



LíderCast.com
Liderança & Empreendedorismo na veia!

Alexandre
Correa

LíderCast 120 – Alexandre Correa

Um empreendedor de uma pequena cidade do interior, que monta uma estrutura para atender a grandes empresas nacionais na área de pesquisas de mercado. Uma história que mostra que você pode crescer sem sair do interior.

Oferecimento Albaugh Brasil

**Mude Sua Opinião
Sobre os Genéricos**

Quer proteção para a sua lavoura com rentabilidade de verdade? Conte com a Albaugh nessa parceria. Estamos do seu lado!

 **Albaugh**
Your Alternative™

Luciano: Bom-dia, boa-tarde, boa-noite. Bem-vindo, bem-vinda a mais um LíderCast, o podcast que trata de liderança e empreendedorismo com gente que faz acontecer. No programa de hoje, falo com **Alexandre** Correa, um empreendedor, mas é um empreendedor assim lá no interior do estado, numa cidade pequena para média, e que decide um dia que pode voar muito mais alto, e hoje está à frente de uma empresa que trabalha com nada menos que pesquisa para grandes clientes em todo o país. Muito bom, cara. Este não é um programa de entrevistas, não tem perguntas programadas, nem roteiro definido, é um bate-papo informal com gente que faz acontecer, que vai para lugares onde nem eu e nem o meu convidado imaginamos. Por isso eu não me limito a fazer perguntas, mas eu dou os meus pitacos também. Você entendeu aí? Isto aqui não é uma entrevista, é um bate-papo. O LíderCast é lançado por temporadas. Os assinantes da Confraria Café Brasil e do Café Brasil Premium têm acesso imediato à temporada completa assim que ela é lançada, os não-assinantes receberão os programas gratuitamente, mas um por semana. Para assinar, acesse o cafebrasilpremium.com.br.

Muito bem, mais um LíderCast. Vamos lá, como é que essa figura veio parar aqui. Isso aqui é um caso de LinkedIn, me acompanha no LinkedIn, manda uma mensagem, a gente blá-blá e aí me conta, eu desenvolvi um trabalho relacionado à XPTO, não sei o que. Eu falei, meu, isso aí pode dar história do LíderCast, topa? Topo, uai. E aí foi só acertar a agenda. Então vocês acabaram de descobrir mais uma forma de vir participar do LíderCast, ele se oferece. Olha só, três perguntas, aquelas fundamentais que você já sabe, eu quero saber seu nome, sua idade e o que é que você faz.

Alexandre: Pois é, estou eu aqui, o oferecido, não é? Meu nome é **Alexandre** Correa Lima, eu tenho 47 anos de idade, eu faço um monte de coisa. Tenho até medo de falar isso, porque eu fico imaginando que as pessoas possam me ver como um pato. Sabe o pato, que corre, nada, voa, canta e não faz nada disso direito.

Luciano: Faz tudo mais ou menos.

Alexandre: Mas enfim, eu tenho uma empresa de pesquisa. Pesquisa de mercado de opinião pública, que acho que é minha atividade profissional primária. Também sou palestrante, dou palestra pelo Brasil sobre tendências de mercado, comportamento do consumidor, inovação, essas variantes que derivam da minha atividade profissional. Minha mulher tem uma agência de viagens, então eu também ajudo lá. Faço parte de

um centro de voluntariado. Toco guitarra, mais ou menos, numa banda retrô dos anos 80. Jogo tênis no final de semana, quando dá, com os amigos. Escrevo para alguns jornais e revistas, crônicas ou artigos técnicos. Já escrevi um livro, estou escrevendo meu segundo. E talvez disso tudo o mais importante é que eu sou o pai do Cássio e do Tarik.

Luciano: *Maravilha. E nas horas vagas ouve podcast.*

Alexandre: *E nas horas vagas ouço podcast, isso aí. Principalmente quando eu estou na Dutra, que é o que eu mais faço.*

Luciano: *Isso aí. Você nasceu aonde?*

Alexandre: *Eu nasci em Curitiba.*

Luciano: *Oh, cara, Curitiba está na moda, bicho.*

Alexandre: *Antes nascer em Curitiba do que ficar preso em Curitiba.*

Luciano: *De lá vêm coisas assim. De lá vem Sérgio Moro e vem Gleisi Hoffmann, ou seja, Curitiba tem de tudo que você puder imaginar.*

Alexandre: *Mas eu saí de lá criança, cheguei a morar no Rio, Sorocaba, Manaus, Lorena, enfim, rodei bastante.*

Luciano: *O que o seu pai e sua mãe faziam ou fazem?*

Alexandre: *Bom, meu pai e minha mãe biológicos sempre tiveram uma relação muito conturbada. Então eu acho que minha mãe fazia faculdade no Paraná, foi por isso que eu nasci lá, enfim. Meu pai, originalmente é de Manaus e ele era comerciante. Era, porque está aposentado. E quando eu era ainda criança, minha mãe se separou e aí o meu padrasto morava aqui em São Paulo, em Sorocaba, a bem da verdade. E aí ele vivia entre Rio e São Paulo, era representante comercial, tinha uma indústria de embalagens. Até que alguém ofereceu, ele era louco por cavalos, alguém ofereceu para ele uma chácara lá perto de Cruzeiro, de Lorena e, como ele já estava desacelerando, achou aquilo legal e aí foi, acabei indo para o Vale do Paraíba por uma contingência, porque eu não tenho parentes, hoje eu tenho, porque minha mulher é de lá, meus filhos são de lá, mas acabei indo parar lá por essa contingência.*

Luciano: Tem irmãos?

Alexandre: Eu tenho quatro irmãs lá, uma irmã por parte de mãe e três irmãs por parte de pai. E minha irmã mora hoje, uma das irmãs, no Rio e outras três em Manaus, tudo espalhado aí pelo Brasil.

Luciano: Então com qual pai você conviveu? Com o pai biológico ou com o padrasto?

Alexandre: Eu vivi muito mais com o padrasto.

Luciano: Que era representante, era da área de vendas, então.

Alexandre: Ele era da área de vendas, representante comercial. Ele tinha uma pequena indústria de embalagens.

Luciano: Era dele?

Alexandre: Dele mesmo. Ele tinha representação, mas depois dessa representação migrou para ter uma indústria de embalagens plásticas.

Luciano: Eu faço essas perguntas para buscar, eu quero saber quando você olhava a pessoa que era a sua orientação, o que ela era? Se é o empreendedor, eu já sei como é que você cresceu, se é um funcionário público, eu já sei, se é um advogado. Então quando você fala, tinha um empreendedor na tua vida, o 'véio' era um empreendedor.

Alexandre: E era muito empreendedor. Aliás, apesar da gente ter tido uma relação um pouco conturbada, mas eu posso dizer que a primeira matriz de conhecimento de business vem dele. Enfim, comecei a trabalhar muito cedo, com 10 anos de idade, não por necessidade, era um lar de classe média, típica classe média, mas ele tinha por filosofia, era descendente de espanhóis, começou a trabalhar com 9 anos, falava, se começa a trabalhar cedo, é assim que a banda toca, enfim e me colocou muito cedo para trabalhar na fábrica. Eu trabalhava lambendo o chão mesmo, põe para limpar o banheiro, para passar pano de chão, não que precisasse, mas como filosofia aquilo era válido.

Luciano: E você se arrepende disso?

Alexandre: Não, acho muito legal. Em alguns aspectos assim, pode ser que tenha me parecido talvez um pouco prematuro, hoje em dia com essa filosofia que protege

demais, mas eu acho que eu consegui extrair muito mais coisas positivas do que negativas. Hoje em dia eu vejo as pessoas, eu não gosto de ficar julgando ou fazendo juízo de valor, mas me parecem tão moles, parece para mim tudo moleza, "ah, vida! Oh, céus!" E, para mim, sabe esse negócio de trabalhar e estudar? Sempre tão normal.

Luciano: *Vai bater uma laje. Vai capinar um terreno.*

Alexandre: *Então era assim, eu estudava, depois eu ia para a fábrica, ou fazia coisas assim tipo de chão mesmo, de faxina, ou então ele tinha as embalagens plásticas e a própria embalagem da matéria-prima, eu tinha que abrir aqueles sacos, era uma espécie de costura industrial, porque esses sacos serviam para embalar o produto final depois. Era um serviço bem básico e depois, muito tempo depois é que eu fui para o escritório. E eu via o exemplo dele, apesar de a gente não ter tido uma relação muito pai e filho, nesse sentido talvez tenha um certo buraco aí, mas do ponto de vista de exemplo empresarial, ele não tinha tempo ruim. Dirigia caminhão, acordava 5 da manhã, dirigia 600 km, voltava, o homem era um trator para trabalhar, sabe? E muito empreendedor, ele ia vendo oportunidade. A gente ia para Ubatuba, sei lá, passava lá 5 dias, no segundo dia ele estava vendo se não podia fazer uma rede de sorveteria, vendo oportunidade de negócios. Então é muito possível que nesses anos de formação isso tenha exercido alguma espécie de influência sobre mim.*

Luciano: *O que o Xandinho queria ser quando crescesse?*

Alexandre: *Ah, difícil, não é? Enfim, as primeiras coisas que eu lembro, quando criança eu pensava ser astronauta. Eu era simplesmente alucinado por avião. E é engraçado que os meus filhos hoje são completamente loucos por avião, em parte talvez influência da agência que eu e minha mulher, a gente tem, de viagem, então veem a gente viajando, se influenciam um pouco por isso, mas eu tinha um completo fascínio por esse negócio de outros mundos, de espaço, não é? E para um menino que vivia no mundo da lua, eu acho que era bem apropriado. Eu via uma coisa meio assim, depois, ali na adolescência, que é quando de fato você precisa responder aquela pergunta, o que você quer ser quando crescer, eu me lembro que foi uma escolha meio difícil do que fazer, mas eu só sabia de três coisas: eu gostava de ler, de escrever e de falar. Mas isso era muito óbvio, eu gosto de ler, gosto de escrever e gosto de falar, de argumentar. Então o que eu achava que eu queria fazer mais, no ensino médio era jornalismo ou economia, mas poderia fazer direito, que tinha a ver com ler, escrever e falar. Sabia,*

evidentemente, que eu não queria nada no sentido de medicina, isso era óbvio que eu não queria. Mas aí eu fui cair no tiro de guerra, no serviço militar obrigatório aos 17 anos e não tinha como escapar daquilo. Então eu tinha que fazer uma faculdade que fosse geograficamente perto de mim, não tinha nenhuma facilidade, como hoje tem aquelas vans fretadas e tal e aí, do que estava próximo de Cruzeiro, dessas universidades que tinha, a única que eu podia conjugar com o exército, não perdendo aquele ano e que tinha fama de boa era direito. Então eu fui fazer direito porque dentro desse rol de coisas que podia ser, de humanas, de economia ou jornalismo, que estava numa distância mais ou menos factível e que tinha fama de ser uma boa universidade era o direito, então eu fiz direito por causa disso.

