



O negócio como contraposição ao líder: ensaio teórico para um novo modelo de gestão empresarial

Josiane Barbieri¹

Resumo: O artigo apresenta uma analogia teórica entre o subtítulo 'A existência como contradição do ser', do Manual de Ontopsicologia, de Meneghetti (2022, p. 487-490), e a liderança empresarial, bem como os princípios para um novo modelo de gestão, baseados nesta analogia. Inicia-se com uma parte introdutória, onde são apresentadas as definições e premissas sobre a figura do líder, conforme a ótica ontopsicológica (2013), as quais nortearão a analogia que é cumprida na segunda parte. A empresa, a seguir, passa a delinear-se como o exercício da contradição do líder. Na terceira parte é apresentada a analogia empresarial: quando o negócio existe como formalização e estruturação fenomenológica do escopo liderístico, cada um destes processos contemporaneamente é e não é, pois a inteligência do líder não se identifica, sucessivamente, em nenhuma estrutura organizacional. Em base a esta analogia, na quarta parte, são apresentados os princípios que poderão comportar as mudanças e adaptações, contínuas e necessárias, para que líder e fenomenologia empresarial sejam vencedores na conjuntura socioeconômica e mercadológica. Estes princípios, por sua vez, geram um modelo de administração baseado em cinco critérios: funcionalidade, correspondência do corpo dirigente com o escopo do líder, univocidade entre as partes que compõe a empresa, controle sobre o objetivo e supressão das distorções. Como conclusão, é verificado o negócio como propedêutico ao líder.

Palavras-chave: Ontopsicologia, liderança, gestão empresarial

The business as opposed to the leader: theoretical essay for a new business management model

Abstract: The article presents a theoretical analogy between the subtitle 'Existence as a contradiction of being', from Meneghetti's Manual of Ontopsychology (2022, p. 487-490), and business leadership, as well as the principles for a new management model, based on this analogy. It begins with an introductory part, where the definitions and assumptions about the figure of the leader are presented, according to the ontopsychological perspective (2013), which will guide the analogy that is fulfilled in the second part. The company then begins to delineate itself as the exercise of the

¹ Mestre em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2011). Professora Convidada MBA Antonio Meneghetti Faculdade. Pós Graduação Stricto Sensu pela Universidade Estatal de São Petersburgo - Rússia (2003). Possui graduação em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1986), especialização em Psicoterapia da Adolescência (1989) e Psicologia Social (1993) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-mail: josiane@metanoiadirigencial.com.br

leader's contradiction. In the third part, the business analogy is presented: when the business exists as a formalization and phenomenological structuring of the leadership scope, each of these processes is and is not, at the same time, because the leader's intelligence is not identified, successively, in any organizational structure. On the basis of this analogy, in the fourth part, the principles that can support the changes and adaptations, continuous and necessary, are presented, so that the leader and business phenomenology are winners in the socioeconomic and market conjuncture. These principles, in turn, generate a management model based on five criteria: functionality, correspondence of the governing body with the leader's scope, univocity between the parts that make up the company, control over the objective and suppression of distortions. In conclusion, the business is verified as propaedeutic to the leader.

Keywords: Ontopsychology, leadership, business management

La empresa frente al líder: ensayo teórico para un nuevo modelo de gestión empresarial

Resumen: El artículo presenta una analogía teórica entre el subtítulo 'Existencia como contradicción del ser', del Manual de Ontopsicología de Meneghetti (2022, p. 487-490), y el liderazgo empresarial, así como los principios para un nuevo modelo de gestión, en base a esta analogía. Se inicia con una parte introductoria, donde se presentan las definiciones y supuestos sobre la figura del líder, según la perspectiva ontopsicológica (2013), que orientarán la analogía que se cumple en la segunda parte. La empresa comienza entonces a delinarse como el ejercicio de la contradicción del líder. En la tercera parte, se presenta la analogía empresarial: cuando el negocio existe como una formalización y estructuración fenomenológica del ámbito del liderazgo, cada uno de estos procesos es y no es, al mismo tiempo, porque no se identifica la inteligencia del líder, sucesivamente, en cualquier estructura organizativa. A partir de esta analogía, en la cuarta parte, se presentan los principios que pueden sustentar los cambios y adaptaciones, continuas y necesarias, para que la fenomenología líder y empresarial resulte ganadora en la coyuntura socioeconómica y de mercado. Estos principios, a su vez, generan un modelo de gestión basado en cinco criterios: funcionalidad, correspondencia del órgano de gobierno con el ámbito del líder, univocidad entre las partes que integran la empresa, control sobre el objeto y supresión de distorsiones. En conclusión, el negocio se verifica como una propedéutica al líder.

