

## opinião

## BRANDING

# Brasil: em busca de um propósito

O País se debate com as circunstâncias históricas deste momento sem qualquer clareza do trajeto que deveríamos percorrer



**JAIME TROIANO**  
Presidente da  
TroianoBranding



jaime@  
troianobranding.  
com

Há dois mil e trezentos anos, Aristóteles formulou a seguinte reflexão:

*“Onde as necessidades do mundo e os seus talentos se cruzam, aí está a sua vocação.”*

Nossa autêntica vocação é fruto da compreensão desse encontro: do que somos, com base em nossas legítimas competências, e de como elas podem atender aquilo que a sociedade espera de nós. Nossa vocação é o nosso propósito! Aquilo que dá sentido à nossa existência.

Propósito é uma alavanca que tem transformado a vida de muitas organizações. Não é demais afirmar que talvez ela não resolva todos os problemas deste nosso mundo, mas potencializa sobremaneira o impacto que as organizações têm na sociedade e dá uma razão de ser para sua existência.

Mas o propósito é também o que cria um balizamento para os projetos de um país. O que, em última instância, revela a razão de ser ou o porquê de nós nos constituirmos numa sociedade em busca de um caminho mais promissor para nosso futuro.

O Brasil é hoje um país que não formulou seu propósito. Que se debate com as circunstâncias históricas deste momento sem qualquer clareza do trajeto que deveríamos percorrer.

Recentemente, fiquei mais seguro ainda do que penso a esse respeito ao ler a entrevista do Flávio Rocha, presidente da Riachuelo, nas páginas do jornal O Estado de S. Paulo (edição de 6 de setembro).







Suas palavras são inspiradoras e quero reproduzi-las. Perguntado sobre por que houve uma paralisia nos investimentos, ele responde: “Falta de propósito”. E questionado se foi isso que causou a paralisia, diz: “Primeiro, foi a falta de propósito. Propósito é fundamental. Você tem de olhar para a cara de seu governante, até do presidente de sua empresa, e enxergar adiante: ‘A Riachulelo daqui a dez anos vai ser isso, nessa Riachulelo daqui a dez anos tem lugar para mim, eu vou estar melhor, eu me identifico com o propósito da Riachulelo, que quer alargar as portas da moda, a moda que melhora a vida das pessoas.’ Tem de ter essa identidade de propósito.”

Do microcosmo de uma empresa para a amplitude da nossa sociedade, muda evidentemente o número de atores envolvidos, mas não o poder que o propósito tem de engajar a todos nós, em nome de uma mesma bandeira.

Todos os projetos que temos conduzido para isso demonstram o quanto a reflexão de Aristóteles é, talvez, mais verdadeira do que nunca. O que somos, o que as empresas são, o que nosso país é, precisa ser orientado por

“O que somos, o que as empresas são, o que nosso país é, precisa ser orientado por uma vocação legítima que ilumine o seu devir. É da existência de um propósito que nasce o sentido de engajamento”

uma vocação legítima que ilumine o seu devir. É da existência de um propósito que nasce o sentido de engajamento.

Na peça de Shakespeare, Henrique V, que conta a trajetória desse rei, há um episódio inesquecível sobre o que aconteceu na véspera do confronto entre dois exércitos. Os ingleses estavam em inferioridade numérica na

proporção de um para cinco franceses. Diante de sua tropa e sendo parte dela, Henrique V faz um emocionante discurso lembrando qual o propósito que os movia.

*“Nós poucos, nós poucos e felizes, nós bando de irmãos;  
pois quem hoje derramar seu sangue comigo,  
será meu irmão; seja ele o mais vil que for,  
este dia enobrecerá sua condição...”*

Os ingleses ganharam. Eles não submeteram o exército francês a partir de uma ordem, decreto, imposição ou exercício de um princípio hierárquico de Henrique V. Mas porque ele foi capaz de estimular engajamento somado a uma visão de futuro e por acreditar e fazer com que todo seu exército acreditasse na real possibilidade da vitória por estarem motivados por autêntico e poderoso propósito.

Seja nas empresas, seja no Brasil, a batalha que se avizinha pode ser vencida se nós formos capazes de revelar, compreender e aceitar qual é o propósito que alimenta nosso futuro.