Luciano: *Formo-se em direito?*

Alexandre: *Formei em direito.*

Luciano: *Quer dizer que você tem um diploma de direito por falta de opção?*

Alexandre: *Meio que sim, mas olha, Luciano, hoje eu olho, você aos 16 anos de idade, 17, você saber o que você quer fazer para o resto da sua vida é quase crueldade. Hoje você tem YouTube, você tem informação, você tem uma miríade de fontes de informação, mas naquela época, final dos anos 80, início dos anos 90, sei lá, era muito difícil, você não tinha um referencial muito evidente. Na realidade, o radar estava certo, era ler, escrever e falar, mas saber na mira assim é...*

Luciano: *O pessoal me pergunta, sempre tem um pessoal me perguntando, meu filho quer fazer propaganda, ele não vai ganhar dinheiro com isso, o que eu faço? Eu falo, olha, se eu tivesse a cabeça que eu tenho hoje e pudesse voltar a ter 17 anos e pudesse fazer a minha escolha lá, sabendo o que eu sei hoje, eu teria feito um curso de administração de empresas e depois uma pós daquilo que eu quero fazer, entende? Primeiro administração de empresa, eu pegava uma base para falar a língua dos índios, eu vou aprender a falar a língua dos índios, aprendo a falar que nem eles e aí eu escolho uma pós, então eu vou numa pós em marketing, uma pós em qualquer coisa que eu quisesse, mas buscando primeiro uma base forte. E a base forte na época e acho que continua, eu continuo batendo nessa tecla ainda hoje, é administração, não para trabalhar como administrador, mas porque eu posso ter uma visão geral do que acontece, não é? E isso evitaria essa escolha maldita, o que é que você vai ser quando*

crescer e a escolha lá atrás e, de repente, lá na frente você não tem nada a ver com aquilo que você se formou, não é? Aliás, o direito deve ter dado para você uma base maravilhosa e você trabalha hoje com tudo o que não tem nada a ver com direito [inint][00:11:27].

Alexandre: *Sendo muito Polyana, eu tento extrair daquela fase alguma coisa, capacidade de expressão, conseguir se colocar do lado de lá, acho que quem faz direito tem que estar sempre olhando os dois lados da balança, capacidade de expressão, mas de fato hoje eu não teria feito. E não é nem porque eu me senti infeliz naquele curso, sabe? O que eu senti era o seguinte, não é ruim, é legal, fala, se expressa, mas não é isso, entendeu? Tipo assim, pode até ser no campo das humanidades, mas isso na veia não é, entendeu? E é muito engraçado, por exemplo, hoje eu sou palestrante, sou palestrante também, mas na época eu não me ofereci para ser orador da turma, tinha os dois que se ofereceram, e a turma falou não, é você que será o orador. Eu falei, não, nada a ver, até porque eu era um pouco bagunceiro, tinha boas notas, mas era meio bagunceiro. E na época eu já estava meio sabendo que eu não ia exercer aquilo, então eu me sentia meio que intelectualmente desonesto eu ser o orador da turma, já achando que estava enveredando para marketing, para essas coisas, já achando que eu não ia exercer, fiquei, devia pôr alguém genuinamente imerso nisso.*

Luciano: *Quando você pegou o diploma na mão então, você já saiu de lá sabendo que não é isso. Não vou arrumar um emprego num escritório de advocacia, nada disso.*

Alexandre: *O que aconteceu, eu gostava muito de música e aí numa viagem eu comprei um pequeno estúdio, eu gostava de compor música, uma paixão que já vinha de quando era adolescente e comprei um microestúdio, um estúdiozinho, uma mesinha Tascam, que você põe fita cassete, enfim, um microestúdio, porque eu gostava de compor músicas. Aí daqui a pouco um amigo falou, olha, você compõe música, faz um jingle para a minha firma, cria um jingle para mim. E nisso eu já estava fazendo direito, porque tinha feito concurso para o Banco do Brasil, tinha passado no concurso do Banco do Brasil e aí comecei, fiz esse jingle para ele, achei legal, faço música e ainda ganho dinheiro. E tocou numa emissora de rádio, que era uma emissora de rádio tradicional da região, do vale e aí começaram a ligar para a rádio, nossa, ouvi aquele jingle, quem fez o jingle? Dá o telefone dele. E começou a surgir uma demanda inesperada, isso no segundo ou terceiro ano de direito, entendeu? Então no meio do*

ano eu comecei a ter uma coisa paralela, nada a ver com direito, que era produzir jingles e tal, que eu fazia meio que como um hobby, porque gostava de música. Eu fazia direito e era funcionário concursado do Banco do Brasil.

Luciano: Você chegou a trabalhar no Banco do Brasil?

Alexandre: Fui funcionário concursado no Banco do Brasil. E aí um amigo da GV na época chegou para mim, ele queria meio que virar sócio meu, louco, aí falou assim "**Alexandre**, você tinha que fazer pesquisa, porque ao invés de simplesmente vender o jingle, você chegava para o empresário e falava assim: olha, os horários que o seu público-alvo mais ouve são esses, a emissora de rádio é aquela, o perfil do seu público é isso, estão satisfeitos, não estão satisfeitos. Você tem que agregar, vender só o jingle é pouco". E ele, o Clóvis, me convenceu disso, falei, você tem razão. E comecei a comer tudo quanto é literatura que você imaginar, porque eu sou meio obsessivo quando quero uma coisa. Comecei a falar, acho que ele tem razão, vou começar a entender esse negócio de pesquisa. Banco do Brasil, fazendo jingle, comecei a estudar pesquisa e comecei a oferecer meio que como um apêndice, como um acessório do jingle. E aí, quando eu vi depois, ao final do curso de direito eu estava no banco, mas já achando que ia sair do banco. Fazia direito, mas já começando a me apaixonar por marketing, por pesquisa, por tendência, por consumo. E eu falei não vou parar essa faculdade no terceiro ano, no quarto, eu vou concluir essa faculdade. Até porque o banco me pagava razoavelmente bem à época, eu também ainda estava meio assim. E aí o que acontece, quando eu estava acabando a faculdade, eu já meio que senti, direito é legal, acho que até poderia exercer essa profissão, mas acho que tem coisa que me apaixona mais. Sabe aquele sopro de brisa que bate da beira do abismo? Você sabe que não é a opção mais segura. Aí quando eu falei vou sair do Banco do Brasil e não vou exercer direito, as pessoas falaram você é louco, você vai comer o pão que o diabo amassou.

Luciano: Essa era a pergunta, que idade você tinha?

Alexandre: É uma ideia de jerico.

Luciano: Que idade você tinha?

Alexandre: 21, 22, sei lá. Por aí, eu acho.

Luciano: Quer dizer, concursado no Banco do Brasil, que não era qualquer concurso, era o Banco do Brasil.

Alexandre: Eu ganhava bem, na época.

Luciano: Com os benefícios de Banco do Brasil, quer dizer, tem uma renda de molecada hoje em dia que só pensa nisso e você decide abrir mão disso tudo aí. Está bom, 21 anos de idade, cara, você tem toda a irresponsabilidade do mundo para chutar isso tudo. Como é que você chegou em casa e deu essa notícia para o pai e a mãe?

Alexandre: Ah, bom, acho que minha mãe já conhecia um pouco e minha mãe me sentia um pouco libertário, mas assim o círculo próximo falava, isso é uma loucura, isso é uma ideia de jerico, você vai comer o pão que o diabo amassou, você vai largar o certo pelo totalmente duvidoso e você não vai dormir em paz, não vai ter mais tranquilidade. E as pessoas falaram tudo isso e no fim das contas sabe o que aconteceu? Comi o pão que o diabo amassou, não tive mais paz, foi uma ideia de jerico, mas tinha uma razão.

Luciano: E você se arrepende de ter tomado aquela decisão?

Alexandre: De jeito nenhum, foi a melhor asneira que eu já fiz. Porque apesar de tudo isso é um baita aprendizado e é muito difícil você viver uma vida na qual você não é você, entendeu? Então aquela coisa de carimbar formulário, eu sou um cara muito adaptável, não é tanto que fosse morrer de infelicidade dentro do banco, mas, de novo, igual o direito, não era aquilo, eu até poderia ser bancário bem-sucedido, tudo indicava que eu ia ter uma carreira legal, promissora, o banco era um bom ambiente, mas não era aquilo que eu queria, entendeu? E as pessoas tinham razão, ainda mais aonde eu estava, no meio do Rio-São Paulo, porque uma coisa é você estar dentro de São Paulo ou dentro do Rio, estar no meio do caminho do Rio-São Paulo era a pior merda que podia acontecer, você estava a 220 km de uma e 220 km de outra.

Luciano: Um mercado totalmente restrito, as opções para trabalhar.

Alexandre: E os comerciantes da época, que era para quem eu tentava vender o meu serviço, tudo empresa familiar, que tinha vencido no peito, você não tinha esses grandes grupos varejistas que trouxeram uma ótica mais competitiva, mais de um business estruturado, da importância do marketing. Eles falavam, eu não preciso disso,

a vida inteira eu ganhei dinheiro, a receitinha de bolo de antigamente funciona e talvez eles tivessem alguma razão naquele contexto. Então foi muito difícil, as pessoas tinham razão, era uma ideia de jerico, mas isso me deu resiliência, me fez aprender e aprender de um jeito que ninguém aprende, não é só no livro, é ali na prática, no dia a dia, sabe.

Luciano: *Apanhando.*

Alexandre: *Apanhando degrau por degrau.*

Luciano: *Você montou uma empresa então?*

Alexandre: *Montei uma empresa.*

Luciano: *Você montou a sua empresa. Eu saio do Banco do Brasil para a minha empresa constituída, meu estúdio de criação ou de pesquisa, o que era?*

Alexandre: *Na verdade, era jingle que eu comecei a expandir. Jingle e pesquisa, aí criei a Mind, era comunicação e era pesquisa. Depois de alguns anos eu dividi, ficou uma Mind empresa só de comunicação e uma Mind empresa só de pesquisas, eu fundi. E há cerca de dois anos desativei a área de comunicação tradicional, fiquei só com a área de pesquisa, por todas as mudanças, enfim e também já 20 e tantos anos, sabe.*

Luciano: *Mas a empresa nasceu lá?*

Alexandre: *Nasceu lá.*

Luciano: *Então você começa com uma empresa de comunicação numa cidadezinha do interior, não era nem cidadezona, era cidadezinha.*

Alexandre: *Não, só 80 mil habitantes.*

Luciano: *Que marketing em cidade do interior é complicado.*

Alexandre: *Na época tinha uns 60 mil habitantes. Muito difícil.*

Luciano: *Mas e aí, cara, a expectativa desse negócio, tinha aquela ideia daqui eu vou pular para São Paulo, ou vou pular para o Rio, vou para algum lugar? Qual era o objetivo teu no médio, longo prazo?*

Alexandre: *O objetivo era esse, era crescer, eu achava que com grandes ideias, grande serviço a gente ia evoluir, mas no fundo era uma coisa não muito estruturada, assim*

não tinha um business plan, não tinha nada do tipo, era meio vamos que vamos, amanhã eu faço isso melhor.