Palabras clave: Ontopsicología, liderazgo, gestión empresarial.

Introdução

A elaboração deste trabalho foi inspirada fundamentalmente no subcapítulo 'A existência como contradição do ser'², de autoria de A. Meneghetti (2022, p. 487-490) e na concepção de líder que esse autor especifica, especialmente no decurso de seu livro intitulado 'A Psicologia do Líder' (2013).

² "Como primeiro movente, é presença da essência de todo real ou existente. As leis que regulam a existência substancial das coisas são imanência da sua presença. A partir de sua identidade aperfeiçoa toda fenomenologia de opostos" (MENEGETTI, 2022, p. 536).

Partindo da experiência de mais de trinta anos de atuação em consultoria a líderes empresariais, pressupõe-se que os dirigentes poderão encontrar, neste trabalho, a explicitação de uma realidade que já vivenciam ou intuem, além da possibilidade de uma resposta a tantos questionamentos e dúvidas em relação ao modelo de empresa funcional e correspondente às aspirações de perpetuação e êxito de seus negócios. Este modelo, certamente, é praticado por alguns, ainda que não o tenham formalizado racionalmente.

O líder que será abordado neste trabalho é aquele autêntico, ou seja, que

reflete e opera o Eu a priori³ no sincretismo sócio-ambiental. Trata-se do líder capaz – através dos meios de que dispõe – de ser função de crescimento e progresso no contexto em que atua.

O líder é uma unidade de ação formal e inteligente que faz autóctise histórica. A conceituação de Meneghetti (2012, p. 31) sobre autóctise histórica traduz o “processo histórico de escolhas existenciais que fazem a resultante da evolução e da situação pessoal”. Unidade formal significa que o líder possui um projeto, existe em certo modo e é especificado segundo uma certa função. Inteligente, por sua vez, aponta para sua capacidade de evidenciar e ler o íntimo da realidade que o circunda e de concretizar a adaptação histórica do projeto que existe intrínseco em si, desenvolvendo-o em progresso contínuo (2012).

Os atributos desse líder coincidem com aqueles do Em Si ôntico⁴: identidade (autenticidade) existencial (atua sua autorrealização histórica) e capacidade de mediar o ser, ou seja, do seu poder individual, o líder pode existir também no horizonte do ser metafísico, o que lhe habilita a transcender as categorias de espaço e tempo e posicionar-se sempre além do já formalizado e estruturado.

Também as características deste líder coincidem com as “quinze características

do Em Si ôntico”, expostas por Meneghetti (2022, p. 174-180):

“*Inseico*”: é sempre íntimo, totalmente em unidade com o projeto empresarial, tomando decisões que comportem a assimilação de outras realidades sempre em conformidade com a identidade do seu projeto. Os processos, as estruturas, as normas, as regras e funções que estabelece para o negócio também estão em coincidência com esta identidade.

“*Holístico dinâmico*”: cada vez que age numa parte do negócio, interage e resulta total, continuamente integrado com a missão e os objetivos a que se propõe. Quanto mais suas ações são em identidade com o projeto empresarial, mais revela energia e capacidade, força como gerador extroverso, produzindo resultados eficientes e funcionais no externo, na sua empresa e para o ambiente que o circunda.

“*Utilitarista funcional*”: para o líder autêntico é válido e funcional aquilo que identifica, reforça e é útil para a sua ação em afinidade com o escopo do negócio, ou seja, ele metaboliza a realidade qualitativamente de modo a incrementar o interesse empresarial. A validade de uma escolha ou ação é por ele julgada em base à sua coordenação com a eficiência do seu *business*. Nesse procedimento, o líder não é opressivo, não associa coisas impróprias ao corpo empresarial; ele é providencial e prudente.

