

O VALE

Um pequeno livro que ensina você quando abandonar (e quando seguir em frente)



PODSUMÁRIO 021

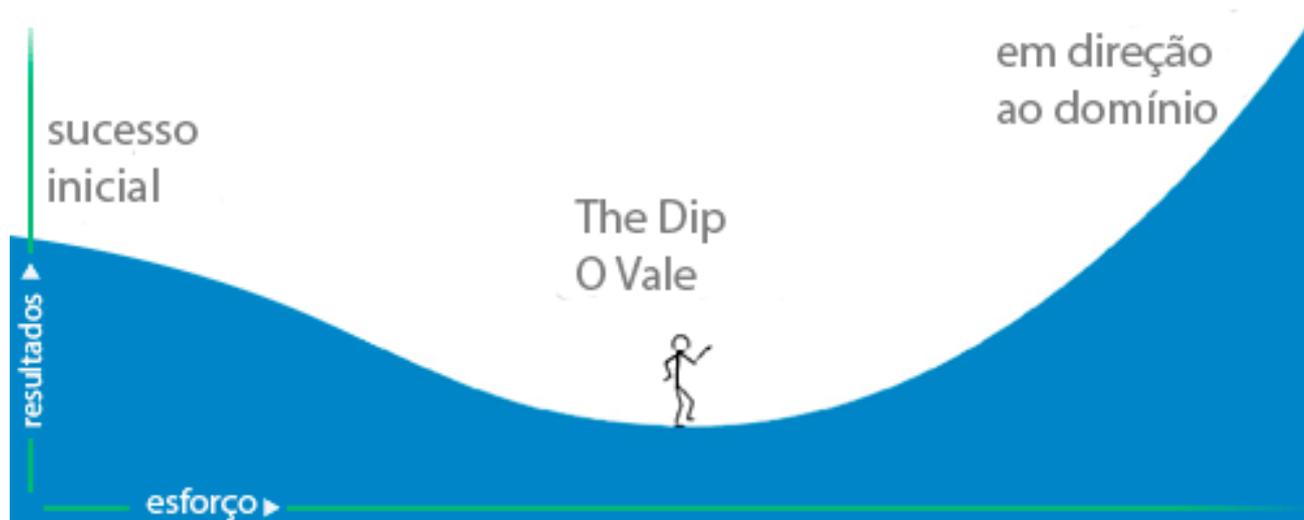
Olá, bom-dia, boa-tarde, boa-noite, meu nome é Luciano Pires, e este conteúdo é exclusivo para os assinantes do Café Brasil Premium. Hoje apresento o podsumário do livro

O VALE

Um pequeno livro que ensina você quando abandonar (e quando seguir em frente)

Este é um daqueles livros que quebra uma regra dos Podsumários, pois já foi editado em português. Mas é daqueles que eu considero de leitura imprescindível, portanto abro essa exceção de vez em quando. Neste livro o autor, Seth Godin, diz que todos sabemos que a trilha para o sucesso envolve trabalho duro e dedicação, além de um pouco de sorte. Mas que a verdadeira chave para o sucesso é saber quando parar, quando abandonar um projeto. No livro ele diz que os vencedores são os que desistem rapidamente, frequentemente e sem sentimento de culpa, até que se comprometam a superar o obstáculo certo.

Uma dica sobre o título do livro. The Dip faz alusão a uma curva composta de picos e vales. O Dip é o fundo do vale, quando você desce até o ponto mais profundo para depois encarar uma nova subida.



No Brasil, o livro foi lançado com o título **O MELHOR DO MUNDO – Saiba quando insistir e quando abandonar**. Confesso que brochei no título e segui fazendo o sumário a partir do original em inglês. Sabe-se lá que outro tipo de licença o tradutor tomou no conteúdo, não é?

Por que “podsumário”? Porque este conteúdo é mais que um sumário. Foi criado a partir da experiência dos Podbooks, audiolivros que trazem, além do conteúdo original do livro, comentários do autor. No caso dos podsumários, que os assinantes do Café Brasil Premium recebem nas versões em PDF e em áudio, os comentários são meus, apresentados sempre que eu anunciar o “meu pitaco”.

A intenção deste podsumário é tratar de temas relacionados ao exercício da liderança e do empreendedorismo. Os livros que aqui abordo, quando lançamos este podsumário, normalmente ainda não foram publicados em português. A ideia é antecipar para você conceitos inovadores que uma hora destas chegarão por aqui.

Este sumário não tem nenhuma associação nem é endossado pela editora ou pelo(s) autor(es) do livro original, nem tem a intenção de ocupar o lugar do livro. Este podsumário é apenas um guia com reflexões de Luciano Pires sobre o conteúdo original. Inclui citações e ideias originais do livro em tradução livre, com a intenção de educar e informar sobre temas diversos em discussão na sociedade.

Só lembrando: você pagou para ter acesso a este conteúdo por acreditar que existe valor nele. Este podsumário é seu, faça o que quiser com ele, mas lembre-se: se você o enviar a outras pessoas, não estará remunerando quem trabalhou para que este conteúdo valioso chegue até você.

O livro foi lançado no Brasil em 2008 e, curiosamente, só encontrei ofertas da versão em papel na www.estantevirtual.com.br, a partir de R\$ 69,90 e chegando até R\$ 180 reais!

Na Amazon, dá para encontrar a versão original por R\$ 51,63 em papel com capa dura e R\$ 34,90 no Kindle. Compre aqui: <https://amzn.to/2MMM5yr>





Seth Godin é autor de 18 livros aclamados internacionalmente e já fez a cabeça de muita gente em questões relacionadas ao marketing e o mundo do trabalho. Tem grandes sacadas e é o guru de muita gente. Vale muito conhecê-lo.

Neste livro, Seth diz que se você não consegue ser o melhor em alguma coisa, abandone. Aliás, o termo que ele usa no livro é QUIT, do verbo to quit. Fiquei tentado a usar “desistir”, mas acabei optando por “abandonar”. Pode parecer a mesma coisa, mas acho que abandonar casa mais com a intenção do autor.

Se você estiver no fundo de um vale, no The Dip, nunca abandone. A menos que você esteja num beco sem saída. Conformando-se em ficar na média ou ficar esperando para sair do vale é muito pior que simplesmente abandonar e partir para outra. Mas para isso é preciso estabelecer as condições para abandonar.

O livro é escrito de uma forma extremamente sucinta, o que é uma marca do autor. Nada de lero-lero, ele vai direto ao ponto. E por isso foi difícil de sumarizar. Ele escreve por pequenos blocos de texto, conectando uma ideia a outra que apareceu antes, não é uma escrita linear, as ideias vão e voltam. Foi complicado tentar encontrar uma ordem, às vezes dá impressão que “ele já falou isso antes”. E já falou mesmo. Este deu trabalho.

Na abertura ele diz que todo mundo em algum momento já sentiu vontade de abandonar, e que costumamos lidar com obstáculos pela perseverança. Às vezes, quando nos sentimos desencorajados, apelamos para os textos e palavras motivacionais que dizem que “quem desiste nunca vence e os vencedores jamais desistem”. É contra esse tipo de conselho que Seth Godin escreveu o livro. Para ele, os vencedores desistem das coisas certas na hora certa. Benefícios extraordinários esperam por aqueles que têm coragem de abandonar rapidamente e focar em algo novo.

Num resumo, logo de cara, é possível compreender que o livro baseia-se em seis premissas:

- 1. *Abandone as coisas erradas***
- 2. *Insista nas coisas certas***
- 3. *Tenha coragem de optar por uma ou outra***
- 4. *Os vencedores desistem na hora certa***
- 5. *As pessoas se acomodam com o “suficientemente bom” em vez de buscar o ótimo***
- 6. *Ser equilibrado não é o segredo para o sucesso***

Seth prega que devemos almejar ser os melhores do mundo. O mercado reconhece e premia as pessoas que são as melhores. Se você não está querendo ou podendo ser o melhor, abandone.

E ele explica o SER O MELHOR, como ser o melhor para outras pessoas, agora, baseado naquilo que elas acreditam e no que conhecem. NO MUNDO, no mundo DELAS. O mundo é definido por outras pessoas, da mesma forma como você define o mundo para você mesmo. O mundo está ficando maior com a internet ao mesmo tempo menor, por causa dos nichos e da especialização.