Luciano: *Tinha sócio?*

Alexandre: *Tive um sócio, inicialmente, sempre fui mais eu, mas tive um sócio que depois não durou muitos anos, um grande amigo meu, Samuel, um cara bacana, mas depois, por N razões que às vezes acometem as sociedades acabou não dando certo e eu fiquei sozinho, como estou até hoje. Mas depois eu fui achando meus nichos e o nicho talvez mais duradouro e que me funcionou melhor, pelo menos até 2009 assim, que foi quando a gente teve o maior impacto da crise econômica internacional dos Estados Unidos que bateu aqui foi o B2B de indústrias, sabe. Atender indústrias foi mais ou menos um nicho em que eu me achei.*

Luciano: *Lá, sempre lá.*

Alexandre: *Lá, mas aí a gente começou a virar regional.*

Luciano: *Então, mas é isso que eu quero explorar. Eu quero explorar um pouco essa tua... isso é bem interessante, tem muita gente que nos escuta que está lá, nos 'lás', não está na grande cidade, está na cidade pequena e tem aquelas escolhas para fazer. Cara, como é que eu vou seguir uma profissão que eu sei que na região aonde eu estou, ela não é valorizada, como é que eu vou dizer, porque as pessoas simplesmente não sabem que precisam, como é que eu vou vender para um cara um negócio que ele não sabe que precisa? Quer dizer, é uma briga em dobrado, primeiro você tem que ser o evangelista, que é para mostrar para a pessoa o valor do que você faz, para despertar nela o desejo de experimentar. Mesmo quando isso acontece, cara, os valores são sempre pequenininhos, é um projetinho pequenininho, ganhando um dinheirinho com uma empresinha, que inho, inho e não cresce. Como é que você lidou com isso aí, cara? Deixe ver se eu consigo elaborar melhor isso aqui. Você tinha um limite ali muito claro, era você crescer ou você começava a ir embora para outras áreas, para outras praças, ou você aumentava o valor do que você fazia, o que numa cidade pequena do interior era difícilimo de fazer. Como é que foi a tua olhada de falar, cara, daqui eu tenho que crescer?*

Alexandre: *Olha, esse início da Mind, deve ter sido lá por 92, 93, eu devo ter saído do banco lá por 97, por aí, mas desde 92, 93 já estava vendendo o jingle. E era inho-inho,*

dinheirinho, resultadinho etc. e tal e que eu ia porque era um apaixonado, se desse zero, eu ganhava mais do que eu precisava no banco, já tinha uma poupança, nunca fui um cara de hábitos extravagantes, sempre morei com a minha mãe. E aí o que acontece, mas aí chega um ponto, eu falo, mas espera lá, já tenho 20 e tantos anos, já estou me aproximando dos 30 e chega uma hora eu falo, trabalho que nem louco, vivo na estrada. Sabe quando bate a real assim, as pessoas tinham razão, isso é uma ideia de jerico, isso não vai dar em lugar nenhum, fui um burro, fui um tosco, no banco eu estava trabalhando de 9 to 5, não é? Entrava às 10, saía às 5 da tarde. As pessoas tinham razão, preciso ter vida, preciso ganhar dinheiro, daqui a pouco eu quero ter minha casa e esse negócio não dá dinheiro. E aí eu cheguei à conclusão: só vou ganhar dinheiro com quem tem dinheiro. E vi alguns comerciantes, empresas pequenas ali, eu falo, ou eu transformo eles em milionários, o que é bem pouco plausível considerando aonde eu estou, a estrutura e a própria mentalidade de alguns comerciantes, que estão felizes onde estão, ou não vai dar certo. E aí eu fiz duas coisas, em primeiro lugar falei eu vou descobrir onde eu consigo, num raio acionável para mim, não adiantava arrumar cliente em Nova York naquela época, hoje talvez até você consiga, eu vou atrás de onde tem dinheiro. Mas eu pus um deadline para mim, eu falei cara, você está próximo de fazer 30 anos, eu me lembro disso, falei, o seu aniversário é 23 de janeiro, sei lá, de 2001, não lembro mais, quando você fizer 30, se você não tiver transformado isso num negócio, com cara de negócio, você sai, você fecha esse negócio. Eu tomei uma decisão comigo mesmo, eu estava, sei lá, a dez meses de fazer 30 anos, mais ou menos isso, eu pus um deadline para mim. E de alguma forma eu já tinha tanta dúvida de que aquilo desse certo que me lembro que comprei uma apostila, eu falei, os seus parentes tinham razão, não devia ter saído do banco, comprei apostilas para FTN, que é auditor fiscal do tesouro nacional, porque volta para o plano A, volta para aquele primeiro plano, volta para fazer um concurso público, paciência, não dei certo como empresário. E eu comprei, me lembro que comprei as apostilas para auditor fiscal do tesouro nacional, falei já vou até deixar aqui porque a julgar pela retrospectiva esse negócio não vai dar certo mesmo. Mas, em paralelo, como eu me comprometi comigo mesmo a tentar, tentei. Lá tinha uma indústria do ramo automobilístico, a maior, uma indústria grande. E falei, será que eles não fazem nenhum serviço de comunicação?

Luciano: *Que indústria era?*

Alexandre: [inint][00:23:49] é uma indústria automotiva, faz chassis para caminhonete, são um grupo grande. E eu falei, eu conheço algumas pessoas lá de dentro, sei que eles têm alguma coisinha de endomarketing, devem fazer catálogo e as pessoas me conhecem, mas tudo fazendo com agência de São Paulo, sabe e aí comecei a prospectar. Tinha uma outra indústria de pisos lá, que exportava, chamava Novopiso, que aliás foi essa indústria de pisos que fez o meu primeiro jingle, foi ela e era um cara amigo da minha escola do ensino médio, só que depois o grupo foi vendido, eu já não tinha mais muito contato com esse grupo que tinha assumido a Novopiso. E aí no Banco do Brasil eu atendia um empresário, muito capengando ainda, que era um fornecedor da Embraer. Falei, vou atrás de indústria, porque indústria os budgets são maiores, sai um pouquinho dessa coisa do pequeno comércio, do inho. Vamos para a indústria de uma vez, vamos para quem atende a Embraer e parece quase mágico assim, nesse deadline que eu me dei, ou vai ou racha, eu tenho dez meses para fazer esse negócio virar uma empresa ou fecho, essa indústria me chama, fala ok, estamos fazendo com alguém de São Paulo, vamos fazer um teste com você, faz uma edição, eles tinham uma newsletter, um informativo interno. E aí tinha uma emissora de rádio, eu fui fazer um curso no Sebrae chamado Projeto Visão, porque queria ampliar minha visão de business, de negócios, de gestão, porque eu só tinha de direito e aí lá eu conheço o diretor de uma rádio angustiada, que queria fazer pesquisa de audiência e não tinha como pagar o Ibope, que era caríssimo. Ele me propõe, “**Alexandre**, estou querendo fazer uma pesquisa de audiência, que legal que tem alguém aqui que conhece um pouco de pesquisa. Vamos fazer o seguinte, a gente está pagando alguém para desenvolver um software, mas eu não tenho metodologia nenhuma de pesquisa, eu te dou o software, eu te pago um cachê menor, você executa a pesquisa para a gente?” E as coisas foram acontecendo, **Luciano**, parece mágica. E tudo o que não aconteceu, sei lá, em oito, dez anos, em dez meses a indústria chama a gente, começa a pedir serviço, aquele pequeno fornecedor da Embraer começa a deixar um monte de contato com a Embraer e começa a crescer, e começa a demandar, e começa a ganhar dinheiro. E aquela indústria de piso que eu te falei, a Novopiso abre um escritório nos Estados Unidos, começa a fechar contrato. Quando eu vi, a gente era o responsável por fazer todo o material de marketing para eles, dos Estados Unidos, de embalagem, de anúncio, advertising, PDV, tudo. Então não sei, só sei que foi assim, mas num momento em que eu estava quase jogando a toalha “as pessoas tinham razão, isso foi a maior

ideia de jerico”, quando eu coloco um deadline, eu falo, desse jeito não dá, assim não vai dar.

Luciano: Mas não foi só o deadline, você botou o deadline e também mudou o perfil de cliente que você estava procurando.

Alexandre: Mudei, aquele inho não daria certo nunca.

Luciano: E você bateu na porta de um cara que ele ia perguntar onde é que é teu escritório, quantos funcionários você tem, deixe eu ver o teu cartão de visita e você não tinha p* nenhuma.

Alexandre: Não tinha nada, que era tudo muito pequeno.

Luciano: E aí bota a cara e dane-se, como é que é?

Alexandre: Nesse sentido, a regionalidade ajuda um pouco. Por exemplo, a AGS, que era a empresa que eu atendia, que era um conhecido da Embraer, ele me conhecia do Banco do Brasil, então a gente tinha uma relação de fidúcia, o **Alexandre** me atendeu naquela parte de conta pessoa jurídica. Então tinha uma relação de confiança. Algumas dessas pessoas que trabalhavam nessa outra grande indústria também me conheciam, eles estavam cientes de que eles estariam trocando, de repente, sei lá, um prestador de serviço de São Paulo por outro um pouco menor, porque ia ter mais proximidade deles, de repente, eu fazia um custo menor também, então eu acho que eles fizeram... eu acho que esses clientes meus assumiram riscos que pareciam controláveis para eles. Também depois que uma prestação de serviço foi de fato boa, isso foi subindo, crescendo.

Luciano: Uma história interessante. Isso é história de empreendedor bem brasileiro. Mete a cara aí, cara e vamos ver se dá.

Alexandre: Vai, tropeça, levanta, esfola o joelho.

Luciano: É isso aí. Mas aí, cara, aí você precisa alçar voos maiores ainda, você já está na região, trabalhando ali, você casou nesse período?

