

Resgate dos valores e incentivo ao profissionalismo

SERGIO LOZINSKY *

● **Fundamentação** — O Brasil tem pela frente vários desafios na sua busca do bem-estar social e material para a população, que abrangem diferentes aspectos da vida econômica e social do país, e exigem o desenvolvimento de idéias em múltiplos campos de atuação. Para a adequada implementação dessas soluções — que recolocarão o Brasil no caminho do progresso e da harmonia — penso, no entanto, que existe um trabalho de base a ser realizado, e que será o elemento de suporte desta nova etapa da história do Brasil: o resgate dos valores fundamentais que garantem um convívio social saudável.

Pesquisas formais e informais veiculadas pela imprensa falada e escrita indicam que o brasileiro é um cidadão cada vez mais desiludido e descrente em relação a aspectos como honestidade, profissionalismo, solidariedade, respeito ao próximo,... E, ao mesmo tempo, começa a considerar, perigosamente, alternativas como ganho fácil ainda que ilícito, isolamento, trapaça, fazer o mínimo e não o melhor, como dignas de consideração, e até justificáveis.

Essa situação leva à desesperança, à desconfiança, e a uma expectativa muito baixa em relação aos seus direitos como cidadão: a maior parte dos brasileiros não espera, embora até deseje, um tratamento adequado em termos de saúde, educação, qualidade de serviços e produtos, moradia, respeito.

● **A idéia** — Meu objetivo é justamente resgatar esses valores básicos e elevar as expectati-

vas da população em relação a tudo que o país pode e deve lhe proporcionar. Penso que pessoas com expectativas mais altas, solidamente instaladas em valores duráveis e consistentes, gerarão uma força de mercado que atuará no sentido de reposicionar governantes, empresas, profissionais e todos os cidadãos em busca de melhores condições, melhores serviços, melhores produtos, enfim, uma vida melhor e motivante.

Para isso, imagino uma campanha que mostre que quem preserva os valores fundamentais é *in*, está seguindo a tendência. O *out* é justamente o esperto, o preguiçoso, o desonesto; isso apresentado de uma maneira interessante e nunca demagógica. *Up* é realizar o seu trabalho cada vez melhor, proporcionar resultados surpreendentes, *down* é justamente ver no trabalho apenas uma rotina desmotivante.

Ao mesmo tempo, entendo que essa campanha não deveria ficar só na intenção, mas efetivamente recompensar aqueles que praticam o certo: o bom motorista de ônibus, o respeitador atendente do INAMPS, o servidor atencioso da repartição pública, o chofer de táxi, o guarda, o policial, o lixeiro, o bancário, o enfermeiro, e todos que forem um exemplo de profissionalismo em seu trabalho, devem ser recompensados. Assim, levarão orgulho e motivação a suas classes, e sua conduta será imitada.

Essa abordagem da campanha permitirá o engajamento de

entidades patronais, sindicatos, instituições e empresas de uma forma geral que queiram ver a sua imagem ou a de seu produto vinculada a esses valores; que descubram nessa campanha e na valorização do profissional e do cidadão honesto e respeitador uma oportunidade de *marketing* que obrigará o mercado a se reposicionar em termos de qualidade e atenção ao consumidor e ao funcionário. Vejo a participação desses grupos econômicos como uma forma importante de dividir ou repassar a maior parte dos custos envolvidos.

Imagino ainda a possibilidade de, como parte desse processo, levar representantes diversos desses mesmos alvos de campanha para visitas a locais que possuam soluções comprovadas de modernidade — para que vejam, sintam o que possa ser feito, ambicionem algo similar e tragam idéias, imagens que vão semear novos desafios e aumentar ainda mais as expectativas.

Quem sabe, podemos até considerar a introdução do tema *Qualidade* como uma disciplina a ser desenvolvida durante toda a vida escolar, abrangendo vários temas e criando uma cultura voltada ao aprimoramento e à cooperação.

Entendo que o primeiro passo, para que uma nação evolua dignamente e proporcione o melhor para os seus cidadãos, é justamente a *visão* que seus habitantes devem ter em relação ao seu futuro: otimismo, riqueza, qualidade e bem-estar; isso não deve ser uma esperança, e sim uma determinação.