O mercado de massa está acabando, o que existem agora são milhões de micromercados, mas cada um tem o seu melhor. Se o seu micromercado é “comida orgânica em Bauru”, então esse é o seu mundo. É nele que você tem de ser o melhor.

E por que é tão importante ser o “melhor do mundo”? Do seu mundo? Porque nossa cultura celebra os vencedores. Valorizamos quem é o número um. No Brasil, então... Conforme o autor, é típico que o primeiro colocado receba dez vezes mais benefícios que o décimo colocado. E cem vezes mais que o centésimo...

Meu pitaco: Seth comenta sobre a Lei de Zipf, que nasceu de uma análise da linguagem pelo linguista norte americano George Kingsley Zipf, que descobriu que num texto longo, num livro, por exemplo, a palavra mais frequente aparece duas vezes mais que a segunda mais frequente, que aparece duas vezes mais que a quarta mais frequente. Há um padrão, que privilegia sempre o primeiro colocado. E Seth afirma que a vantagem não é só por ser o primeiro colocado, mas pelos benefícios que recebe por ser o primeiro. Daí a afirmação de que o primeiro colocado receba dez vezes mais benefícios que o décimo colocado. E cem vezes mais que o centésimo...

O fato é que não temos muito tempo disponível e nem disposição para correr grandes riscos. Se você tem a suspeita de uma doença grave, não ficará percorrendo consultórios, tentará ir direto no médico mais conhecido ou especialista, não é? Você quer o número um!

Ao visitar uma cidade nova, na hora de escolher onde jantar o que você procura? O melhor restaurante na especialidade que você deseja, não é?

Você busca podcasts... procura primeiro o quê? A lista dos melhores, não é?

Ao contratar um novo funcionário você busca o currículo médio? Ou quer o melhor de todos?

É assim que funciona. Queremos o melhor do mundo. Valorizamos o melhor do mundo. E ser o melhor do mundo importa porque ali onde estão os melhores, tem lugar pra pouca gente. Há escassez... que é o que cria valor. E de onde vem essa escassez? Vem dos obstáculos que a sociedade e o mercado criam. E do fato que a maioria dos competidores desiste antes de criar algo que os leve ao topo. É disso que o sistema depende.

Você será sempre avaliado sobre se é a melhor opção. Você é o melhor para sua audiência? Neste momento? Baseado nas coisas nas quais ela acredita e conhece?

E esse “mundo” no qual você tem de ser o melhor também é definido pela disponibilidade e pela capacidade de assimilação... quem é que consegue assimilar você?

Preciso do melhor editor de textos para trabalhar comigo, aquele que está disponível, que consegue trabalhar comigo pelo preço que posso pagar. Esse será o meu melhor do mundo. Do meu mundo.

A melhor pessoa no meu mundo é aquela que eu consigo assimilar.

Meu pitaco: o termo que Seth usa no livro é afford. A tradução literal de afford é permitir-se, ser capaz de... eu tentei traduzir de outras formas, mas entendi que o “assimilar” tem a abrangência que ele quis dar. Assimilar pode ser entender, conseguir pagar, conseguir compreender, aceitar. Portanto, a melhor pessoa no seu mundo é aquela que você aceita, entende e pode pagar em termos de energia, tempo e dinheiro.

E isso leva a reflexões deliciosas... O termo “melhor”, por exemplo, é subjetivo. O cara que me escreve reclamando que uso músicas chatas no podcast. Ou que falo de coisas com as quais ele não concorda. Ou que a minha voz ou locução o incomodam... Cara, eu não sou o melhor do mundo dele! Mas sou o melhor do mundo de outros. Entendeu como isso é flexível?

Antigamente não era possível definir o “meu mundo” com precisão. Não havia muitas opções, não é? Mas hoje, com o acesso que temos, posso definir exatamente as minhas preferências e encontrar quem as atenda em qualquer lugar do planeta. Mas isso também significa que o mundo está ficando menor, pois as categorias estão ficando mais especializadas.

Meu pitaco. Eu fiz um podcast chamado “Senhor Tempo” e desde então fiquei obcecado com a questão da vida efêmera, a ponto de ir atrás de um relógio que explicitasse isso. Pelo Google encontrei em Londres e hoje o tenho no pulso, com os ponteiros escritos REMEMBER YOU WILL DIE. Como é que eu poderia encontrar esse relógio 10 anos atrás? Aquele fabricante de relógios inglês se vende como o melhor do meu mundo, o de gente que quer o tipo de produto que eu buscava. Por isso é para mim, o melhor do mundo.

No podcast Café Brasil 600 – God Save The Queen, cito uma frase de Brian May, o guitarrista da banda, que era um astrofísico. O baterista era dentista. Brian disse assim: “Olha! Se estávamos dispostos a abandonar todas as qualificações que obtivemos em vários campos para mergulhar de cabeça no rock, não era para sermos os segundos melhores.” O Queen queria ser o melhor do mundo e, para muita gente, foi e ainda é.

Seth fala da quase infinita variedade de opções, que fazem com que as pessoas optem pelo líder de mercado. Ou pelo mais popular. Por isso os livros que estão na lista de bestsellers sempre venderão mais que os outros, independente da qualidade do conteúdo. As grandes seguradoras conseguem muitos clientes simplesmente porque são grandes.

Agora imagine que você é só mais um dos milhões à procura do emprego ideal. Ou tentando vender seu produto ou serviço... Cara, é sempre melhor ser o melhor.

As empresas e organizações se conformam em serem boas o suficiente, e não partem para serem as melhores do mundo. E por que é que eu iria me preocupar com você se você não se esforça para ser o melhor do meu mundo? É apenas um dos bons? Você está achando que será bem-sucedido apenas por ser a única opção?

Quase tudo que você aprendeu sobre a vida na escola está errado, mas a coisa mais errada é que o segredo do sucesso é ser equilibrado. Não! O segredo está em ser excepcional naquilo que realmente importa para quem você está tentando criar valor. Num mercado livre, nós recompensamos o excepcional.

A maioria das pessoas dirá que você precisa perseverar se esforçar mais, se dedicar mais... “nunca abandone!” Mas se o segredo para o sucesso é simplesmente não abandonar, por que algumas organizações e pessoas menos motivadas que você são bem-sucedidas? Por que indivíduos menos talentosos que você, vencem?

Por isso é preciso compreender a arquitetura da desistência.

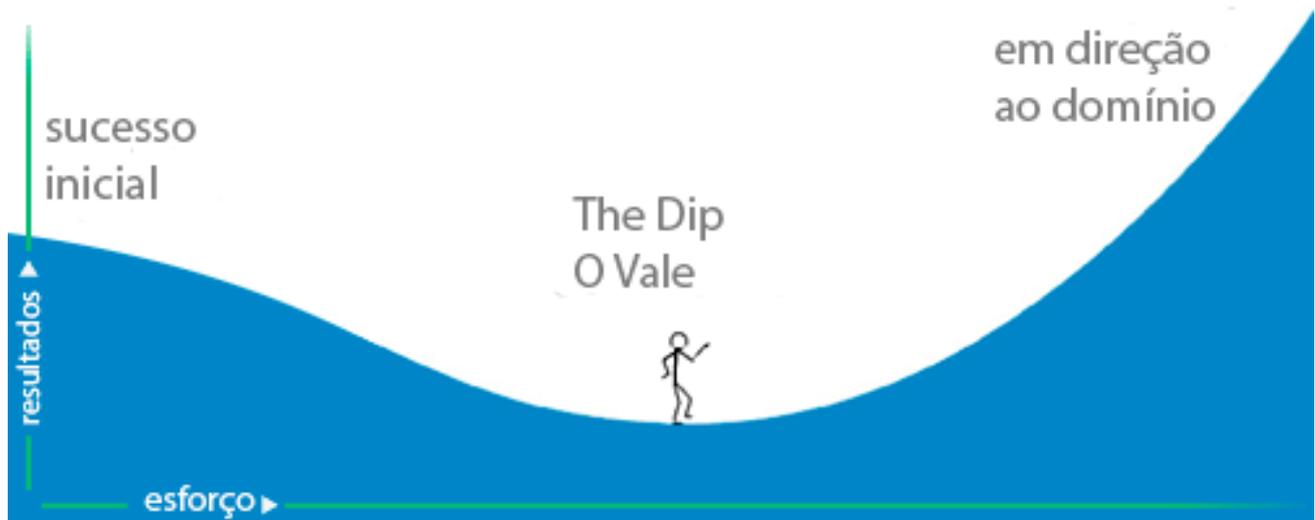
O **abandono estratégica** é o segredo das organizações bem-sucedidas. o **abandono reativo** e o **abandono serial** são a desgraça daqueles que falham em obter sucesso. E muita gente faz exatamente isso: insistem até abandonar quando é mais doloroso.