Alexandre: Sim. Meu filho vai fazer 8 anos e aí minha mulher, a gente já está junto há mais de 20 anos e aí eu acabei me fixando, criando mais raízes ainda ali em Cruzeiro, embora, sendo honesto, eu até tenho um amigo que brinca comigo, fala, você não vive

em Cruzeiro, você vive na Dutra, porque eu não tenho clientes lá, basicamente hoje, agora que eu decidi só por pesquisa, meu cliente hoje é em São Paulo. Antes de vir gravar o podcast, eu fui numa reunião com um cliente daqui e depois eu tenho reunião em São José dos Campos, em Campinas.

Luciano: *Mas você está baseado lá, a tua empresa é lá.*

Alexandre: *Estou baseado lá. É, sim.*

Luciano: *Que tamanho tem a tua empresa? Quantos funcionários você tem?*

Alexandre: *Hoje tem cerca de dez funcionários.*

Luciano: *Lá em Cruzeiro.*

Alexandre: *É, diretos, porque indiretos é um pequeno exército, porque a gente usa muita mão de obra de campo, mas hoje em dia é tudo terceirizado, faz mais sentido para o negócio.*

Luciano: *E você focou então em pesquisa, o teu negócio hoje é pesquisa.*

Alexandre: *Hoje é pesquisa e palestras, vamos dizer assim. Aquela etapa três.*

Luciano: *Sim. Deixe eu explorar um pouquinho o negócio de pesquisa, porque isso é fascinante, ainda mais em tempos de Datafolha. Em tempos de Datafolha, cara, em tempos de eleição. Você já chegou a fazer pesquisa política? Faz política também?*

Alexandre: *Sim, a gente faz, porque tem uma coisa do interior que é o seguinte, se você tem empresa em São Paulo, você é especialista no segmento saúde, aí você só faz pesquisa no segmento de saúde, quem está no interior, meu amigo, você não tem direito de ficar escolhendo, não, a demanda não é tão grande assim a ponto de você falar “vou fazer só”, não dá para você “nichar” tanto. Então como eu tinha um posicionamento regional, hoje eu atendo grupos multinacionais e tal, meu amigo, apareceu pesquisa eleitoral, você faz eleitoral, pesquisa de audiência de rádio, você faz pesquisa de audiência de rádio, então é como é, como a banda toca. Então a gente fez e faz, sim, muita pesquisa de opinião pública eleitoral. O livro que eu lancei ano passado inclusive é sobre pesquisa de opinião pública.*

Luciano: *Como se chama o livro?*

Alexandre: *Pesquisas de Opinião Pública. Teoria, Prática, Estudos de Caso.*

Luciano: *Que é uma coisa fascinante, me fascina demais. Aliás, tem uma literatura muito grande mundial a respeito da questão de pesquisa e tem um lance maravilhoso que, para mim, eu acho que um dia, daqui a algum tempo alguém vai ter que parar e sentar para escrever um livro e vai ser Pesquisas AT e DT, antes de Trump e depois de Trump, porque aquilo que a gente assistiu acontecer ali com as pesquisas dando que o cara morreu e o cara vai e leva e ninguém entende direito o que aconteceu. Vamos falar um pouquinho de pesquisa aí, que interessa esse assunto aí, vamos lá. Eu quero falar um pouquinho não da técnica da pesquisa, porque aí a gente vai entrar em minúcia, que não é o caso aqui, eu quero falar um pouquinho da imagem que as pesquisas de mercado acabaram construindo delas próprias no Brasil, ao longo dos últimos anos, logo quando eu falei para você, em tempos de Datafolha. Virou uma coisa ideológica, não é? Quando você fala a pesquisa diz isso, metade do Brasil diz isso é bobagem, não acredito, isso é ideológico, isso foi manipulado etc. e tal e ao mesmo tempo toda a imprensa usa aquilo como ferramenta. É muito cedo para fazer pesquisa, cara, não é hora ainda, não vai dar isso, mas está todo mundo falando a respeito, tanto que virou uma indústria, não é? Isso é uma coisa gigantesca. Como é que você lida hoje? A tua demanda é uma demanda dos marketeiros, é o pessoal de marketing que vem te procurar porque quer lançar um produto e quer conhecer o perfil do público, ou seja, uma coisa que não lida com paixões, que lida com resolver um problema para a pessoa? Como é que é isso? Como é que você lida com isso?*

Alexandre: *Eu faço pesquisa de mercado. Você está falando especificamente de opinião pública eleitoral?*

Luciano: *É isso aí. Eu quero saber como é que você lida com a pesquisa, deixe eu formular um pouquinho melhor, eu quero a pesquisa que não lida com paixão. A pesquisa eleitoral é paixão, tanto que tem aquela história toda, que eu vou votar no Bolsonaro, mas se você perguntar para mim, eu não vou dizer que é, porque eu tenho vergonha e não vou dizer, vou te dizer outra coisa qualquer. Então são paixões envolvidas lá. Mas a pesquisa é uma ferramenta que está muito além da questão da paixão, não é?*

Alexandre: *Ferramenta estratégica.*

Luciano: É isso aí. Como é que é você lidar com essas coisas, quando tem essa diferença? A pessoa vai lançar um produto, ou vai eleger um candidato, aqui é paixão e aqui é praticidade. É a mesma coisa?

Alexandre: Não, não é. Em primeiro lugar, falando especificamente da de opinião pública, porque às vezes eu faço pesquisa, sei lá, um supermercado quer saber se o cliente dele compra nele por que, quem não compra, não compra por quê? Enfim, basicamente ele quer melhorar o negócio dele. Quer que eu resolva um problema, o problema é: por que eu estou perdendo vendas naquele segmento, por que o meu concorrente vende mais para a classe C que eu? Enfim, quase sempre tem uma origem de uma dor dentro da empresa. A não ser quando são aquelas pesquisas burocráticas, porque eles são obrigados a medir satisfação por alguma norma de qualidade. Essa especificamente de opinião pública tem diversos compradores. Por exemplo, a gente faz pesquisa para algumas afiliadas Globo regionais, que precisam medir como manchete, como matéria jornalística. Às vezes para algum jornal, porque como você falou gera muita curiosidade, vende mais jornal então eles querem saber. Às vezes é alguém tipo o publicitário, o assessor do candidato que quer saber, será que ele está bem, não está bem, em que bairro ele está melhor, em que bairro ele está pior. Quando são dessas pessoas, que já têm um viés técnico, isso é meio que desprovido de paixões. E eu vejo muito a minha pesquisa como um raio-X, não pertença a time nenhum, não estou torcendo para time nenhum, eu sou só um porta-voz ou intérprete do que o eleitorado pensa, diz, acha naquele dado momento, naquela dada sociedade. Essas pessoas que lidam mais profissionalmente, tipo um assessor; um publicitário, normalmente eles conseguem tirar o fígado da análise, porque a análise fica burra. Parte de não entender o que aconteceu com o Trump, por exemplo, é porque tinha muito fígado na análise.

Luciano: Paixão.

Alexandre: Paixão. E a paixão não te permite avaliar concretamente o que está acontecendo.

Luciano: Tem uma frase deliciosa, diz que quando a paixão entra pela porta da frente, a razão sai pela porta de trás.

Alexandre: É. Por isso que é tão difícil a gente julgar os nossos filhos, por exemplo, porque tem amor envolvido, então o capeta é o vizinho, não o meu filho, o inferno são os outros, não é? Então quase sempre essas paixões são colocadas ou tenta-se colocar de lado, mas é muito difícil, você apresenta e o candidato está mal, ele fala, não é o que eu sinto nas ruas, isso deve estar errado. E quando isso vai a público, por exemplo, eu detesto divulgar quando vêm essas pesquisas, porque é uma loucura, "essa pesquisa é furada, é fajuta, não existe". Sabe o que eu acho, **Luciano**, é assim, certas coisas não fazem sentido. Por que as pessoas têm medo de andar de avião? Porque não faz nenhum sentido, aquele treco com 500 toneladas de lata subir e ficar a 1000 km por hora cruzando um continente no meio do oceano, não tem nenhum sentido, a gente que olha aquilo fala, isso não faz sentido. Amostra não faz sentido, esse negócio de que você entrevista 2000 pessoas e você pode dizer o que 170 milhões pensam não faz nenhum sentido, é muito anti-intuitivo. Então eu acho que as pessoas tendem a desconfiar das pesquisas por N razões, a primeira é que isso não faz muito sentido, quem olha de fora é como um avião voar, algo me diz que vai dar errado, esse negócio do avião voar não parece, parece meio mágico, amostras é um negócio meio mágico.

Luciano: Para quem não é do ramo e está ouvindo a gente aqui, essa questão da amostra é uma coisa interessante, quer dizer, você tira um determinado número de pessoas e, matematicamente, ou pelo teu estudo, você já sabe quantas pessoas eu vou ter que conversar para poder extrapolar a opinião dessas pessoas para um grupo muito maior. Então essas pesquisas de opinião de eleição que a gente escuta para falar de quem vai ser eleito presidente da república falam com 2500 pessoas. Dessas 2000, 2500, a gente extrapola para o resultado de 100 milhões votando nas urnas. Você olha para aquilo, como é que 2000 pessoas podem me dar o resultado que eu consigo extrapolar para um milhão? Aí é que está a técnica e o segredo da pesquisa. Eu faço muita coisa, as minhas pequenas enquetes que eu faço aqui no podcast, eu fiz agora para o Café Brasil Premium e tudo o mais, botei uma pesquisa e eu tenho um número mágico, para o meu universo, o meu pequeno universo do **Luciano** Pires com 70 respostas eu tenho o resultado dos 500, 700, 800 mil caras que vão, toda vez, com 70 respostas eu já sei o que vai dar, com 70 eu já matei o final, não vai mudar muito mais, sabe, eu posso ampliar à vontade, os 70 já me deram o caminho ali. E quando você extrapola isso, realmente fica complicado e você escuta ninguém nunca me perguntou nada, eu nunca fui perguntado por um cara do Ibope, nunca na minha vida eu conheci

alguém que foi perguntado, como é que esses caras vêm aqui me dizer? Então é essa escuridão, esse buraco-negro é que cria toda essa, transforma um negócio que é uma ferramenta científica.