“*Virtual*”: cada avanço ou atividade realizada é sempre inerente a um projeto formal, a um sentido, um conceito que foi preestabelecido por ele. O líder é a potência (possibilidade) de executar uma ação, é a possibilidade do ato. É dotado da capacidade de psicossomatizar um

³ “O Eu a priori é o momento dialético entre a virtualidade do Em Si ôntico e a relação, ou urgência específica do indivíduo histórico em ambiente, aqui, agora e assim” (MENEGETTI, 2012, p.70).

⁴ “Centralidade do ser. Princípio ôntico existencial no homem. Projeto base de natureza que constitui o ser humano” (MENEGETTI, 2012, p. 55).

conceito, uma ideia, transfigurando-o em diversos modos, sem variar a identidade do conceito essencial. O negócio cresce em conformidade ao líder que cumpre ações justas à identidade do seu *core business*. É uma potência com direção, um dever segundo um projeto que coincide com a sua vocação. A virtualidade não significa necessidade do resultado, mas a possibilidade, a convergência para ampliar um projeto que primeiramente é unicamente essencial, cuja realização está atrelada a simultaneidade de outras precedências (econômicas, políticas, conjunturais, de recursos humanos etc.).

“*Econômico hierárquico*”: o líder intenciona com proporção correspondente qualquer impacto ou interação, assimilando o contexto (possibilidades e oportunidades) segundo as exigências empresariais e situacionais (necessidades mais genéricas e depois as mais específicas), e nisso é hierárquico. Economia é entendida como “a regra de máxima eficiência de um contexto.” (2022, p. 164). Significa que o líder atinge o máximo de resultado com os meios que tem e com as oportunidades com as quais se depara.

“*Vencedor*”: o líder não impacta uma situação nova se a mesma não pertence ou não se coliga com o *core business* do seu negócio. Como possui intrínseca a possibilidade e a aptidão para individuar o escopo e concretizá-lo, entre as diversas alternativas, exercita a escolha ótima do momento em conformidade com o projeto predefinido. Portanto, age com as premissas necessárias para individuar a solução acertada, com tomada de decisão focalizada no resultado almejado.

“*Alegre*”: como não admite o erro, consequentemente não experimenta a perda, a falência, o insucesso. Quando o líder intercepta uma possibilidade de negócio e dela deseja algum resultado, essa já lhe pertence, já é sua. Suas escolhas dão amplitude existencial ao negócio porque reforçam seu *core business*. Neste sentido, tudo o que o líder faz gera satisfação, prazer, divertimento. De fato, o líder empresarial, enquanto trabalha, diverte-se, pois está praticando seu jogo predileto.

“*Criativo*”: o líder, depois de ter realizado uma tarefa, é sempre motivado a uma sucessiva, sempre proporcional, mas superior à precedente. O líder não dá saltos no seu proceder, mas a cada passo amplia e qualifica a sua obra. Portanto, age contínua autódote, reconstruindo momento a momento originalidade para o negócio e, por conseguinte, flexibilizando e agilizando a estrutura empresarial defronte à novidade que o contexto apresenta.

“*Transcendente*”: o líder evade das categorias espaço-temporais. Enquanto constrói a empresa e a faz manifestar-se dos mais variados modos (como qualidade, produtos, serviços, marketing, publicidade etc.), não se identifica em nenhuma dessas fenomenologias. A sua visão vai sempre além do momento atual, pois é uma inteligência que jamais poderá ser reduzida aos instrumentos e arranjos que utiliza a fim de atuar o escopo do momento. Além disso, o líder antecipa o caminho do sucesso para sua empresa, pois ao transcender as categorias de espaço e tempo, intercepta as tendências do mercado e os interesses do seu público alvo.

“*Agente no interno de um universo semântico*”: o líder é partícipe da ordem da vida, mas também da economia local e global. Assim como cada parte do seu negócio está em uníssono com o seu intuito, ele também está em uniformidade ao contexto com o qual interatua.

“*Mediânico entre o Ser e a existência*”: o líder possui a capacidade de ser mediânico entre a sua inteligência (projeto) e o negócio. E desta forma exercita, a seu modo, a medianicidade entre ser e existência. É uma aptidão que viabiliza a realização do projeto, da missão, da visão e dos valores da empresa.