VOCÊ ESTÁ NUM VALE OU NUM BECO SEM SAÍDA?

Seth Godin acredita que muitas vezes abandonar pode ser produtivo, mas ele não prega isso em todas as ocasiões. Para ele, duas são as situações nas quais abandonar pode ser a melhor opção: o vale e o beco sem saída. Ele as trata como as duas curvas que definem quase qualquer tipo de situação que você enfrenta quando tenta realizar alguma coisa.

CURVA 1: O VALE

Meu pitaco: “The Dip” pode ser traduzido de várias formas. A princípio fiquei com a ideia de usar “o mergulho”, mas o uso de um verbo me incomodou. O conceito que Seth usa parece mais um substantivo. The Dip é um lugar, o ponto mais fundo de um processo de mergulho. Escolhi então o Vale, até por associação com a ilustração que ele utiliza no livro.



O Vale é o período longo e duro entre começar e dominar algo novo. Fica após a excitação dos dias iniciais e antes da satisfação de ver o sonho realizado. Sabe quando você decide começar a fazer acupuntura, academia, ou tomar aulas de piano? É uma festa, tudo é legal, as pessoas dão ótimos feedbacks. Nos primeiros dias é muito legal, você vai aprendendo coisas novas, é o máximo. E então chega o vale...

O vale é a combinação da burocracia com o trabalho duro que você deve praticar antes de tirar seu certificado de mergulho. O vale é a diferença entre as técnicas fáceis para

se começar a e as habilidades para se tornar um especialista em ski ou desenho de moda.

O vale é um conjunto de telas artificiais, criadas para deixar você de fora. É aquela posição de CEO com a qual você sonha, cheia de mordomias, poder e viagens... Mas basta dar uma olhada no currículo de um CEO para perceber que ele passou uns 25 anos num Vale antes de chegar lá. Por um quarto de século ele comeu o pão que o diabo amassou e fez o que lhe mandaram fazer. Precisou atingir os objetivos, trabalhar mais que os outros e servir ao chefe do momento. Dia a dia, ano após ano.

É fácil ser um CEO. O difícil é chegar lá. Se fosse fácil teria filas de candidatos, e nenhum CEO ganharia o que ganha. Lembra? É a escassez que cria valor. E se não houvesse o vale, não haveria escassez.

O vale é aquele momento durante o qual, apesar de parecer razoável abandonar, você deve insistir. Por quê? Porque quase tudo na vida que vale a pena ser feito, é controlado pelo Vale.

Apesar do Vale parecer longo e sofrido, ele é na verdade um atalho para o sucesso. O Vale espanta os competidores. Seth Godin o compara com aquele ponto no meio de uma maratona, ou então no trote assustador que os calouros recebem ao entrar na universidade. Dá vontade de parar, abandonar, ir embora. Mas na sequência vem o prêmio. Quem consegue passar pelo Vale, chega do outro lado como um dos poucos que estão entre os melhores em seus campos de atuação. E com “o melhor”, vem uma porção de recompensas. Seth Godin usa como exemplos a Microsoft, Stephen King e a Starbucks, que sobreviveram ao Vale.

Meu pitaco. Acho que você já viu coisas assim, mas me ocorreu agora um exemplo prático. Cerca de um ano atrás, bem perto de meu escritório, um empreendedor chamado Alberto abriu uma pequena padaria. Pães artesanais, deliciosos. Ele abriu uma portinha, a princípio era ele, a esposa e um filho. Fornos bem legais, uns pães sensacionais, pizzas especiais... Um lugar pequeno mas bem equipado e com um produto de primeira. Logo em seguida ele contratou duas garotas e um garoto, que passaram ajudá-lo. É lá que todo dia tomo meu café da manhã. Mas não demorou

para eu notar que o lugar tinha movimento bem baixo. A qualquer hora que você chegar, quase todas as poucas mesas estão disponíveis. Conversei com ele, estava se mexendo para anunciar seu negócio na região e atrair mais gente. E não demorou para que a primeira ajudante fosse demitida. Em seguida a outra. E hoje o Alberto está lá, sozinho, atendendo na medida do possível. É demorado, mas a qualidade é sempre ótima. Eu tenho certeza que o Alberto entrou no Vale.

Não vejo mais nele a excitação dos primeiros dias, o entusiasmo em lançar novos produtos. O que vejo é um semblante preocupado, de alguém que não está vendo o retorno que esperava de seu investimento.

Toda manhã me pergunto se no dia seguinte poderei tomar meu café da manhã no Alberto. Até ler o livro do Seth Godin eu não tinha feito essa imagem do Vale... Será que ele sobreviverá para sair do outro lado mais experiente?

O segredo para cruzar o Vale, de acordo com o autor, é verificar se você está disposto a levar seu projeto através dele, e se vale a pena fazê-lo. Se você não está disposto ou acha que o retorno não é suficiente, abandone antes de entrar no Vale. Se você entrar no Vale, esteja preparado para perseverar, pois abandonar no meio é a maior perda de esforço e potencial que você pode experimentar.

Ainda assim, costumamos nos comprometer com um projeto, um relacionamento, uma empresa apenas para descobrir mais tarde que a situação ficou estagnada e não existe potencial para crescimento real. É o que Godin chama de beco sem saída. Enquanto o Vale fica cada vez melhor se você se dedicar e redobrar os esforços, o beco sem saída jamais melhora, não importa quanto mais você invista e insista. O sucesso, portanto, está em saber reconhecer uma situação ou relacionamento como um beco sem saída e não ter medo de abandonar quando perceber isso. Tudo que um beco sem saída faz é drenar sua energia e seus recursos, desviando sua atenção da missão de cruzar um Vale que realmente valha a pena.

Meu pitaco. Um conhecido, Já maduro, começou um relacionamento com uma moça bem mais jovem. Ficou extasiado no começo, e garota era sensacional, linda, cheia de energia, abrindo para ele um mundo que ele julgava que não existia mais. Era possível ver o brilho em seus olhos quando contava de suas viagens com ela. Ele estava apaixonado, mudando de comportamento e feliz. Era possível entender que

ele estava cruzando um Vale, com energia e entusiasmo. Tempos depois o encontrei, ele já não estava com a garota. Perguntei o que havia acontecido e ele me disse: descobri que eu não poderia construir nada junto com ela. Eu não quero casar, não quero ter mais filhos, não quero sair toda noite... Tudo que ela queria. Quando estávamos juntos era sensacional, mas depois me dava uma sensação de vazio, de não estar cumprindo com ela um compromisso à altura de suas expectativas. Ela não merecia isso, e achamos melhor terminar.

Meu, que história triste... mas ao mesmo tempo uma lição de maturidade. Ele reconheceu o beco sem saída. Muita gente o criticará por achar que ele podia se esforçar, mas eu o conheço. Ele vinha de dois casamentos anteriores, tem três filhos, já sabe exatamente tudo que não quer. E soube reconhecer um beco sem saída e abandonar antes que o investimento em energia, recursos e carga emocional o quebrasse. Não foi fácil, ele lembra dela com saudades, mas não se arrepende. Muito louco isso...

CURVA 2: O BECO SEM SAÍDA

É o lugar onde as coisas não melhoram nem pioram, apenas ficam paradas. Estagnadas. Se você perceber que está num beco sem saída: GTFO – Get The Fuck Out. Caia fora! O custo de oportunidade de investir sua vida em alguma coisa que não vai melhorar, é alto demais.

