre procurei ser eu mesma, não criar um personagem, mas conversar e me apresentar para as pessoas como eu sou, levando os valores da família e da empresa. Acredito que muitas pessoas acabam se identificando, o que fortalece a imagem.” Sua conta no Instagram acumula mais de 300 mil seguidores, a do LinkedIn cerca de 400 mil e no Twitter a rede da empresária está em torno de 50 mil.

“Valores”, “propósito”, “transformação”, palavras presentes no discurso de Luiza Helena que revelam sua força motriz. Durante a pandemia, a Magalu, como é chamada nos ca-

nais digitais, virou notícia por adotar ações fortemente ligadas à visão de Trajano. Logo no início da quarentena, a empresa participou da criação do movimento “Não Demita”, que reuniu mais 4 mil companhias comprometidas a não reduzir seu quadro de funcionários.

O Magazine Luiza também abriu espaço digital para pequenos e microempreendedores com a criação do “Farcieiro Magalu”, que permite com que profissionais vendam seus produtos e serviços para os mais de 20 milhões de clientes da marca. Ações, que aliadas à forte presença digital da empresa, fizeram com que o Magazine Luiza crescesse em um tempo de recessão. Durante o segundo trimestre de 2020, o grupo registrou R\$ 8,6 bilhões em vendas, um crescimento de 49% quando comparado ao mesmo período no ano anterior, com aumento de 18% nas vendas de e-commerce e crescimento de 214% em seu marketplace. Números que posicionam a empresa como a maior em vendas no Brasil.

Resultados que nascem da cultura empresarial da família de Luiza Helena Trajano, empresária e definitivamente antifrágil, que finaliza nossa conversa com uma dica de ouro para os meses finais do ano. “Temos que focar muito nossas energias nestes quatro meses, trabalhar com muita criatividade, pensar fora da caixa e direcionar nosso foco totalmente para o cliente, sabendo que realidades diferentes exigem atitudes diferentes. Precisamos mudar nossa mentalidade e sair do campo do problema e focar todos os nossos esforços na solução. Isso vale para empresas de qualquer segmento e tamanho. Inovação será a palavra chave. Temos que sair desta pandemia, pessoas e empresas, melhores do que entramos.”

Retratos da Moda

PROFISSIONAIS QUE, DURANTE A PANDEMIA, PROMOVERAM MUDANÇAS EM SUA FORMA DE TRABALHO



GIOVANNI FRASSON

Giovanni Frasson. Nome referência na história da moda nacional, ajudou a criar as primeiras três décadas de imagens de moda como diretor da “Vogue Brasil”



THAIS ARAKI

Thais Araki. A abordagem escolhida pela empresária de moda durante a pandemia foi mudar o formato de vendas de sua marca, Lila



FELIPE SIGRIST

Felipe Sigrist. À frente do Charlô, grupo de restaurantes e casa de eventos tradicional de SP, teve de fechar as portas durante a quarentena e viu a diversificação de seu modelo de negócios como solução

pressreader