Alexandre: *Com suas limitações muito claras. São dois erros, um primeiro é essa coisa de achar que a pesquisa é tudo fajuta, que não existe, isso é mentira, é uma ciência, se for feita técnica e moralmente correta dá muito próximo do que é. E o segundo erro é o contrário, achar que pesquisas são oráculos, bolas de cristal infalíveis. Pesquisa de opinião, Luciano, a gente não está medindo reagentes químicos, que você mistura CO com oxigênio, com sei lá o que e você sabe num tudo de ensaio, muito claramente que aquele reagente vai ter sempre aquele comportamento. A gente está mexendo com cabeça de gente, com cabeça de pessoas, num país de baixa escolaridade, com um nível de politização abaixo do rasteiro, onde você não tem solidez. Nos Estados Unidos você ainda tem meio que um estabilizador, que é a inclinação ideológica, que lá isso garante alguma estabilidade. As pessoas democratas tendem a se comportar como democratas ao longo da vida, as pessoas republicanas tendem a se comportar... e aí você tem um pêndulo ali que não é muito. No Brasil é todo mundo pêndulo quase, porque a gente não tem o lastro ideológico que nos oriente. Aqui, assim como na religião, um sincretismo em que você pratica várias religiões ao mesmo tempo, na política, você é liberal na economia e conservador nos costumes, você é de direita num comportamento, mas de esquerda noutro. Então aqui é muito mais difícil. Então acho que a primeira coisa que o instituto tem que ter, eu falo isso no meu livro é a humildade de saber que a gente está num campo que é fascinante, mas altamente falível e que aquilo não é uma bola de cristal. Não é se eximir da responsabilidade que aquilo tem de tentar descobrir um cenário, mas tem que entender que a gente está tentando interpretar pessoas, essas pessoas têm um nível de volatilidade, ainda mais numa matéria tão complexa, tão complicada, ainda mais com a matéria-prima política que o Brasil tem. Então acho que o primeiro ponto é: baixe um pouquinho a bola e assuma que esse método tem limitações e que você não é um oráculo.*

Luciano: *E você falou uma coisa importante no começo, quando você falou de você cuidar do moral, que é o grande nó da questão hoje, quer dizer, quanto disso é usado para manipular, quanto disso é usado como ferramenta. Até na formulação da pergunta você já embutia a resposta a que você quer chegar lá e aí dá espaço para discussões gigantescas. Eu tenho visto algumas pesquisas que aparecem aí que você*

fala, meu, mas com essa pergunta que foi feita você não pode obter outro tipo de resposta, quer dizer, no formular a pergunta você induziu o sujeito lá. Então é possível virar realmente uma ferramenta, não só de doutrinação, mas de manipulação das ações. E o pessoal fala bom, que mal tem isso? Cara, tem todo o mal do mundo porque uma pesquisa errada porde implicar em medidas a serem tomadas de política pública. Eu vou escolher aonde eu vou botar o dinheiro baseado numa pesquisa que foi feita de maneira meio torta, então tem que ter um certo cuidado aí. Qual é a proposta de valor, quando você vai vender o teu trabalho para os teus clientes, o cara que te chama já sabe o que está comprando? Vamos pensar o seguinte, há um tempo atrás você falava de pesquisa: está na moda, vamos fazer. Hoje em dia, o cara quando te chama, ele sabe o que ele está comprando, ele sabe que "eu preciso de uma pesquisa", ou ainda é muito o cara do marketing querendo arrumar uma referência?

Alexandre: Dar uma tangibilidade para o trabalho administrado por ele.

Luciano: Isso, tentar pegar que o valor dele seja reconhecido. Como é que isso acontece hoje?

Alexandre: Olha, hoje em dia se tem muito mais consciência, eu estou ampliando, falando de pesquisa num sentido muito mais amplo e não só de opinião pública, muito mais consciência de que a gente está num mercado competitivo e que informação de qualidade é matéria-prima para você tomar boas decisões. Você mesmo fala, você coleta informações para essa pesquisa porque essa informação é útil para você subsidiar seus negócios, seu planejamento. Então existe uma consciência um pouco maior, mas a gente está longe do nível de consciência, sei lá, dos americanos que fazem pesquisa para tudo, que já têm introjetado. Até porque eles têm essas paranoias do show me the money, do ROI, do retorno sobre o investimento, então eles são mais aficionados por métricas. Então eu acho que entre chegar nesse preciosismo americano, não estamos lá, mas já saímos muito da era paleozoica de "não precisamos de informação". O que eu me posiciono, você falou de entrega de valor, são duas coisas, a gente é meio que uma alfaiataria de pesquisa, eu não tenho pesquisa de prateleira, isso é legal. Todo mundo que faz pesquisa conversa comigo, eu sou o dono, já tenho alguma estrada, um quarto de século de estrada andando nisso daí, que posso conversar com ele, eu uso toda essa experiência que eu já tive com uma carteira diversificada para tentar desenhar tailor made um projeto de pesquisa que seja

adequado para ele, com um bom custo-benefício, normalmente. Eu não tenho, por exemplo, a abrangência nacional de um grande instituto, que tem escritórios em todas as capitais, mas vou conseguir entregar um trabalho de inteligência, de análise, apurado para ele, é muito mais customizado, acho que é essa a entrega de valor. E sobretudo é essa coisa, uma paranoia que eu sempre tive é: que problema você quer que eu resolva? Por que você quer fazer uma pesquisa? Acho que essa é a primeira coisa que eu pergunto: por que você quer fazer uma pesquisa, o que eu vou resolver, que respostas você quer que eu te traga? Ao ponto de se eu achar que é impossível trazer aquele tipo de resposta, eu falo, desculpe, isso é irrespondível através de uma pesquisa. E eu acho que é isso que eu me posiciono. Até porque a gente está vivendo num mundo que está cheio de captação de dados, não é, **Luciano**? Antigamente, você precisava sair coletando dados, hoje em dia você vê as métricas naturais, o cartão de crédito deixa rastro, sua navegação na internet deixa rastro, seu GPS deixa rastro. Ou seja, a gente está produzindo dados de pesquisa, talvez o que falte seja analistas dessa pesquisa, fazer essa soma amorfa de dados, desse vômito desvairado de dados, elas fazerem sentido, você conseguir contar uma história através dela e resolver seus problemas, porque coletar dados, tudo coleta dados hoje em dia. Então talvez esteja faltando análise, inteligência para entender como esses dados se interconectam com o problema da sua empresa, da sua organização.

Luciano: É, essa coisa da internet tem dois nichos que, para mim, são fundamentais e que a gente dizia que é do futuro, não é do futuro nada, cara, isso é coisa de agora, já é imediato aqui. Primeiro é alguém capaz de selecionar, no meio dessa loucura de informação que tem aí, aquela que te interessa. Bicho, eu não posso passar o dia inteiro aqui, pesquisando milhares de coisas, será que tem alguém aí que pode me escolher, desses milhares as cinco, seis, sete, dez coisas fundamentais? Que é um trabalho interessante, que eu acho que tem um nicho gigantesco aí para surgir no mercado, e já tem gente ganhando dinheiro com isso, que é fazer trabalho de curadoria, eu sou teu curador, ok? Então quando você quiser falar de política, fala comigo, que eu já limpei a barra e já trouxe para você as opiniões importantes, os livros que interessam e tudo o mais, é um trabalho de curadoria. E outro trabalho é esse da interpretação, que eu não quero só ver o fato, eu queria uma opinião, eu queria ouvir uma opinião a respeito. Quem é que tem, capaz de pegar os fatos que estão por aí e me dar uma visão que eu não tive e que não precisa ser igual à minha. Aliás, eu não quero alguém que fale aquilo

que eu quero ouvir, eu quero alguém que me dê uma opinião de um ponto de vista que eu não tinha visto, porque cara, por esse ângulo eu fui incapaz de ver. E isso tem um valor gigantesco, que está começando a ser ampliado, porque isso era atributo da mídia, era do grande jornalista, era a opinião que o jornalista tinha, era um professor que tinha na sala de aula e agora está na mão da gente, aperta um botão na internet, você tem milhares de caras, até YouTuber de dez anos de idade dando opinião e tentando influenciar o jeito que você vê o mundo. E nessa hora é que começam a ficar importantes os trabalhos que se realizam no mercado hoje em dia para você refinar a capacidade de julgamento, de discernimento e tomada de decisão das pessoas, que é a base do que eu faço. Se me perguntam, o meu trabalho é feito para ajudar as pessoas a refinar a capacidade de julgamento e tomada de decisão. Quando você refina isso, o resto tudo sai na urina.

Alexandre: É verdade.

Luciano: Então eu acho que essa é uma visão que falta para muita gente. Eu estou preocupado em buscar dados, me dê dados, me dê a pesquisa, aí chegam os dados, o que eu faço com eles agora?

Alexandre: Eu estudei pesquisa nos Estados Unidos uns anos atrás e uma coisa que eles enfatizaram muito, que eu fiquei um pouco surpreso e um pouco feliz é que nos Estados Unidos, que é meio que a meta, eles estavam falando muito isso, o provedor de pesquisas não pode ser mais um entregador de dados, ele tem que ser um resolvidor de soluções. Não basta você falar eu vou te descrever o abacaxi, o abacaxi tem uma coroa assim espinhosa e ele é amarelado, com tons de laranja. Isso não serve mais, você tem que explicar, descascar para o cliente, fatiar, ou seja, eu fiquei um pouco feliz, falei puxa, isso já está um pouco no meu DNA, lá atrás eu já via que não podia entregar um monte de tabelas, gráficos e planilhas, tinha que ir além disso: por que "cazzo" você contratou essa pesquisa? Não podem ser 200 folhas encadernadas que você põe numa estante, tem que ter uma razão lógica, prática para você gastar esse dinheiro. E é muito isso, a tendência é essa, porque a gente está afogado em número, afogado em informação, então assim como a gente deve consumir alimento que não nos faz mal, a gente tem hoje essa cultura, informação é a mesma coisa, o problema já não é mais adquirir a informação, antigamente a gente tinha que ir atrás de livro, de revista na banca, o problema hoje é você selecionar, você ser um curador desse conhecimento.

Porque, sabe o que acontece? Você muda a banda do celular ou da internet para 2G, 3G, 4G, 37G, mas você não muda as 24 horas do seu dia, isso continua comprimido em 24 horas, você tem um tempo para dormir, então você precisa ser muito seletivo nessa informação que você adquire. Nesse sentido, os curadores de conteúdo, como você é, Café Brasil o que é? O cara fala, eu vou assistir porque eu sei que ali vai ter um bom conteúdo, o **Luciano** é legal, ele sabe conduzir, traz conteúdo interessante, atualizado. Essa curadoria é fundamental porque a internet traz um monte de coisa, mas traz lixo no meio também e uma coisa que você não recupera é o tempo, o tempo que você ficou consumindo lixo não volta mais.

Luciano: Deixa eu te botar numa saia justa agora. Você falou um negócio lá atrás, tudo o que você fala aqui, eu pego, não passa batido, não.

Alexandre: Que medo!

Luciano: Você falou um negócio lá atrás interessante, que "eu parei tudo com a parte da comunicação tradicional e foquei na parte da pesquisa". Por que você parou com a parte da comunicação tradicional, cara? Aonde é que o bicho estava pegando?