Meu pitaco. O beco sem saída. Esse é o lugar onde encontro a maioria das pessoas, especialmente as que se dizem insatisfeitas com sua situação. Estão num emprego do qual não gostam, mas dependem dele para sobreviver. E então buscam todo tipo de desculpa para não encontrar uma saída. Tenho uma conhecida que sempre foi assim. Há anos ouço-a se queixando do trabalho, no qual ela continua há anos. E sempre que pergunto por que ela não cai fora, começa um desfile de desculpas: “não vou achar outro emprego ganhando o mesmo”, “já tentei e não deu certo”, “passei da idade”, “não tenho paciência de começar tudo de novo”, “estamos em crise”... e os anos vão passando.

Uma vez uma pessoa na mesma situação me perguntou o que fazer. Eu sugeri que ela primeiro colocasse no horizonte a intenção de trabalhar em outro lugar. E fixasse um prazo. Dentro de três ou quatro anos quero estar trabalhando em xxxxxx. Fixada

a meta, que começasse a trabalhar diariamente naquela direção. Fizesse a tarefa de diária de pesquisar o segmento em que queria trabalhar, conhece as empresas do setor, comprasse as revistas e visitasse os sites daquela área, pesquisasse no LinkedIn sobre as empresas, tentasse estabelecer contato com quem trabalha nas empresas que definir como alvo... tudo isso antes de “mandar currículo”. Que ela dedicasse um tempo diário, que fosse meia hora, a se tornar quase uma especialista no setor no qual gostaria de trabalhar. Depois de algum tempo, sabendo do que se tratava a área, que passasse a selecionar as empresas nas quais queria trabalhar. E então partisse para a busca dos canais de contato. E não basta achar o e-mail do RH... é preciso ir mais longe. Quem são as lideranças da empresa? Conecte-se com elas no LinkedIn. Se elas publicam posts, curta e, se possível, comente. Construa um processo de aproximação que vai levar tempo, até achar que pode pedir alguma sugestão sobre para onde enviar o currículo ou com quem conversar. É um processo de Inteligência, que leva tempo, mas ao menos você não está estagnado no beco sem saída.

Ouçá o LíderCast que fiz com o Rodrigo Dantas para ver como ele se aproximou de um cliente em potencial, durante meses frequentando a mesma padaria...

Muito bem, foram duas curvas. Insista no Vale que tem perspectiva de saída e abandone do beco sem saída . É isso.

O Tênis tem um Vale. A diferença entre um jogador medíocre num clube e um campeão regional não é o talento com o qual cada um nasceu, mas a habilidade de insistir naqueles momentos em que era muito mais fácil abandonar. A Política tem um Vale também. É muito mais divertido ganhar do que perder uma eleição, e todo o processo é construído em torno de pessoas que começam enquanto outras desistem.

O VALE É ONDE O SUCESSO ACONTECE

Quem se mobiliza para cruzar o Vale, investindo tempo e energia, são os que se tornam os melhores do mundo. São os que, em vez de se conformar com evoluir um pouquinho, em serem levemente melhores que a média, abraçam o desafio de serem extraordinários.

Meu pitaco. Olha, quem ouve o LíderCast já se deparou com dezenas de programas que apresentam pessoas com essa característica de cruzar o Vale para se tornarem os melhores do mundo. Não tem como não lembrar imediatamente de Aquiles Priester e do Kiko Loureiro, o baterista e o guitarrista que saem da banda Angra para se tornarem os melhores do mundo em suas áreas. A história de preparação, treinos e obstinação dos dois é exemplar.

A coisa corajosa a fazer é encarar o desafio de chegar ao outro lado do Vale, onde você terá o benefício de ser um dos melhores do mundo.

Meu pitaco. Não custa lembrar: entenda o “melhores do mundo” como o melhor daquele mundo que você escolheu. Se o caso é trabalhar no McDonald’s, a meta tem de ser o melhor daquela loja. Depois o melhor do bairro. E o melhor da cidade. E o melhor do país... Essa percepção de mundo se amplia conforme você conquista os espaços.

Quando trabalhei na Dana, um dia puxei para minha área de marketing a responsabilidade de fazer o jornal interno da empresa, O Pinhão. Ele estava no RH, onde não tinha recursos e nem profissionais especializados. Quando caiu no marketing, recebeu investimentos, passou a ter uma equipe especializada, ganhou corpo e conteúdo, e não demorou para se tornar o melhor jornal interno de toda a operação brasileira. E aí veio a nova meta. Queríamos ser o melhor da América. E depois o melhor do mundo. E um dia, o Presidente da empresa me procurou para contar que durante a mais importante reunião na sede mundial da Dana, ele teve o orgulho de ser chamado para receber o troféu de Melhor órgão interno de comunicação da Dana Corporation. Havíamos batido todas as outras operações mundiais. E aquilo se repetiu por mais dois anos, fazendo com que a organização criasse uma categoria especial para O Pinhão, para que os outros tivessem chance de receber alguma recompensa.

Com aquela primeira vitória veio um cheque de 25 mil dólares, que investimos em equipamentos. Mas o mais legal foi o reconhecimento de todos.

A gente era o melhor do mundo. Do nosso mundo.

A coisa madura a fazer é jamais se preocupar de começar um projeto difícil mesmo estando mal equipado para vencer o Vale.

Meu pitaco. É divertido quando as pessoas me visitam no Café Brasil e ficam extasiadas com o estúdio. É um pequeno estúdio, não tem mais que 10 metros quadrados, mas é todo preparado, decorado, equipado. É uma tetéia. E as pessoas dizem: “ah, é por isso que a qualidade dos podcasts é tão boa”... E eu retruco: não. É o contrário. É para manter a qualidade do podcast boa que construí o estúdio. A qualidade não é consequência do estúdio. O estúdio é consequência da visão de qualidade. Muita gente começa seus podcasts da forma mais improvisada, depois melhora o microfone, melhora a placa de som, melhora o ambiente e um dia chega no estúdio. A falta do melhor equipamento não é o inibidor para que o processo comece. Mas o desejo de melhorar a qualidade é que vai leva-lo através do Vale.

A **coisa estúpida** a fazer é começar um projeto, dar o seu melhor, investir tempo e dinheiro e ... abandonar no meio do Vale.

Meu pitaco. Nesse ponto parece haver uma incongruência do autor, que prega “caia fora” num momento e depois diz que “cair fora é estupidez”. Mas não. Lembre-se que ele está o tempo todo tratando da necessidade de antecipar os problemas e desafios. Para Seth Godin, o mais importante é não deixar chegar ao ponto de desistência. Cair fora antes de investir tempo, energia e dinheiro. Aliás, ele insiste numa regra simples: se você conclui que não conseguirá atravessar o Vale, nem comece.

Poucas pessoas escolhem fazer a coisa corajosa e se tornarem as melhores do mundo. Gente informada, provavelmente escolherá fazer a coisa madura, economizando seus recursos para aplicar em algo pelo qual se apaixonem. As duas escolhas são excelentes. É a terceira escolha, a mais comum, a de tentar para abandonar, que você deve evitar se quer o sucesso.

O mercado é um lugar muito competitivo, repleto de gente enfrentando e vencendo desafios diariamente. São as dificuldades dos Vales que dão a oportunidade de saltar à frente.

Num mundo competitivo, a adversidade é sua aliada. Quanto mais difícil as coisas se tornam, maior é a chance de você se isolar da competição. Mas se essa adversidade faz com que você também abandone, não valeu a pena.

Seth usa o exemplo de Jack Welch, que tomou a decisão de cair fora de qualquer negócio no qual ele não fosse número 1 ou número 2. Mesmo que estivesse fazendo dinheiro. A razão? Esses negócios distraem a atenção das lideranças, consomem recursos e energia e, pior, mostram às pessoas da organização que tudo bem se você não for o melhor no seu mundo.

O autor também fala do problema da diversificação, de sair por aí tentando atacar em diversas frentes. Quem chega ao sucesso é aquele que é obsessivo. O foco que conduz você através do Vale é recompensado por um mercado que busca o melhor do mundo. Veja o exemplo do pica pau. O pica pau não chega a lugar nenhum se picar 20 vezes 1000 árvores. Mas encontra comida quando pica 20 mil vezes a mesma árvore.

Antes de decidir se voltar para outro mercado, considere o que aconteceria se você conseguisse passar pelo Vale e vencer no mercado no qual você já está.

