

HSM  
**Management**

**DIRETOR-PRESIDENTE**

Marcos L. de Almeida Braga

**DIRETOR-EDITORIAL**

José Salibi Neto

**CONSELHO EDITORIAL**

Carlos Alberto Júlio, Philip Kotler, Richard Whiteley

**DIRETOR-COMERCIAL**

Sandro Magaldi

**DIRETORA DE MARKETING**

Laura Ullmann

**GERENTE DE UNIDADE DE NEGÓCIOS**

Keila Taira

**ANALISTA DE PRODUÇÃO EDITORIAL**

Tania Baartz Leite

**EDIÇÃO**

AF Comunicações

**EDITORA-EXECUTIVA**

Adriana Salles Gomes

**ARTE E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA**

HXR

**TRADUÇÃO**

Alexandra Delfino de Sousa, Fernando Moreira Leal, Ângela N. Noronha, Márcia Noronha Muniz, Paulo Roberto de Moura Lopes

**REVISÃO**

Carla Mello Moreira, Marcia T. Courtouké Menin

**LOGÍSTICA**

Walney Santos

**PUBLICIDADE**

Alessandra Oliveira

Tel. (11) 4689 6630

**ASSINATURAS**

Grande São Paulo: (11) 4689 6699

Outras Cidades: 0800 551029

Fax: (11) 4689 6698

www.hsm.com.br

Al. Mamoré, 989 - 13º andar Alphaville

CEP 06454-040 Barueri/SP

**SERVIÇO AO CLIENTE**

Alexandre Oliveira

Assinaturas: assina@hsm.com.br

Renovações: renova@hsm.com.br

**ASSINATURAS CORPORATIVAS**

Amauri Bathe

corporativo@hsm.com.br

**ALIANÇAS E PARCERIAS**

Vera Costa

parcerias@hsm.com.br

Distribuição nacional em bancas pela DINAP S/A  
Distribuidora Nacional de Publicações.

HSM Management é uma publicação bimestral da  
HSM do Brasil ISSN 1415-8868

Respaldo



**O CONTEÚDO DOS ARTIGOS É DE RESPONSABILIDADE DOS AUTORES.**

Como assinante desta publicação, você poderá receber malas diretas e comunicações online com ofertas de produtos e serviços adequados ao seu perfil. Caso prefira não recebê-las, solicitamos a gentileza de entrar em contato pelo telefone 0800 551029 ou pelo e-mail assina@hsm.com.br



# IMAGINAÇÃO VERSUS PERCEPÇÃO

**“P**recisamos de uma ‘economia regenerativa’, que funcione como a natureza, sem desperdício”

Essa afirmação é de Peter Senge, em entrevista a Jorge Carvalho, coordenador do portal HSM Online (página 50). “Temos de desistir da economia e investir em uma paraeconomia, em que o mercado seja apenas um dos enclaves.” A frase vem da conversa de Ricardo Neves com nossa editora Adriana Salles Gomes, no *Pensamento Nacional Acadêmico* (página 32). Senge e Neves parecem concordar que as empresas se mostram hoje as organizações em melhores condições de liderar essa urgente mudança de rumo, mas, como precisam reinventar-se e são comandadas por gestores, eu me permito mais uma citação: “As pessoas em melhores condições de reinventar a gestão não são os gestores”. Esta foi copiada de Gary Hamel, no pingue-pongue da seção *Direto ao Ponto* (página 8).

Como o leitor pode notar, um parágrafo com apenas três momentos desta **HSM Management** bastou para sintetizar a encruzilhada em que nos encontramos: temos de reinventar a gestão, para que a gestão reinvente a sociedade, um desafio muito maior do que uma crise financeira, mesmo uma de alcance planetário como a atual. E qual a maneira de fazer isso?

A meu ver, a única resposta possível é que a reinvenção comece pelos gestores e isso crie um efeito domi-

nó. Afinal, se não se desapegarem do passado, como os gestores brasileiros conseguirão criar um modelo de negócio que se baseie na inteligência coletiva, como explica Eric Schmidt, o CEO do Google, em sua entrevista (página 114)? Como cruzarão a transformadora fronteira dos negócios *mobile*, tratada no *Dossiê* (página 75)? Como manterão a competitividade global na era da computação nas nuvens (página 58)?

E como o gestor pode se reinventar? Acredito ter encontrado uma pista da solução na entrevista com o neurocientista Gregory Berns (página 64). Ele diz que o cérebro tende a imaginar a partir de percepções familiares. Então, é preciso forçá-lo a sair desse modo “preguiçoso”. E é com surpresas que se faz isso: quando se vê diante do desconhecido, o cérebro desenvolve novas imagens com que trabalhar. Aí ele “junta desordenadamente velhas ideias e novas imagens para criar uma síntese inédita”, explica Berns.

Deixar-se surpreender não é um exercício gratuito para gestores, portanto. O embate entre imaginação e percepção tem a ver, em última instância, com a missão maior de reinventar o mundo em que vivemos. Por isso, na HSM, somos também provedores de surpresas –nesta revista, no portal, em nosso canal de televisão, nos eventos, na ExpoManagement, que começa no final de novembro.

Marcos Braga



A HSM é líder mundial em educação executiva. Há mais de 20 anos trabalhamos antecipando necessidades de conhecimento, vinculando ideias inovadoras a experiências bem-sucedidas e estabelecendo o vínculo entre os executivos e os principais conteúdos mundiais do *management*.



anúncio

