

## ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para [geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br).  
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

## A responsabilidade de inspirar quando o resultado diverge do esperado

O papel da liderança é um tema que nunca sai de pauta e ganha nova ênfase a cada situação que atrai os holofotes por envolver a gestão de grandes organizações. O caso mais recente é o de seis dias adotada pela Samsung para os seus executivos na Coreia do Sul. Para além da discussão se isso é bom ou não e se a criação dessa "sensação de crise" - como foi definida pela própria multinacional - gerará o resultado esperado, meu foco aqui é destacar a responsabilidade que o posto de líder carrega consigo em qualquer situação ou lugar.

A Samsung tomou essa decisão diante do baixo desempenho de suas principais unidades, o que teve forte influência de fatores externos,

vale pontuar. Mas, no mundo corporativo, não há espaço para desculpas, é preciso agir. O objetivo, segundo a companhia, é que o prejuízo possa ser superado através do maior esforço empregado por todos, a começar pelas lideranças, que devem puxar essa onda de melhora.

Em qualquer situação de crise, alguém sempre precisará tomar a frente, assumir responsabilidades, pagar um pouco mais caro e guiar os demais para a solução. A esse personagem damos o nome de líder. Um tipo de cargo não mais tão desejado pelas gerações atuais como foi outrora, o que gerou nos últimos anos um verdadeiro apagão de lideranças. E o alto grau de responsabilidade inerente ao posto é um dos

motivos que tem desencorajado os mais jovens a vislumbrar esse tipo de progressão na carreira, não por simples falta de vontade de se esforçar mais, mas pelas novas perspectivas de sucesso que estão sendo formadas.

O compromisso com a prosperidade dos negócios, a responsabilidade por puxar o desenvolvimento da equipe nos momentos favoráveis e de contornar as situações desfavoráveis, assim como de saber compreender o momento que a empresa enfrenta e buscar soluções conseguindo trazer a equipe para junto, mas principalmente, entender o poder do exemplo, sempre foram prerrogativas da liderança. O jogador que levanta a taça não é escolhido a esmo, antes disso



**ROBERTO VILELA**  
Consultor empresarial e  
estrategista de negócios

ele precisou provar sua capacidade de instruir e motivar os demais. Da mesma forma, a liderança corporativa de fato não é para todos, mas para quem tem ou pode desenvolver a capacidade de tomar a frente em todas as situações.

De nada adianta exigir mais produtividade dos postos que estão abaixo, sem que haja alguém os direcionando. Toda e qualquer filosofia corporativa precisa ser iniciada pelos executivos para depois ser implementada aos demais. E, neste caso, não me refiro apenas e simplesmente ao tempo dedicado ao trabalho, mas à qualidade do que é entregue, assim como a consciência dos objetivos e comprometimento com o alcance deles.

O exemplo da Samsung mostra que, acima de tudo, a postura de comprometimento com o negócio, independentemente do desafio e se há concordância pessoal com o proposto, precisa vir da liderança. O exemplo arrasta, especialmente em momentos que podem ser decisivos para a continuidade de um negócio. É a postura do líder e o seu próprio compromisso com a melhoria, que vai fazer a diferença no engajamento do time.

## BOM SABER

dicas, sugestões, informações



As atualizações do SOS Música são divulgadas pelo Instagram da iniciativa (@sosmusicapoa). Os profissionais do setor impactados pela enchente devem responder o formulário disponível nas redes sociais do projeto.

## Iniciativa auxilia músicos e negócios do setor impactados pela enchente

**JÚLIA FERNANDES**  
@eujuliafernandes

Assim como na pandemia de Covid-19, a área da cultura foi duramente afetada pelas enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul. Nas últimas semanas, Alice Castiel Ruas, produtora musical, sentiu algo semelhante ao que ocorreu em 2020, quando eventos e shows foram cancelados e bares e restaurantes fecharam as portas.

Vendo amigos e colegas perderem espaços, instrumentos de trabalho e oportunidades, Alice se juntou a outros produtores para encontrar uma solução para auxiliar os artistas. Assim nasceu o SOS

Música, uma iniciativa focada em conectar e articular ações em prol do setor. "Foi um reflexo de nossa experiência com a pandemia, que foi muito impactante para a área da cultura. Esse momento das enchentes nos fez acender uma luz amarela", relata Alice. O SOS Música pretende atender artistas da Grande Porto Alegre através de três etapas: mapeamento, articulação de doações e voluntários para limpeza, manutenção e primeiras ações de reparos nos espaços afetados, e por fim, conectar quem precisa com doações e parceiros interessados em ajudar.

De acordo com ela, a equipe à frente da iniciativa fez um

recorte pensando em estabelecimentos que geram renda para a música. Desde bares e casas de shows até escolas de música, estúdios, casas de técnicos e de professores que utilizam suas próprias residências para dar aula ou guardar instrumentos e equipamentos.

O grupo diz que teve receio de cair em um assistencialismo e garante que esse não é o objetivo. "Não realizamos políticas públicas, não é nosso dever. Entendemos que isso é uma responsabilidade do Estado. O projeto foi o resultado de um movimento da gente, enquanto sociedade civil", reflete. Além disso, os produtores pretendem encontrar parcerias com



O SOS Música pretende atender os artistas da Grande Porto Alegre

empresas de equipamento de som e instrumentos. "Também pensamos em como podemos dar visibilidade para os artistas daqui. Os eventos e festivais do

Brasil vão ter que olhar para os artistas do Sul. Temos que entender como faremos desse limão uma limonada", comenta Alice.