É mais fácil ser medíocre do que confrontar a realidade e abandonar. Aliás, conformar-se com a mediocridade é a maior armadilha. A média é para os perdedores. Só existem duas escolhas: abandonar ou ser excepcional.

Meu pitaco. Cara, aqui o autor chuta a canela... E me faz voltar para uma reflexão que tive algum tempo atrás e me trouxe paz de espírito. Começou assim: Meu, por que meu podcast não tem milhões de downloads por episódio? Por que não tenho milhões de seguidores como aquele youtuber que come baratas? Oras, porque aquele não é o meu mundo. Eu não sou e nem quero ser o melhor no mundo dele. Ele é o melhor no mundo de quem quer ver alguém comendo barata. Eu sou muito melhor que ele num mundo onde as pessoas querem ideias, provocações, músicas esquisitas e texto chato. Sacou?

Aliás, tenho uma palestra nova chamada O inho e O ão, na qual trato exatamente disso, da percepção de que temos de vencer no nosso nicho, o inho. Conseguir fazer

do inho um negócio é mais difícil do que comer uma barata e divertir seis milhões de boca-abertas.

SETE RAZÕES PELAS QUAIS VOCÊ DEVE FRACASSAR PARA SER O MELHOR DO MUNDO

- 1. Você fica sem tempo. E desiste.***
- 2. Você fica sem dinheiro. E desiste.***
- 3. Você fica com medo. E desiste.***
- 4. Você não leva a coisa a sério. E desiste.***
- 5. Você perde o interesse ou o entusiasmo, ou se conforma com a mediocridade. E desiste.***
- 6. Você foca no curto prazo em vez de focar no longo. E desiste quando o curto prazo fica difícil demais.***
- 7. Você escolhe a coisa errada na qual ser o melhor do mundo, porque você não tem o talento para isso.***

“Você” quer dizer sua equipe, sua empresa ou você mesmo, que pode saber com antecedência, antes de começar, se você tem os recursos e a vontade para ir até o fim. Na maior parte das vezes, se você falha em se tornar o melhor do mundo, ou é por causa de mal planejamento ou porque abandonou antes de atingir o objetivo.

O sistema quer que abandonemos. Aliás, grande parte da economia é baseada nessa expectativa. Uma academia de ginástica só é viável porque grande parte dos matriculados não aparece para treinar. Se todos aparecessem, ninguém encontraria um aparelho vago. Sacou? A academia lucra com quem desiste e continua pagando a mensalidade.

Durante muito tempo as companhias aéreas venderam mais passagens do que lugares nos aviões, confiando que lucrariam com quem não aparecesse para viajar.



OS OITO VALES

Seth Godin relaciona oito sistemas que dependem de Vales. Esses Vales estão situados em lugares onde pessoas e organizações desistem. Se você perceber um desses Vales se aproximando, pode escolher antecipadamente entrar de cabeça ou cair fora.

O Vale da manufatura. É muito fácil começar a construir algo em sua garagem. Fica difícil quando você precisa comprar equipamentos, desenhar circuitos ou lançar uma produção em larga escala. O tempo e o esforço necessários para fazer a produção decolar é que criam o Vale, que mantém a oferta das coisas em baixa e motiva os corajosos a investir no negócio.

Meu pitaco. Tenho um amigo que trabalha para uma pequena empresa que fabrica macarrão instantâneo. Negócio que começou caseiro, em família, todo manual, quase um artesanato. Por anos a empresa funcionou no Vale. Recentemente a geração mais nova dos donos foi para a China e comprou uma máquina que automatiza totalmente o processo. E o negócio está dando um salto gigantesco. Mas precisou de coragem para mudar de nível.

O Vale das vendas. Muitos negócios começam quando você vende sua ideia para outra pessoa, para outra empresa, para algumas lojas. O Vale aparece quando você precisa saltar para uma estrutura profissional de vendas. Em muitos negócios, a vantagem fica com quem tem a maior e mais agressiva estrutura de vendas.

Meu pitaco. O Café Brasil Premium está num Vale, há pelo menos 9 meses, não cresce nem cai. Tá indo bem, mas precisa saltar de nível. Já fiz os estudos para saber que não é simplesmente o caso de ter uma equipe de vendas, precisa de um salto de tecnologia e de marketing. Mas falta fôlego pra fazer agora. Vamos na luta.

O Vale da educação. A carreira começa assim que você sai da escola, e o Vale aparece quando chega a hora de aprender coisas novas, a reinventar suas habilidades. Um médico que sacrifica um ano de sua vida estudando uma especialidade, tirará proveito disso por décadas.

Meu pitaco. É nesse nicho que estou entrando com o Café Brasil Premium, no Vale da educação, tentando suprir os conteúdos para quem não tem tempo, dinheiro e nem saco para estudar da forma tradicional.

O Vale do risco. É um risco alugar uma área maior, investir em novas tecnologias. Empreendedores entendem a diferença entre investir para passar pelo Vale ou em outras coisas que são mais arriscadas.

Meu pitaco. De novo recorro a um dos meus casos. Quando comecei a produzir vídeos para o Youtube, com a série das Iscas Intelectuais, comecei daquele jeito: no peito, com câmeras e iluminação amadores, até botar na cabeça que eu teria de ter um equipamento profissional. Fiz um levantamento e cheguei num equipamento (Newtek 40) que custava uma grana, era coisa de R\$ 24 mil. Eu não tinha esse dinheiro, mas fiz uma jogada de risco e comprei. Com o primeiro lote de Videocasts vendido logo em seguida para um cliente, paguei o equipamento e subi um nível na produção de vídeos. Na sequência veio o estúdio e foi a mesma coisa.

O Vale do relacionamento. Há pessoas e organizações que podem ajudar você mais tarde, mas apenas se você investir o tempo e esforço neles agora. Os relacionamentos que você constrói quando é difícil fazê-los, dão retorno mais tarde.

Meu pitaco. Isso é uma regra em minha vida. Sempre fiz questão de ajudar as pessoas que me procuraram com projetos que tivessem a ver com o negócio que eu dirigia. Ajudei desconhecidos e conhecidos a construir suas empresas. Motivei ex-funcionários a deixar a empresa e os ajudei a começar seus negócios. Ajudei revistas e publicações...vixe, perdi a conta. Fiz tanto que hoje, 10, 15, 30 anos depois, ainda tenho crédito para ligar para essas pessoas e ter ajuda quando preciso.

Aliás, aqui vai um spoiler da série Narcos México. Logo no primeiro ou segundo capítulo, o protagonista Miguel Ángel Félix Gallardo, policial de uma pequena cidade é um contraventor menor, que mata um traficante, capanga de um dos grandes mafiosos. É preso e levado pelos outros capangas do mafioso, que vão mata-lo e só escapa quando usa um relacionamento antigo. Não vou dar detalhes. Assista.

O Vale conceitual. Você chegou até aqui operando sob uma série de suposições. Abandonar essas suposições em abraçar um conjunto novo e maior, pode ser exatamente o que você precisa para subir para o próximo nível. O autor chama de heróis os que reinventaram instituições e indústrias, como Martin Luther King e o dono da Virgin Richard Branson, que só conseguiram por atravessar o Vale conceitual.

Meu pitaco. Pensei aqui em quem poderia ser o exemplo no Brasil, me veio o exemplo de Jô Soares que, aos 50 anos de idade, no auge da fama, à frente do programa de humor de maior audiência na rede Globo, joga tudo para o alto para se tornar apresentador de um programa de entrevistas numa emissora menor. Jô cruzou o Vale conceitual com brilho, e por duas décadas se tornou o mais importante apresentador da TV brasileira, inclusive retornando para a Globo, e servindo de modelo para vários sucessores. Sim, Jô copiou o modelo dos talk shows norte-americanos, criados por Steve Allen em 1954, mas fico imaginando a mudança de mindset pela qual Jô Soares passou e como fez para convencer Silvio Santos de que seu projeto tinha chances de sucesso.



Steve Allen no The Tonight Show em 1954.

O Vale do ego. Quando é só sobre você é fácil abrir mão do controle, dar um passo atrás e deixar que outros assumam o protagonismo. Mas a maioria das pessoas não consegue agir assim, sair fora dos holofotes, abrir mão do controle. E permanecem presas no Vale.