“*Histórico*”: o líder estrutura psicossomaticamente a própria virtualidade no devir existencial, através do seu negócio. História, do grego, *storeo*, significa escorrer. Algo que escorre estabelece sempre um antes e um depois de uma mente ou inteligência que age. O espaço e o tempo são categorias da existência e da racionalidade humanas. O líder, para formalizar, para edificar sua empresa, necessita de um antes e um depois (o tempo) e de um onde (espaço). A partir destes, individua, viabiliza e disponibiliza os meios e recursos necessários, dando concretude ao projeto e objetivos empresariais⁵.

“*Estético*”: cada ação do líder é para o prazer e a perfeição. A empresa é o seu jogo, foi ele quem a idealizou e construiu, por isso não pode ser feia, não pode ser perdedora. Tudo aquilo que nasce do

líder determina, sem fim, a sua surpreendente repetição. O líder possui dentro de si um sumo artista na arte do seu negócio. Entendendo estética como harmonia das formas, o líder é aquele que unindo o princípio da função utilitarística com a necessidade de perfeição estética, estabelece a correspondência de proporção das partes no conjunto, como por exemplo, diversos setores em correspondência mútua para gerar o produto idealizado.

“*Volitivo intencional*”: a sua inteligência é volição ao próprio cumprimento criativo. O líder é vontade e intenção de identidade no ser e no fazer mais. Ser cada vez mais capacitado para produzir mais, para fazer crescer o seu negócio.

“*Santo*”: o líder é sempre com e direcionado ao próprio negócio. Meneghetti (2013, p. 250) o define como “um operador material e histórico que centraliza sempre a convergência do ser. Isto significa que, naquele pequeno ou grande dado histórico, a sua obra concreta, material presencia o projeto do ser.”

Em base a essa conceituação e caracterização do líder, pode-se proceder no exame do negócio como contraposição ao líder.

2 Fundamentação Teórica

2.1 A empresa como contraposição ao líder

Toda a fenomenologia empresarial atua-se e é possível enquanto contraposição.

⁵ “Do momento em que cada um é objetivado como um projeto, ou orgânico, tem intrínseca a necessidade de correr, evoluir, melhorar este projeto que é também material” (MENEGHETTI, 2013, p. 250).

O negócio é o exercício da contraposição do líder. Em virtude desta contraposição, a empresa nasce, cresce e morre, ou pode vir a perpetuar-se.

Se a inteligência do líder que edificou o negócio é seguida por outro líder tão ou mais capaz, então temos a sua perpetuação, caso contrário temos sua estagnação ou morte.

A maior dificuldade que encontramos é que todos sabem que a continuidade de um negócio depende de sua liderança. Porém, falta a técnica de como identificar e desenvolver esta liderança. Neste sentido, a Ontopsicologia⁶ apresenta-se como ciência que, através de uma metodologia própria, demonstra que todo o sucesso de uma empresa está na dependência de seus líderes e, sobretudo, sabe como identificar, autenticar e potencializar a inteligência destes.

A inteligência do líder é uma naquilo que é, e não é parte nem mesmo a si mesma. Sempre na sua unidade, exaure toda a possibilidade. A empresa é uma nas suas partes e, vivendo na multiplicidade, está fora do infinito possível. Sem a inteligência atuante de contínua novidade por parte do líder, a empresa se enrijece e estereotipa: predomina a burocracia, a repetição acrítica dos processos, a rigidez

estrutural, ou seja, constata-se a ausência de criatividade típica do ser humano.

A empresa individua um possível e, nisso, constitui uma unidade através de partes de tempo e espaço. Qualquer entendimento elaborado por seus colaboradores é circunscrito sobre reflexões de partes que não consentem a compreensão da unidade de sentido da inteligência do líder. Isto seria possível somente se os colaboradores atingissem a consciência da morte consumada dos processos e estruturas organizacionais.

Chegar ao projeto e compreensão do líder significa a perda de tudo o que certifica a fenomenologia empresarial, aquela fenomenologia objetivável pelos cinco sentidos externos e pela consciência.

Como colaborador, pode compreender e ser funcional ao conceito do líder somente se atinge a consciência permanente da contraposição líder-empresa.

No negócio eficiente, que atinge seus objetivos (os quais coincidem com aqueles do líder), o oposto (mercado, política, economia, processos, burocracia, organograma, controles etc.) – que inquieta e pressiona tanto o líder como os seus colaboradores – mata constantemente a segurança naquilo em que estão assentados e atrelados. O oposto constringe a tomada de consciência da contraposição em ato que invariavelmente faz o negócio ser e não ser.