Alexandre: Foi uma série de fatores, acho que vinha um lento descontentamento com a atividade, como se a minha alma fosse lentamente se descasando daquela atividade, sabe, lentamente ela vai saindo daquela atividade. Resultados declinantes, cada vez mais esforços para cada vez menos resultado, do ponto de vista de gestão financeira, operacional mesmo.

Luciano: E você está falando do que, de fazer o jornal interno, de propaganda, de imprimir material para os caras, do que você está falando?

Alexandre: É, porque olha só, a agência de propaganda sempre tem alguns papéis. Um papel, que é o papel morto do intermediador, ele é um middle man, é o intermediário entre a mídia e o anunciante. É um papel complicado, porque os intermediários com a internet estão morrendo e porque boa parte das mídias tradicionais estão perdendo o naco que eles tinham na divisão do bolo. Então esse é um papel ainda existente, mas declinante. O segundo papel era de dar acesso a uma empresa a serviços que normalmente eram de uma especificidade que era impossível para ele: criar banner, um logotipo etc. e tal. E esse abismo que separava o desejo da execução diminuiu. Você mesmo me falou aqui que você é capaz de criar o seu logotipo. Ou seja, hoje em dia

you have tools to do your own site, you do your own flyer. Back then it was very complex you put an ad in a traditional media, you had a format, you had to be [inint][00:49:30]. Today you do your post on Facebook, they give you metrics, they do A/B testing, or rather, part of this toolset, which was a bit of a con, has become more open, or rather, your role as an intermediary has lost a bit of space, the role of the toolset still exists but is much smaller and, of course, the agency has a role as a narrative builder, as a positioning, a more complex job that continues to exist.

Luciano: *That's the part of strategy planning.*

Alexandre: *The planning, the strategy, the business intelligence, but a big part of this input that justified the agencies, it's not ending, obviously, it's not going to end, but it's being compressed. And maybe, Luciano, I think that as a stage of life, you know, it consumes, who works consumes a lot. I was having a lot of realization in other areas. Today, looking back, maybe I think that I was too hard on time, I stayed too long, I think that I was too attached to people, I had a great team, I was wearing the shirt. Then I think that I realized that I would be able to reallocate everyone here or there, in short, because I closed without having to close. It was a profitable operation, I had a reserve, I closed because I saw that it was only going to get worse, I only anticipated that. And a lot because I think that my soul was already not so much connected to this. I think that it has to do with family, with the arrival of children. I was always very workaholic, very much, work is everything for me. With the arrival of children, you know when you start to think, I need to be more selective, I need to stop and think more, so what, what's the meaning of all this? What's the point, I have three guitars and I don't play any because I don't have time, I have a library full of books and I don't read any because I don't have time. You have an hour to talk, for what? I'm running behind, then you start to realize that you're going to have more of life by taking things out of your life. But it was a very difficult decision, I counted on the support and orientation of some friends, of coaches, because in the rational part I already knew, I knew, not with that attachment, but in the end I already knew that it was a decision of selectivity that would be better. I still have a lot of activities and I've come back to a point, in the last few years, of learning. It's very strange, the desire to learn, to study, I signed up for an EAD. In short, you know when you're willing to consume content, to produce, I've come back to a point of*

sair do operacional, do dia a dia da companhia, do outdoor, do flier, do folder. Então acho que isso tudo somado acabou me fazendo tomar a decisão. Um lado racional, de que vem comprimindo as margens da receita, piorado pelo fato de eu estar onde eu estava, mas ao mesmo tempo, sabe, um desejo de dar uma reinvenção na própria carreira, de se desafiar de novo, de sentir o cheiro da brisa fresca do abismo, não falei? Assim como eu fiz no banco, falar, legal, mas eu estou a fim de pegar outro desafio e dar uma outra vertente, mas sem despirocar também, não fiz nada que não estivesse com a minha matriz essencial, continuo ali com a atividade de pesquisa, tudo. Mas foi uma coisa meio de ser mais seletivo, de dar mais foco na atividade que eu sinto um pouco mais de identificação e que me parece mercadologicamente onde eu posso ter um retorno potencial para as horas e para a energia que eu invisto.

Luciano: Você não tem medo de perder o teu negócio para um robô?

Alexandre: Eu acho que essa possibilidade existe.

Luciano: Os robzinhos vão chegar aí, o cara senta lá, aperta quatro botões, o robô faz a pesquisa em dez minutos e entrega para ele. Como é que você lida com essa ameaça?

Alexandre: Agora, assim essa ameaça é uma ameaça do planeta Terra, não é, **Luciano**? Qualquer coisa pode ser substituída por um robô. Antigamente a gente achava que o robô ia substituir o trabalho de apertar parafuso. Hoje em dia, não, o robô vai substituir, dizem, que uma das profissões, olha que loucura, mais ameaçadas pela tecnologia, que é piloto de avião, que o avião vai ser pilotado muito melhor se ninguém enfiar a mão nele. Então hoje em dia todo mundo está sujeito a isso, então você tem que abraçar mudança, se reinventar, você tem que ter empreendedorismo e "apreendedorismo", tem que ter capacidade de apreender esses desafios. Você, pelo que eu sei da tua trajetória, você já foi um executivo, também jogou as coisas, foi buscar seus Everests, mergulhou nos seus abismos e se reinventou, como eu estou fazendo um pouco disso. Esse risco existe, mas eu vou ser um analista, eu vou ser um palestrante, vou voltar a lavar banheiro de fábrica de novo, farei algo.

Luciano: A única coisa, o pessoal pergunta também isso para mim, eu falo, a única coisa que me deixa tranquilo é o seguinte, traz o robô que você quiser aí, cara, esse robô não vai tomar decisão como eu tomo. Ele é incapaz de tomar uma decisão, porque ele não vai conseguir olhar no olho da pessoa, ver o suor descendo aqui, ver a ação

corporal, ver a mão nervosa, sentir a temperatura, pegar o humor etc. e tal. Eu acho que um dia talvez até ele chegue lá. Aliás, me mostraram agora, eu fui para os Estados Unidos participar de um evento grande de palestrantes e os caras levaram, teve uma parte lá que foi de novas tecnologias e o cara mostrou uma tecnologia lá que é de chorar, que eles botam uma câmera atrás do palestrante filmando a plateia e essa câmera tem um software, um sistema dela que lê expressões do povo na plateia. Então ela consegue mapear a expressão do povo e pela expressão facial do povo, ela passa um toque para o palestrante, dizendo, meu, ninguém gostou da piada, os caras estão incomodados, bicho, a turma está perdendo interesse. E ele faz isso lendo, subiu a sobrancelha, uma ruga qualquer mudou. Como assim, cara? Isso vai me dar uma ferramenta maravilhosa que, por outro lado, é totalmente fake, não é? Porque ela vai, é como a televisão, fica vendo a televisão, o cara fica de olho no lobo lá, está caindo, faz alguma coisa, então vira aquela coisa horrorosa o programa, que você fala, meu, mas por que tanto tempo para dar a notícia? Por que ele não fala logo o que é? Porque não pode, porque se ele falar, vai derrubar a coisa lá, não é? Até outro dia eu estava lendo um outro material, que eu acho que até comentei isso num dos programas aqui, falando da Amazon, que a Amazon botou o Kindle no ar e você tem o Kindle lá e quando você está lendo o livro, você consegue sublinhar, você marca aquele texto que te interessou no livro. Só que o teu Kindle está conectado na Amazon, então tudo o que você faz lá sobe e aí você consegue abrir o livro, na hora de comprar e ele te dá as principais coisas que a maioria do povo sublinhou, então o trecho mais sublinhado foi esse. Se você fizer um trabalho de inteligência nesse processo todo, você consegue ter uma receita de um best-seller. Dá aqui tudo o que os caras fizeram, eu consigo ter uma receita e eu vou escrever um livro que vai vender um milhão. E a hora que você faz, não é bem assim. Não foi só o pedaço que o cara sublinhou, cara, tem uma amarração, bicho, tem uma história contada aí, teve alguém que botou uma certa inteligência, você tem que ter veia correndo para fazer, sabe. E eu acho que por isso é que eu fiz questão de um programa como esse aqui, que nós estamos fazendo. **Luciano**, por que você não grava por Skype? Porque eu não posso fazer isso que eu estou fazendo com você aqui, eu não tenho como ver você se mexendo aí e monitorar. Então, o meu medo do robô, eu acho que eu vou morrer antes de ele me apavorar.

Alexandre: E tem algo mágico, **Luciano**, no poder do aleatório, do randômico, sabe, que a vida proporciona isso. Eu sou uma loteria genética, a gente tem um monte de

pares de cromossomos que ninguém tem como "pré-determinar", eu fico com medo dessa inteligência artificial ao mesmo tempo deixar tudo um mainstream só, tudo homogêneo, previsível. Parte da graça está no imprevisível, no imponderável, eu fico com medo a hora que o algoritmo regular tudo e ficar tudo muito certinho, talvez perca a graça.

Luciano: Você já pensou um jogo de futebol onde o juiz não erra?

Alexandre: Eu acho que é por isso que a Fifa não deixa, porque tem que ter polêmica. Parte da graça é você reclamando, o mi-mi-mi no dia seguinte, foi pênalti, não foi. Eu acho que tem que ter um pouco desse aleatório, esse imponderável faz parte da vida. Então um pouquinho de caos no meio da ordem, acho que assim a gente pode dar um tempero especial, ou gerar variações interessantes, inusitadas. O que é a criatividade? Acho que a dificuldade do algoritmo criar coisas realmente inusitadas é que ele sempre vai procurar no lógico e aquilo que nos surpreende é muitas vezes aquilo que surpreende o lógico, que foge à regra cartesiana das coisas. Você vai nesses chefs, eles põem manga com tapioca, com sei lá o que, porque ninguém poria manga com tapioca com carne desfiadas, sei lá.

Luciano: Racionalmente, isso não deveria ser feito, não é?

Alexandre: Isso, racionalmente, não. Aí vem um maluco, sabe e faz um negócio que foge à regra e aí esse imponderável, esse toque de surpresa nos surpreende. Então ao mesmo tempo em que as coisas previsivelmente certas podem ter sua função em organizar o caos do mundo, eu acho que parte da nossa evolução vem do caos. Aliás, se não viesse um meteoro aqui e estabelecesse o caos 65 milhões de anos atrás, possivelmente a gente não estaria fazendo o podcast, ou seria o **Luciano** tiranossauro, o **Alexandre** Rex aqui, sei lá, mas a gente precisa um pouco de caos para dar um sabor extra nas coisas da vida. Então eu tenho medo dessas coisas muitas certinhas de algoritmo também.