Meu pitaco. Vixe, como vi coisa assim... aliás, como vejo coisa assim! Tive um cliente, uma grande empresa, que atendi com alguns projetos, e a pedra no sapato era uma diretora. Não havia meio de convencer a mulher a adotar algumas ideias, os projetos não andavam, até o dia em que, tomando um chopp com alguns funcionários da empresa que respondiam para ela, um deles me disse uma coisa que mudou tudo:

- Luciano, se a ideia não for dela, não adianta, não passa.

Imediatamente tudo fez sentido. Aquela diretora não estava julgando o mérito das ideias, mas a origem delas. Mudei todo o esquema, abandonei as apresentações e levei para ela alguns garranchos, fazendo com que ela fizesse parte do processo de criação da ideia, e conduzindo para que ela chegasse na solução que eu queria. Ficou parecendo que a ideia tinha sido dela e o projeto passou. Nunca vou me esquecer da piscadinha que aquele funcionário do chopp me deu na hora que ela mandou seguir em frente... Imagine a quantidade de projetos que não andaram, pois ficaram parados no ego daquela diretora.

Agora imagine que não é uma diretora. É um empreendedor, com uma ideia que ele julga matadora, que junta dinheiro, monta a estrutura e coloca o bloco na rua... para perceber que as coisas não andam como ele imaginava. E se vê na situação de ter de reconhecer que talvez sua ideia não fosse tão genial assim. Se o ego falar mais alto, esqueça.

O Vale da distribuição. Alguns revendedores fazem com que seja fácil levar seus produtos até o mercado. A internet, algumas cadeias de varejo. Outros exigem algum tipo de investimento, que no final acaba valendo a pena. Mas colocar seu produto à venda no Wal-Mart, é garantia de vendas infinitamente maiores que colocá-lo na internet. Por quê? Escassez. Colocar os produtos na internet é fácil, agora, distribuir via Wal-Mart é difícilíssimo.

Meu pitaco. Toda vez que alguém me traz um case que envolva distribuição, eu lembro do mercado de livros. Esse mercado está preso num Vale há anos. Quando a Amazon chegou, todos imaginaram que o outro lado do Vale havia sido atingido, mas não foi isso que aconteceu. A distribuição de livros no Brasil é onerosa, ineficiente e burra. Está dentro de uma organização totalmente despropositada, que encarece os livros, não remunera os autores, é um pesadelo logístico e absolutamente improdutivo. Por isso cadeias como Nobel, Laselva, Saraiva e Cultura, quebram. Ainda não descobriram uma forma de chegar do outro lado do Vale. Eu estou trabalhando nisso, mas isso é assunto pro futuro...

Não é muito difícil determinar se o que vem pela frente é um Vale ou um Beco sem saída . O difícil mesmo é ter a coragem de fazer alguma coisa a respeito. Não existe nada errado com o otimismo, o sofrimento e desperdício surgem quando o otimista tem de fazer escolhas difíceis quando se vê preso no Vale.

O VALE DA MORTE

O sonho de qualquer competidor é criar um Vale tão longo e profundo, que desencoraje o surgimento de adversários.

A Microsoft fez isso, criou tantos relacionamentos e estabeleceu tantos padrões que é praticamente impossível que alguém consiga ameaçar o Word ou o Excel.

Meu pitaco. Este livro foi publicado em 2008. Passaram-se 10 anos e como estão o Word, o Excel e a Microsoft?

A Apple fez o mesmo com o iTunes e o iPod. Primeiro tirou vantagem de uma nova plataforma para destruir a Tower Records, acabando com a indústria dos CDs. Depois construiu uma série de sistemas e benefícios que tornaram quase impossível alguém ultrapassá-la. Olha o que aconteceu com mercado de smartphones depois do iPhone. De novo, livro escrito em 2008.

Com profissões é o mesmo. Advogados, por exemplo, continuamente aumentando a dificuldade do exame da Ordem, ampliando o tamanho e profundidade do Vale, dificultando a vida dos novos entrantes e tornando mais fácil a vida dos já advogados.

A MÉDIA É PARA OS PERDEDORES

Abandonar na hora certa não é fácil, a maioria não tem coragem para isso. Pior ainda, quando diante de um Vale, algumas vezes não desistimos, optamos pela mediocridade. A resposta mais comum para o Vale é buscar segurança, fazer o trivial e ordinário, reclamar do trabalho, ficar ali na média, no lugar seguro, imune à críticas. É exatamente por isso que tão pouca gente se torna a melhor do mundo.

Para ser uma superestrela você precisa fazer algo excepcional, não apenas sobreviver ao Vale, mas usá-lo como uma oportunidade para criar algo tão extraordinário que as pessoas se sintam impelidas a falar de você, recomendá-lo e, é claro, escolhê-lo.

Da próxima vez em que você perceber que está atuando na média quando sentir que está na hora de abandonar, lembre-se: são duas as escolhas. Abandone ou seja excepcional. Ficar na média é para os perdedores.

A média parece segura, mas não é. É invisível, é a última escolha, o caminho de menor resistência. A tentação para permanecer na média é apenas outro tipo de desistência, o tipo que precisa ser evitado.

Você merece mais que ficar na média.

Meu pitaco. Nessa hora eu estava lendo o livro em pé... querendo aplaudir. Eu sempre tive esse mindset, de que permanecer na média é a pior das opções. É tornar-se apenas mais um, o sujeito que é ignorado, aquele que quando não aparece na festa, ninguém nota... Por isso, muito tempo atrás, eu acho que ainda era um garoto, tomei a decisão de me jogar nos projetos, de tentar chegar no limite, de atuar na área de risco. O desconforto é meu combustível. Quando me sinto confortável, tenho a sensação de que algo está errado. Que nada está acontecendo. Não sei explicar de onde veio isso, que força é essa, mas é algo que está presente todo o tempo. E isso tem causado uma série de fricções nos últimos tempos, com gente que quer ficar na média e me chama, por exemplo, para palestrar.

Semana passada conduzi um evento imenso para uma grande empresa. Coube a mim fazer a conexão entre as várias apresentações, mas colocando conteúdo entre uma e outra. Caí na armadilha de mandar minha apresentação para o cliente antes do evento, e recebi de volta com cerca de 30 “recomendações” para tirar coisas fora. Praticamente todas as piadas, todas as alfinetadas, tudo aquilo que daria o molho e faria com que minha apresentação ficasse diferente. Eu não podia nem mesmo fazer a citação de uma frase de um autor conhecido, pois nela havia a palavra “idiota”. O cliente julgou a palavra forte demais... Bem, não preciso dizer que não dormi naquela noite, não é? Como o evento era na manhã seguinte, não houve tempo para reação e tudo que eu não queria era criar um clima desagradável num momento de extrema responsabilidade. Fiz o evento tirando fora tudo que o cliente pediu, foi um sucesso mas ficou comigo a sensação de que entreguei menos do que podia. Alguém tentou me manter na mediocridade, e isso para mim é mortífero. Quantas vezes isso já aconteceu com você? Ou é você que quer segurar os outros na mediocridade?

Pense na área de vendas...pesquisas demonstram que um vendedor médio normalmente desiste após o quinto contato malsucedido com o cliente potencial. Depois da quinta tentativa, percebe que está perdendo tempo e parte para outra. Uma outra pesquisa mostrou que 80% desses clientes compra depois da sétima tentativa... Se o vendedor insistisse mais um pouco...

Seth não acredita que o melhor vendedor é aquele que fica insistindo. Vender é sobre transferir emoções, não é uma apresentação de fatos. Se fosse só isso, um folheto em PDF ou um site bonitinho resolveriam a questão.

Como potenciais compradores, somos especialistas em perceber o que passa pela mente do vendedor. Somos muito bons para detectar sinceridade (ou a falta dela). Se o vendedor está no negócio pensando no longo prazo, em criar um valor verdadeiro para o cliente, em fechar a venda porque ela trará benefícios reais para o cliente, o sinal é enviado forte e bem alto. A gente percebe.

Se você não tem capacidade de cruzar o Vale para o excepcional, abandone agora. Pare de perder seu tempo e energia com os 80% que não trarão resultados, enquanto poderia focar nos 20% que lhe dão a chance de fazer a diferença.

