

# Escravos do espelho

**C**ELEBRIDADES são indivíduos famosos por serem... famosos. A conhecida frase tem origem no livro *The Image guide to pseudo-events in America*, publicado em 1962 pelo historiador Daniel J. Boorstin (1914-2004). É prudente frisar que o termo celebridade tem sentido pejorativo e se refere àqueles que atingiram reconhecimento popular sem nenhum mérito. Por razões que a própria razão desconhece, e um empurrão das mídias de massa, o termo tornou-se, com o passar do tempo, não apenas algo positivo, como também uma condição almejada por almas penadas das mais variadas latitudes.

As celebridades contemporâneas costumam ser geradas nos meandros da tevê, do cinema, da música, da moda e dos esportes. Elas vendem cosméticos e estilo de vida, comida natural e sonhos; O mundinho corporativo também tem seu quinhão de celebridades: são os superexecutivos, frequentadores das capas de revistas de negócios. /

Em um número recente, a revista científica *Academy of Management Learning & Education* traz uma curiosa revelação. Um artigo de autoria de Jacqueline Z. Bergman, James W. Westerman and Joseph P. Daly afirma que uma análise histórica com estudantes universitários norte-americanos mostrou que o "índice de narcisismo" atingido pelos norte-americanos supera o de indivíduos de outros países e já se aproxima daquele encontrado em amostras de estrelas de cinema, ganhadores de competições de *reality*, tevê e músicos populares. A média é alta e vem crescendo. E, pior, a situação é ainda mais crítica entre estudantes de administração de empresas.

**O narcisismo, explicam** os autores, é usualmente relacionado a atitudes e comportamentos que se destinam a manter ou fomentar um *self* grandioso, embora vulnerável. Narcisistas crônicos são incapazes de controlar sua autoestima e buscam atividades que reforçam seu inflado senso de importância. Quando sua fachada de superioridade é ameaçada, sentem-se envergonhados e humilhados. Para evitar esses sentimentos, eles (ou elas) costumam culpar os outros por suas limitações e falhas.

Bergman, Westerman e Daly lembram que há várias maneiras para se "formar" um narcisista, mas que geralmente a criação é fruto de uma combinação da educação dada pelos pais com influências sociais. O historiador e crítico social norte-americano Christopher Lasch (1932-1994), autor de *A Cultura do Narcisismo*, publicado em 1979, já afirmava que a juventude de seu país estava se tornando excessivamente autocentrada,

consumista, materialista e imediatista. Recentemente, a psicóloga Jean M. Twenge cunhou o termo *generation me* para se referir a uma geração paparicada pelos pais e pelos professores.

Valores associados ao materialismo, ao consumismo e ao narcisismo parecem ter destaque nas escolas de administração. Estudantes narcisistas, informam os autores, tendem a exibir comportamentos preocupantes. Eles (e elas) são arrogantes e têm dificuldade para aceitar opiniões contrárias às suas, trabalham mal em equipe e costumam assumir o crédito pelo sucesso e culpar seus pares pelo fracasso. Ainda: têm também dificuldade para aceitar críticas e menosprezam tarefas que julgam não estar à altura de seus predicados.

**Estudantes narcisistas** podem ser bem-sucedidos em atividades de curto prazo, especialmente as que envolvem situações de competição e exposição em público. Com isso, podem obter boas avaliações. No entanto, seus traços comprometem resultados mais consistentes, em prazos mais longos. Tais comportamentos poderão facilitar sua entrada nas empresas, mas prejudicarão seu desempenho e dificultarão sua permanência.

De fato, muitas empresas locais já conhecem de perto a praga da *generation me*: seus jovens recrutas vêm de boas universidades, são articulados e extrovertidos. Expressam-se com assertividade e parecem saber o que querem. No entanto, diante de trabalho real, mostram-se confusos e sem iniciativa; reclamam demais e fazem de menos. Quando ascendem a funções de liderança, costumam analisar pouco e decidir com pretensa firmeza, correndo riscos desnecessários. Quando acertam, exibem os louros; quando erram, terceirizam o prejuízo.

Se o ambiente permitir, continuarão indefinidamente com seu jogo de cena, impressionando incautos e galgando postos. Bergman, Westerman e Daly sugerem que as escolas de administração deveriam tratar de forma mais direta o problema, e dão alguns conselhos. Entretanto, muitas dessas escolas se tornaram elas próprias tão narcisistas que deveriam tratar antes a si mesmas, antes de tentar ajudar seus ambiciosos e desorientados pupilos. •



**Estudo revela: alunos de Administração estão se tornando tão narcisistas quanto celebridades do cinema e da tevê. Pior para eles, pior para as empresas**