Luciano: O que você acha que vai acontecer agora nas eleições aqui? O que você está vendo acontecer aí? Não quero saber em quem você vai votar, não me interessa quem vai ganhar, quero saber o seguinte, no processo que está acontecendo no Brasil agora, nós estamos vivendo um processo eleitoral que, para mim é diferente de tudo o que a gente já viu até agora. Ele é totalmente diferente, tem correntes novas chegando, tem

correntes velhas morrendo, tem conexões sendo feitas que a gente nunca pensou que iam acontecer, tem um histórico de uma garotada está assistindo aqui agora que ninguém nunca tinha visto, tem gente presa etc. e tal. Isso vai dar alguma coisa que ninguém sabe direito o que é. Você com as suas pesquisas, que faz esse trabalho, o que você está vendo acontecer, o que você acha?

Alexandre: Eu acho que essa é uma das eleições mais difíceis e imprevisíveis das últimas décadas, o que é quase um clichê, mas é verdade mesmo. A gente sempre teve, no Brasil, um quadro relativamente polarizado entre o PT e o PSDB e a gente vê esses outros dois partidos meio que em frangalhos. Historicamente, quando um partido vai muito mal, outro cresce, mas desta vez não. PT e PSDB, os dois sendo dissolvidos, até porque eles pertencem à mesma realidade, eles pertencem ao mesmo quadro deteriorado. Mas ao mesmo tempo tem um traço distintivo muito grande em relação às outras eleições, que é o seguinte, não tem nada para pôr no lugar. A impressão que eu tenho é que o eleitor está em busca de um modelo, de um candidato que ele não encontra na prateleira do supermercado político, não há o que ele quer. Isto mostra o hiato de líderes que o Brasil viveu, seja por essa polarização acéfala, o nível do debate está muito raso, está muito ruim, está muito horroroso e já não é de hoje, **Luciano**. Assim, se você for olhar as campanhas de 2010, 2014 foram campanhas muito ruins, muito vazias, não é de hoje. E esse absoluto divórcio, a prática política totalmente desalinhada, quase como se fossem autistas em alguns aspectos, mas ao mesmo tempo eu acho que é na acidez dessas grandes crises que a gente pode surgir com um país melhor. Hoje a gente tem, acho que quem ganha as eleições são os nulos e brancos, é quem tem maioria.

Luciano: Pois é.

Alexandre: Não é? Nulos e brancos.

Luciano: Tem um dado que ninguém considera muito bem, que se você voltar para a última eleição e for ver, a Dilma ganhou por 51% dos votos. Meu, bota em números absolutos, quanto dá isso? Quanto dá, cara? Deu, o que, deu 38, 40 milhões de votos. Espera aí, mas a base é cento e pouco, ou seja, oitenta e tantas milhões de pessoas não votaram nela. E ela ganhou para presidente com um percentual de votos que é ridículo, quando você põe em cima de toda a base e a gente não faz essas contas. Então 58% para mim, então são 58 milhões de votos. Não são, cara. São trinta e poucos milhões e

ninguém presta atenção nisso, você faz a discussão em cima dos grandes números, ou seja, com 38 milhões de votos eu ganho eleição no Brasil. Por quê? Porque tem outros 38 milhões que não vão votar, que não apareceram e que jogaram a base de comparação do percentual lá para baixo, o piso caiu, foi para baixo.

Alexandre: *Isso aconteceu em muitos municípios, em muitos estados. E é muito engraçado, a gente vê disrupção em todo lugar, não é, Luciano? O mercado de táxi está sendo disrupcionado pelo [inint][01:03:08] vai fazer uma disrupção na indústria hoteleira, a indústria da música virou, as bolachas de vinil, tudo virou [inint][01:03:15], agora é tudo binário. Enfim, tudo foi disrupcionado, mas a política parece que ficou congelada numa era paleozoica aí, então acho que isso tudo precisa mudar. Mas ao mesmo tempo é pela via democrática e política que você resolve essas equações, a negação da política, a não-política ao mesmo tempo é o totalitarismo. A gente não teve experiências na história da humanidade muito bacanas com o totalitarismo, com o absolutismo. Precisa mudar o jeito que se faz política no Brasil, que é totalmente desalinhado de boas práticas, do que o país precisa. Eu acho que estão faltando líderes à altura do nome, assim líderes com postura de líder, com estofo de líder, com capacidade de líder e isso não é uma matéria simples, não, sabe, porque você precisa ter um atributo moral, você precisa ter um atributo técnico, você precisa ter um atributo político, você precisa ter instrumentos partidários para ser minimamente competitivo, você precisa ser carismático. O cara precisa querer.*

Luciano: *E tem mais um problema ainda, que é como é que você vai mostrar isso para o povo?*

Alexandre: *Exato. Um baixo nível de escolaridade.*

Luciano: *Como é que você vai mostrar isso para o povo? Você vê o exemplo agora, nós estamos nas eleições, apareceram alguns candidatos interessantes, você tem o João Amoêdo no Novo, você tem o Flávio Rocha aparecendo ali, tem caras que não são do meio e que estão aparecendo ali agora, como é que você apresenta esses caras para o povo? Como é que você mostra? Não tem como mostrar, não tem como aparecer. A mídia não mostra e mesmo quando ela mostrar, ela vai mostrar o que interessa a ela. Ou seja, mesmo as pessoas que poderiam estar com eles não vão, porque não vão conseguir ver nenhuma característica dessas, nenhum atributo desse aí. Quem vai ver? Um pentelho que nem eu, que vou procurar, que vou pesquisar, que vou atrás, que*

mexo, entro na página do cara, questiono o cara, questiono o outro aí no fim eu formo a minha opinião, mas, cara, esse sou eu, que tem o privilégio de ter estudado, de estar conectado aqui. O Zeca, o Zezinho lá, que está preocupado se vai conseguir pagar o almoço dele amanhã, ele não tem nem caminho para procurar. De novo, a importância de alguém para fazer essa seleção, alguém para passar opinião, alguém para dar a dica. Olha, cara, eu vejo um nó, eu estou assim excitado. Eu tenho uma excitação real de que vai ser legal.

Alexandre: E vai ser superimportante para o país, a eleição mais importante que a gente já viu, mas eu acho que isso colabora para o processo de amadurecimento.

Luciano: Por um único motivo, cara, ela quebra essa pasmaiceira que a gente vem vivendo, entendeu? Tem uma quebra de pasmaiceira, mesmo que não aconteça nesta eleição agora, essa quebra vai dar resultado na outra eleição mais na frente, são mais quatro anos de...

Alexandre: Tudo o que está acontecendo no Brasil, eu vejo como um ponto de inflexão antropológico, sociológico junho de 2013. Quando eu olho em retrospectiva, falo junho de 2013 mostra o brasileiro se enxergando como contribuinte, que nunca tinha se enxergado, é uma loucura, porque a gente acha que o estado faz benesses e o brasileiro nunca se enxergou muito bem.

Luciano: Eu falei isso para uns colombianos que estavam aqui, só para você que está ouvindo aí, antes de começar o programa tinha três colombianos que vieram me visitar aqui e sentaram lá e pediram para eu dar um panorama do Brasil, eu falo, bom, eu vou começar em junho de 2013. Tem um momento ali que tem uma quebra, quando se perde, se destrói uma narrativa e começa uma coisa diferente lá, que ninguém sabe direito o que é, ainda.

Alexandre: Está em construção esse processo. A gente vai entender, vai conseguir olhar para trás daqui a alguns anos, eu acho.

Luciano: Você falou que está com um novo livro vindo aí, o que está vindo aí?

Alexandre: Eu tenho estudado faz alguns anos o fenômeno da economia da longevidade, ou seja, a cara do mundo e do Brasil está mudando e vai mudar cada vez mais, porque a gente vive cada vez mais, a gente vai quebrando recordes de

longevidade, as famílias estão cada vez menores, a gente tem cada vez menos filhos, então o mundo está envelhecendo, o Brasil está envelhecendo, isso gera um fenômeno, que nunca na história da humanidade a gente teve mais pessoas maduras, de 50 para cima do que pessoas jovens. Nesse livro, um dos meus estudos mostra que no período de algumas décadas o Brasil vai cair o número de crianças em 32%, ou seja, um terço das crianças vai ter a menos, um terço no número de adolescentes e você pega as populações mais maduras, vai aumentar 240, 340, o número de pessoas com 90 anos ou mais vai subir 34 vezes, 3400%, ou seja, quanto mais velho, mais vai aumentar o percentual do total da população. E isso, ao contrário do que talvez a gente pense num primeiro momento, isso tem impacto em tudo na vida, não tem impacto nessas coisas mais caricatas e óbvias, que a gente pensa que é pensão, previsão, saúde, óbvio, tem impacto nisso também, mas tem impacto na educação, no mercado de trabalho. O mercado de trabalho não pode ser preconceituoso contra quem tem 50 ou mais, é a faixa etária que a gente está próximo disso aqui e eu sinto que não atingi meu auge intelectual ainda. Eu acho que esse meu auge está por chegar ainda, entendeu, então como assim vou me alijar do processo, ou você. Quanta gente longeva, produtiva com essa idade, até porque o trabalho físico, que é aonde a fisiologia talvez cobre um preço um pouco maior do corpo, ele vai ser cada vez menos presente, o trabalho físico, o trabalho vai ser cada vez mais intuitivo, emocional, de atendimento, de inteligência, de empatia, que são atributos que não se perde tanto com o decorrer dos anos, talvez até se ganhe, porque a gente tem mais domínio da nossa inteligência emocional, não é? Então em políticas públicas a publicidade é totalmente preconceituosa, é tudo milleniuns. Legal, tem mais é que lidar com os milleniuns, eles são o futuro, são uma coisa relevante, não pode esquecer de um segmento tão expressivo da sociedade. Então essa questão do envelhecimento populacional, que já é um tema superemergente no Japão, na Europa, que é um continente muito envelhecido, isso já está na pauta há mais tempo, enquanto no Brasil se fala pouco ainda. E o Brasil tem um histórico horroroso, a gente só tira o lixo debaixo do tapete quando o tapete já ficou maior que a sala.

Luciano: Quando cai o prédio. Oh, tem mais 70 assim, vão cair também.

Alexandre: Pois é, quando os aeroportos estão todos em colapso, fala, nossa, uma coisa burra.