ENFRENTANDO O VALE

Muito bem, você tem certeza que seu produto ou serviço inovador é o melhor do mundo, mas parece que ninguém se importa com isso. Você está ocupado divulgando sua ideia onde quer que vá, mas parece que os potenciais clientes não se importam. Eles simplesmente esperam. Esperam quem as novidades sejam testadas, padronizadas, baratas e prontas para uso. Você está diante do **Vale da aceitação de mercado**.

Os que chegam lá são aqueles que seguem pelo Vale ouvindo os clientes, aperfeiçoando o produto, criando benefícios que os diferenciam dos concorrentes. Por exemplo, enquanto um editor pula de autor para autor procurando encontrar um best-seller, o outro vai incubando um Stephen King enquanto ele vagarosamente constrói sua audiência. Enquanto uma organização sem fins lucrativos corre atrás de grandes empresas à procura de dinheiro para financiar suas ações, a outra foca num tema consistente, está sempre presente mostrando suas ações, focando em poucos potenciais patrocinadores, até que um dia a dinheiro aparece.

Os departamentos de RH não aparecem em sua porta oferecendo um emprego, pelo contrário, criam o Vale ao impor uma série de dificuldades. Você tem de enviar o currículo, participar de entrevistas, escolher a roupa certa, se deslocar até o local num horário determinado. É assim que eles percebem quem são os que não estão levando a coisa a sério.

É muito fácil cair no canto da sereia que prega situações mágicas. A supermodelo que foi descoberta enquanto andava na rua, o autor que se transforma em sucesso após uma única aparição num programa de televisão, uma banda que consegue o contrato após gravar uma única demo. O problema é que acreditar nisso cria uma espécie de adicção, ficamos viciados em pensar que sempre pode ser assim. O sucesso instantâneo, mágico, de estar no lugar certo na hora certa. O problema é que pouca gente está em busca das coisas novas, inovadoras. A maioria quer segurança, o que já foi testado, autenticado e provado.

A Microsoft falhou duas vezes com o Windows (na verdade, acho que de 2008 falhou umas duas vezes mais), falhou quatro vezes com o Word, três vezes com o Excel. Mas a cultura da empresa é continuar cruzando o Vale, mudando as táticas, aperfeiçoando o produto, mas jamais abandonando a grande ideia.

Meu pitaco. Bem, a Microsoft tem dinheiro pra isso...

O OPOSTO DE ABANDONAR NÃO É ESPERAR.

O oposto de abandonar é uma palavra que não existe em português: **rededicação**, que em inglês significa “ato de dedicar-se”. Seth Godin define como *uma fortalecida nova estratégia desenhada para quebrar o problema em pequenas partes*.

É um erro considerar que você é um passivo tripulante a bordo de um barco que vagarosamente cruza o Vale. O Vale é flexível, responde aos esforços que você faz. Quando o esforço é tão grande que faz você pensar em abandonar, você se sente numa posição na qual nada tem a perder. E quem nada tem a perder, ganha poder. Pode se jogar com tudo, desafiar a autoridade, tentar o que nunca foi tentado antes.

Meu pitaco. Em 2008, quando eu completei 26 anos de empresa na Dana, a situação estava chegando a um beco sem saída. Eu era diretor na empresa, que estava praticamente quebrada, não tinha nenhum chefe no Brasil, mas nos EUA, estava praticamente abandonado, em meio a uma guerra política entre colegas que queriam assumir o controle da empresa. Uma situação que colocava minha carreira em risco. E um dia, cansado de esperar, fiz o movimento que me colocou em outra carreira. Sentei com o diretor de RH e negocieei minha saída da empresa. Caí no mundo do empreendedorismo aos 52 anos de idade. Não me conformei de ficar passivamente aguardando que as coisas melhorassem ou que uma situação acontecesse. Parti para a ação, correndo todo o risco inerente e.. bem, tô aqui hoje.

Quando as pessoas desistem, elas normalmente estão pensando no curto prazo. Algo como “se dói, pare!”.

Seth usa o exemplo de Joe Biden, político norte americano que em 1988 abandonou no meio a campanha para presidência dos Estados Unidos, após ser acusado de plagiar parte do discurso de um político inglês, sem dar o devido crédito. Dezoito anos depois, Biden estava considerando concorrer novamente. Será que se em 1988 ele, percebendo que nada tinha a perder, tivesse mudado radicalmente sua posição, mudando de Vale e seguindo adiante, não teria tido uma chance contra seus oponentes?

Quando sua filha desiste da aula de karatê, não é porque ela considerou cuidadosamente as consequências de suas ações. Tomou a decisão porque o professor fica gritando com ela e isso não é legal. É melhor parar.

A dor de curto prazo tem mais impacto nas pessoas que os benefícios de longo prazo, por isso é muito importante amplificar os benefícios de não abandonar no longo prazo. É preciso se lembrar constantemente dos benefícios da vida do outro lado do Vale.

Meu pitaco. Cara, isso é fascinante... e é aí que mora o segredo. A força de superar os incômodos do curto prazo, de olho nos benefícios futuros. Numa de minhas palestras falo de mudança, usando uma fórmula:



Mudança é igual à crise menos a dor da nova solução. Se o nível da crise é maior que a dor percebida pela adoção de uma nova solução, a mudança vai ocorrer. É a mesma coisa que Seth Godin diz no livro: se você não faz com que percepção dos benefícios

da mudança sejam maiores que o incômodo de adotar uma nova solução, a mudança não vai ocorrer.

Exemplo: se eu não ficar convencido de que os benefícios de emagrecer serão muito maiores que o incômodo de praticar exercícios e controlar a comida, não vou implementar mudanças em minha rotina diária. Sabe o que é fascinante nisso? É que eu tenho plena consciência dos benefícios de emagrecer, de estar em forma física. Sei perfeitamente disso... mas a dor da solução continua sendo maior que essa consciência do benefício. Então dane-se a academia, dane-se os exercícios, dane-se o controle dos sorvetes... Qual é saída? Ainda não encontrei.

Godin também sugere que você vá em frente quando o final do Vale for visível. “Ninguém desiste da Maratona de Boston na milha 25... quem é que cai fora quando a linha de chegada é visível?”, diz ele. Gente persistente consegue enxergar a luz no fim do túnel quando outros nada veem. Ao mesmo tempo, gente esperta é realista para não imaginar luz onde ela não existe.

O exemplo que Seth dá é fascinante, especialmente quando lembramos que o livro é de 2008: se você trabalha num jornal impresso de uma grande cidade, sabe que não há luz no fim do túnel. A circulação cai a cada dia, e a maioria dos jornais não está sendo bem-sucedida em substituir a versão impressa pela online. A vida dos jornais fica cada dia um pouco pior. E cada dia que você permanece na empresa é uma má decisão estratégica, pois a cada dia você fica melhor em algo que não terá utilidade no futuro. E você fica dia a dia atrás das pessoas que estão aprendendo algo mais útil. A única razão para permanecer é a dor de curto prazo de abandonar. Os vencedores compreendem que suportar essa dor agora, previne uma dor muito maior no futuro. A dor do Vale é menor que a luz no final do túnel?



SE VOCÊ NÃO SERÁ O NÚMERO 1, ABANDONE JÁ.

Abandonar os projetos que não chegam a lugar nenhum é essencial se você quer se apegar aos projetos certos. Não dá para ter o tempo, a paixão e os recursos para ser o melhor do mundo em ambos.

Abandonar uma tática x abandonar de uma estratégia. Seth explica que não advoga que você abandone sua estratégia de longo prazo, mas as táticas que não estão funcionando.

Meu pitaco. Sun Tzu, no livro A ARTE DA GUERRA, escreveu que “todos os homens podem ver as táticas pelas quais eu conquisto, mas o que ninguém consegue ver é a estratégia”. Estratégia basicamente é o conjunto de ideias sobre o que você deve fazer para atingir seus objetivos. Conquistar mais clientes, ampliar participação de mercado numa região específica, abordar um público determinado, ampliar participação nas redes sociais, etc. A tática é a implementação da estratégia. Como farei pra chegar lá. Estratégia é pensamento, tática é ação. E nós, especialmente os brasileiros, somos os reis de partir para a ação sem perder muito tempo pensando. Seth Godin está falando em seu livro para que abandonemos rapidamente táticas que não funcionam.