Luciano: *Você sabe que nesse evento que eu fui lá nos Estados Unidos, dos palestrantes, teve um deles que levantou uma lebre no final que veio falar do público-alvo. Ele botou número, falou, esse ano aqui 7 milhões de norte-americanos vão estar entrando, atingindo o grau de maturidade, sei lá, fazendo 70 anos de idade, uma coisa assim. Ele falou, cara, tem um mercado para palestras que é um negócio que ninguém pensou nele: quem é esse povo? Então ele falou, quem é esse povo que está aí, quem é esse povo velhinho? Quando ele deu o perfil, falou, meu, o cara que já fez o que tinha que fazer, evidentemente, Estados Unidos não é Brasil, é diferente. Aí o cara já fez o que tinha que fazer, ele tem dinheiro guardado, ele quer curtir a vida, não está preocupado em comprar casa própria, educar filho, ele já fez tudo isso, agora quer curtir a vida e esse cara tem grana. Quem é que vai se aproveitar desse mercado aí? Então o assunto para ser falado é outro e nós estamos totalmente voltados para a molecada, não é, cara? Vamos falar de novidade e tudo o mais.*

Alexandre: *É porque talvez sejam temas mais sexy, do ponto de vista de...*

Luciano: *Eu chamo de hype. É hype e como eu não sou hype, eu sou um "véio", eu estou no segundo plano. Tem que encontrar a maneira de trabalhar esses grupos.*

Alexandre: *Não é que não se tenha que falar sobre os jovens, mas não pode ser monotemático, existem outros segmentos que são relevantes, que a gente tem... tinha um livro Precisamos falar do Kevin, precisamos falar dos seniores.*

Luciano: *E esse livro você está trabalhando para lançar agora? Como vai chamar?*

Alexandre: *Revolução Prateada, que aliás é o nome do canal que eu fundei, que é um canal que eu trato de assuntos relacionados ao envelhecimento populacional, a longevidade, traz entrevistas, dados demográficos. Chama Revolução Prateada em alusão ao cabelo prateado. E é uma revolução demográfica, realmente.*

Luciano: *Um canal que você botou aonde, no YouTube?*

Alexandre: *Tem no YouTube, se você digitar Revolução Prateada, você acha diversos vídeos que eu posto lá sobre esse tema. E se você digitar revolucaoprateda.com.br você acha o site também. Eu também dou palestras sobre essa questão da economia da longevidade, os impactos que a longevidade vai trazer ao mercado de trabalho, à sociedade, à arquitetura, ao urbanismo, à educação. Essas pessoas não querem vestir*

o pijama e ficar em casa tomando sopa, aposentado vem de aposento, que já tem um preconceito na própria palavra. Então é uma verdadeira revolução, vai ter impacto em tudo, até porque a mentalidade dessas pessoas, você não vai ser um velhinho conservador e convencional, basta te olhar aqui, você vai ser um velhinho porreta.

Luciano: *Eu já sou um velhinho porreta.*

Alexandre: *Velhinho você ainda não é, não. Estamos a caminho. Para envelhecer, basta estar vivo.*

Luciano: *O que, cara, já passei os 60, já passei da curva.*

Alexandre: *A gente vê que a gente mesmo não vai caber nesses estereótipos que inventaram, a gente não cabe nesses estereótipos, então.*

Luciano: *E o que o resto da molecada tem que entender é que eles vão conviver cada vez mais com os velhinhos.*

Alexandre: *Sim, vai ter cada vez mais velhinhos.*

Luciano: *Cada vez mais velhinho, cada vez mais cabelo prateado por aí. E o que nós vamos fazer com isso?*

Alexandre: *Um dos insights que veio para esse livro, uns anos atrás, numa viagem a trabalho eu estava em Roma. O hotel ficava meio que na periferia, ali num bairro residencial de Roma e aí eu precisava muito tirar xerox de um material, era um fim de tarde, acho que era um domingo. Eu saí caçando, aí daqui a pouco eu chego numa pracinha onde tinha uma espécie de centrozinho, Tiburtina, eu acho, que chamava. E aí, daqui a pouco, eu chego na pracinha e eu vi uma cena que me chocou. Tipo aquela praça de bairro residencial, tinha uns bancos assim, uma fila de cabeça branca e prateada, uma fila gigante, todos eles sentados, conversando, muito assim, parecia um negócio caricato. E no parquinho atrás deles, atrás dos banquinhos, tinha assim uma meia dúzia de crianças com as mães, babás sei lá. Aí eu olhei aquilo, eu falo, pracinha, um lugar que as mães vinham com os filhos, eu falo, deve ter quatro por um aqui, deve ter quatro idosos por criança. E aí aquela cena ficou gravada na minha cabeça, sabe, sempre eu lembro daquela cena em Tiburtina, aquele final de tarde, aquele mar de cabecinha branca e prateada. E a Europa, Itália, França, Alemanha são países muito envelhecidos, eles já têm a população muito envelhecida. E esse monte de pecinhas de*

quebra-cabeças tem ficado nos últimos anos na minha cabeça, sabe. Eu trabalho com amostras, eu vou vendo que o público de 60 a mais só cresce, sempre eu tenho que ir crescendo com a amostra deles. Assisto palestra, vejo, essas viagens, então fazia muito tempo que eu falava, eu preciso abordar esse assunto. Então faz alguns anos que eu venho estudando esse tema e é um tema da maior relevância. Até porque os milleniuns virarão centenniuns. Então até para quem é jovem.

Luciano: *Como é que fala, se juventude for uma doença, ela tem cura.*

Alexandre: *É, exatamente. Então acho que é um tema relevante, bacana para todo mundo. Embora muitos só vejam sob o prisma do desafio, é uma baita oportunidade. Oportunidade para a empresa, para a sociedade, é uma oportunidade de tudo quanto é canto.*

Luciano: *Que interessante. Isso vai obrigar a gente a ter uma nova visão da velhice, tem que olhar a velhice de um outro ângulo, não é só o velho que ficou caquético, que eu tenho que ter mais problema de saúde, tem um outro lado aí também, que é o lado da bolha econômica que está na mão desses velhinhos. Mais uma questão que o Brasil vai ter que trabalhar, porque o Brasil trabalha muito mal o que faz com esses velhinhos. Até porque, economicamente, é uma tristeza, a situação do velhinho no Brasil é uma tristeza. Então essa bolha que o americano falou lá, no Brasil vai ser um pouco diferente, mas eles vão estar aí.*

Alexandre: *É que no Brasil, acho que o primeiro erro que as empresas cometem, que eu tenho começado a prestar consultoria, algumas coisas assim nessa área, é que não dá para ver essa classe como um monolito, sabe, tudo homogêneo. Assim como o Brasil é muito heterogêneo em tudo, esse segmento velhinho é muito heterogêneo. Você tem o ex-executivo afluente, com casa de aluguel, rico, que fala três línguas, dinheiro sobrando, saúde sobrando e você tem no sertão do Nordeste uns aposentados em situação famélica, miserável. Então você tem de tudo dentro desse segmento. Então pode ser uma etiqueta que a gente coloca lá, tarja de 60 a mais, mas a realidade, assim como o Brasil é a soma de muitos perfis, os mais variados tipos, mas precisamos conversar sobre esse segmento, precisamos falar sobre ele. Acho que há muito a ser feito em muitas áreas para que a gente consiga resgatar a dignidade do brasileiro, dessa classe como um todo, porque o Brasil é muito falho, em qualquer coisa que se refira a futuro, a planejamento, a gente vê falhas.*

Luciano: Planejamento, seu nome não é Brasil.

Alexandre: Infelizmente, não mesmo.

Luciano: Quem quiser te achar, vamos lá, quero te achar para algumas coisas, quero te achar para saber do trabalho. Você já deu aí a dica, repete outra vez o negócio.

Alexandre: O site da Revolução Prateada é revolucaoprateda.com.br. É isso, lá você tem e-mail, que deve ser contato@revolucaoprateda. Eu tenho um site de palestrantes, eu dou palestra sobre tendências de mercado, sobre inovação, sobre gestão da opinião pública, sobre economia da longevidade, sistemas que têm mais correlação com o meu core business, que é tendência do consumidor, comportamento. Meu site é AlexandreCorrealima.com.br, se digitar contato@AlexandreCorrealima chega no meu site, mas vocês também me acham **Alexandre** Correa Lima no LinkedIn, no YouTube tem o canal meu do **Alexandre** Correa Lima e também o canal da Revolução Prateada.

Luciano: E o livro sai quando?

Alexandre: O livro eu pretendo terminar os originais no terceiro trimestre, eu espero que saia no final deste ano, se tudo der certo, porque é uma saga que não é fácil editar o livro.

Luciano: Você continua morando em?

Alexandre: Continuo morando na Dutra, na via Dutra.

Luciano: Continua em Cruzeiro?

Alexandre: Continuo morando em Cruzeiro.

Luciano: Legal, cara. Vocês estão vendo só? A gente bate um papo aqui, falando de coisas contemporâneas, falando de coisas que têm a ver com internet, falando de coisas aqui de trabalho no mundo inteiro, ações que acontecem no mundo inteiro, com um cara que mora em Cruzeiro. Por que que eu fiz questão de conversar a respeito aqui? Cara, você não precisa morar na capital do mundo para fazer acontecer, você não precisa estar morando em Nova York, você não precisa estar morando em São Paulo, no Rio de Janeiro, cara, você, de Cruzeiro pode impactar e pode fazer as coisas acontecer por aí fora, o mundo hoje é assim.

Alexandre: Global, sem dúvida alguma. Ainda mais tendo um canal tão bom quanto esse.

Luciano: Seja bem-vindo, cara, obrigado pela visita aí e valeu o papo. Um abraço.

Alexandre: Muito obrigado, foi um prazer muito grande.

Luciano: Muito bem, aqui termina mais um Líder Cast. A transcrição do programa você encontra no lidercast.com.br. O LíderCast chega a você com o apoio da Albaugh Brasil, que está revolucionando o mercado com uma linha completa de agroquímicos genéricos. Sim, cara, genéricos de qualidade, combinando proteção, rentabilidade ao agricultor e respeito ao meio-ambiente. Conheça as soluções Albaugh em bit.ly/escolhainteligente. Para ter acesso a esta temporada completa, assine o Café Brasil Premium no cafebrasilpremium.com.br, um ambiente educacional sem ser chato nem superficial, que já conta com mais de mil assinantes recebendo todo mês conteúdos voltados ao crescimento pessoal e profissional. Conheça, que vale a pena, cafebrasilpremium.com.br.

Você ouviu LíderCast, com **Luciano** Pires, mais uma isca intelectual do Café Brasil. Acompanhe os programas pelo portalcafebrasil.com.br.

Você leu a transcrição do episódio 120 do LíderCast, que tem duração de 01 hora, 19 minutos e 13 segundos e pode ser ouvido/baixado de www.lidercast.com.br

Assine o LíderCast pelos feeds

<http://www.portalcafebrasil.com.br/todos/lidercast/feed/>

<http://bit.ly/LidercastNoAndroid>