O momento para procurar por um novo emprego é quando você não precisa dele. A hora de mudar de emprego é antes que o atual fique confortável. Se seu emprego é um beco sem saída, abandone ou aceite o fato de que sua carreira acabou.

Abandonar não é mesmo que fracassar. O abandono estratégico é uma decisão consciente que você toma baseado nas escolhas disponíveis. Se você percebe que está num beco sem saída, abandonar não é apenas uma escolha razoável, é a mais sábia. O fracasso, por outro lado, significa que o sonho acabou. Ele acontece quando não existem outras opções ou quando você desiste tantas vezes que consome todo seu tempo e recursos. Por isso a desistência estratégica é uma forma excelente de evitar o fracasso.

A alternativa, de permanecer com um trabalho ruim ou insistir numa atividade complicada e de pouco retorno é que você jamais chegará a uma performance excepcional. O trabalho medíocre é menos uma questão de falta de talento do que da entrada num beco sem saída.

Jamais abandone! Seth afirma que esse é um conselho espetacularmente ruim. O conselho correto é: ***“Jamais abandone algo que tem potencial a longo prazo só porque você não consegue lidar com o estresse do momento.”***

O orgulho é o inimigo. Richard Nixon sacrificou milhares de vidas quando se recusou a abandonar guerra do Vietnã. E não abandonou por orgulho. O mesmo orgulho que mantém alguém numa carreira anos a fio, mesmo depois que ela perde a atratividade e deixa de ser divertida. Ferir o orgulho nunca é fatal. Se o orgulho é a única coisa que impede você de abandonar, você está gastando tempo e recursos evitando uma dor que passará rapidamente.

TRÊS QUESTÕES ANTES DE ABANDONAR

Questão 1: estou entrando em pânico? Abandonar não é o mesmo que entrar em pânico. O pânico jamais é premeditado. Ele nos ataca, toma conta de nós, está naquele momento. Abandonar quando se está em pânico é perigoso e caro. Os melhores desistentes são aqueles que decidem antecipadamente quando vão abandonar.

Questão 2: Quem estou tentando influenciar? Se você está tentando influenciar apenas uma pessoa, a persistência tem limite. É fácil passar do ponto e transformar a persistência num incômodo para a outra pessoa. Uma pessoa ou organização se comporta diferentemente de um mercado, por exemplo. Uma pessoa tem uma agenda e uma visão singular das coisas. Para convencê-la você terá de fazer sua cabeça, o que é sempre complicado. Se você está tentando influenciar um mercado, as regras são diferentes. O mercado não tem uma só visão, é multifacetado.

Influenciar uma pessoa é como escalar um muro. Se você consegue nas três primeiras tentativas, ótimo. Se não, o muro vai parecer cada vez mais alto... Um mercado é mais uma colina que um muro. Você pode progredir aos poucos e, quanto mais alto, mais

fácil fica, já que normalmente diminui a inclinação. Num mercado, as pessoas influenciam umas às outras, portanto cada passo dado é amplificado.

Questão 3: Que tipo de progresso mensurado estou conseguindo? No caminho para o sucesso, existem apenas três situações: ou você está progredindo ou retrocedendo ou parado. Só dá para atingir o objetivo progredindo, por pouco que seja. Às vezes nos vemos presos numa situação em que é doloroso demais abandonar, então permanecemos ali estagnados, escolhendo o caminho mais fácil: não abandonar. Essa escolha é uma perda de tempo, energia e recursos, por causa do custo da oportunidade: você poderia estar fazendo algo melhor e mais prazeroso com seu tempo.

Abandonar um trabalho não é abandonar busca por uma forma de ganhar a vida ou de fazer a diferença. Um emprego é só uma tática, um caminho para aquilo que você quer de verdade.

Meu pitaco. Em minha palestra O Meu Everest, no momento em que chego ao Campo Base, mostro as fotos do local e digo para a plateia que sei qual pergunta eles farão para mim:

- *É isso?*

- *Sim!*

- *O que tem lá?*

- *Pedra.*

- *O que mais?*

- *Gelo!*

- *Dá pra ver o Everest?*

- *Não!*

- *Pô, meu, você foi pra puta que pariu pra ver uma pedreira?*

Pois é... então comento que é preciso ter na vida apenas um objetivo: viver uma vida boa. Todo o resto são ferramentas. São táticas. O meu objetivo nunca foi o Campo Base, mas a transformação causada pela viagem na direção de viver uma vida boa. Tudo que aconteceu antes e o que aconteceu depois da viagem é o que interessa. No

meio tem um Campo Base, que nada tinha para me dar. Mas sem ele não haveria a viagem...

Ao tratar o Campo Base como uma ferramenta, como uma tática, não importa que lá só tenha pedra e gelo. Nem que não dê para ver o Everest. Não foi para isso que ele serviu.

No dia a dia deveria ser igual... Quer casar? É tática. Quer um diploma? Tática. Mudar do Brasil? Tática. Arrumar outro emprego? Tática. Se você encarar essas ações como ferramentas, como táticas, trabalhando para o objetivo estratégico maior que é viver uma vida boa, não ficará decepcionado se, quando completar alguma delas, só encontrar uma pedreira.

Você e sua organização não se definem pelas táticas que utilizam, mas pelos objetivos estratégicos. Quando suas táticas deixam de ser ferramentas para ultrapassar o Vale, mas jogam você num beco sem saída, é hora de abandoná-las.

Abandonar antes de começar. Escreva aí sob quais circunstâncias você deve abandonar, e quando. E siga o plano. O ultramaratonista Dick Collins diz “Decida antes da corrida as condições que farão você parar e abandonar. Você não quer se pegar dizendo ‘minhas pernas estão doendo, estou desidratado, tô com sono, tô cansado, tá frio e ventando...’. E então decidir abandonar. Se você toma a decisão baseado em como está se sentindo no momento, provavelmente tomará a decisão errada. Defina sua estratégia de abandono *antes* que o desconforto tome conta de você.



Seth Godin encerra o livro com uma série de questões. Vamos a elas:

Você está diante de um Vale, um beco sem saída ou uma colina?

Se for um beco sem saída, como posso transformá-lo num Vale?

Minha persistência dará retorno no longo prazo?

Estou engajado com apenas uma pessoa ou organização ou minhas ações impactarão em todo um mercado?

Quando devo abandonar? Preciso decidir agora, e não quando eu estiver no meio da ação, quando uma parte de mim estiver implorando por abandonar.

Se eu abandonar esta tarefa, isso ajudará a ampliar minha habilidade de cruzar o Vale e terminar em algo mais importante?

Já que decidi abandonar e não tenho mais nada a perder, existe algo dramático que eu possa fazer para mudar o jogo?

Será que eu devo focar nas grandes empresas? Será que devo gastar energia tentando aparecer num programa de grande audiência na TV?

Qual a chance deste projeto ser o melhor do mundo?

Quem decide o que é “melhor”?

Conseguimos fazer com que esse “mundo” seja menor?

Faz sentido mandar o currículo para dezenas de empresas só para ver o que acontece?

Se eu gosto do meu trabalho, tá na hora de abandoná-lo?

Fazer nada é melhor que planejar para abandonar e partir para algo mais interessante/importante?

Se algo lhe assusta, talvez seja uma boa ideia tentar.

Somos bem-sucedidos quando fazemos coisas extraordinárias.

Fracassamos quando desistimos cedo demais.

Somos bem-sucedidos quando somos os melhores do mundo naquilo que fazemos.

Fracassamos quando nos distraímos com tarefas que não temos coragem de abandonar.



Muito bem, este foi o *podsumário* do ***O VALE - Um pequeno livro que ensina você quando abandonar (e quando seguir em frente)***, que faz parte do Café Brasil Premium. Como sempre, recomendo a você intensamente que compre o livro. Ele está repleto de exemplos, com histórias reais que reforçam os pontos levantados pelos autores, e que não utilizei neste *podsumário*.

Compre aqui: <https://amzn.to/2MMM5yr>

Para terminar, uma frase de Seth Godin

Em vez de ficar sonhando com a suas próximas férias, talvez você devesse trabalhar para ter uma vida da qual não precisa pensar em escapar.

Você recebeu este *podsumário* por fazer parte do Café Brasil Premium. De onde veio este, tem muito mais. Acesse www.cafebrasilpremium.com.br