O líder expõe a ilusão de si mesmo e de seu projeto em infinitos modos. A unidade da sua inteligência origina a suposição de várias estruturas e processos, sem variar ou afastar-se de si ou de seu escopo. A contraposição não

⁶ “A Ontopsicologia é a mais recente entre as ciências contemporâneas que têm por objeto a análise da atividade psíquica. No âmbito das correntes modernas da psicologia, inscreve-se no filão da psicologia humanista-existencial. [...] é a análise do evento homem no seu fato existencial e histórico. Indaga os formais e os processos que estruturam o concreto homem no iso de natureza que lhe é próprio, individua os formais essenciais e os hipotéticos anexos fenomenológicos” (MENEGETTI, 2022, p. 19-20).

está na inteligência do líder, mas na empresa, de modo a causar a possibilidade da sua inteligência e da atividade empresarial.

A empresa, pelo fato de ser fenomenologia da inteligência e capacidade do líder, certifica-se somente como contradição de ser e não ser. Sabemos e temos a evidência que a empresa devém e, portanto, não é a inteligência do líder. Porém ela existe, porque aparece aos sentidos da objetivação, enquanto a inteligência do líder está sempre aquém dessa objetivação.

O negócio existe, mas não o constatamos como sendo a inteligência do líder. Então, a empresa é contradição daquela inteligência que irremediavelmente é. No âmbito desta contradição, o negócio existe e é. O líder, da unidade da sua inteligência e do seu exclusivo escopo, na medida em que formaliza contradição, implica analogia e, por isso, uma ordem que o representa e projeta; uma forma que, mesmo lhe sendo oposta, o imita.

Daqui nasce a necessidade de autóctise empresarial contínua até quando o negócio exista. No final, somente a inteligência do líder é. A metanoia⁷ dirigencial significa que o próprio líder, e os colaboradores que representam a inteligência do líder no devir empresarial, devem continuamente transcender e

variar seus modelos mentais para atingir a evidência da empresa como contraposição do líder.

2.2 Analogia empresarial

Quando a empresa é formalização e estruturação da inteligência e do escopo do líder, cada um destes processos contemporaneamente é e não é.

A inteligência e o escopo do líder não se identificam sucessivamente em nenhuma estrutura. Isto representa um pouco a capacidade do ato imanente da inteligência do líder como constante transcendência.

A mente do líder atua o conceito e o opõe à estrutura empresarial.

A estrutura empresarial existe, não é o conceito do líder, mas justamente por causa desta contradição é possível o universo empresarial. Assim como uma palavra não exprime a totalidade de um sentimento, também a empresa não representa a unidade de pensamento do líder. Isto é, o líder expõe em estrutura formal a sua inteligência, mas a empresa não existe por si mesma, existe na medida em que é oposta à inteligência do líder que, instrumentalizando-a, faz-se fenomenologia no mercado, em meio às outras empresas.

A empresa, para ser objetivante da inteligência do líder, deve estar constantemente em *feeling* com a essência daquilo que o conceito do líder pretende individuar e, ainda se nada, a partir do momento que é correlata, presencia a sua intencionalidade. Porém, contemporaneamente, depois, quando esgota esta presença, é nada: ser o nada para ser a identidade do conceito do líder.

⁷ “Variação radical do comportamento para identificá-lo à intencionalidade do Em Si ôntico. Reorganização progressiva de todos os elementos mentais e comportamentais. A sua essência é o desinvestir-se continuamente do passado e o constituir-se sobre a funcionalidade imediata do sujeito aqui e agora, segundo a seleção do Eu a priori” (MENEGHETTI, 2013, p. 215).

A existência da empresa deve exaurir-se em nada se exaurindo na identidade do líder.

A empresa não é; aparece como e na forma consentida pelo líder como sua contraposição. Como o líder é um homem autêntico, que paga em primeira pessoa toda a sua interioridade, imanentemente sabe ser um consumado no interior da existência, por conseguinte, sabe que é nada. Consequentemente, vê o seu negócio como imagem nem mesmo real.

Por isso, a realização última da empresa, desta aparência, desta existencialidade é morte, é sem dúvida niilismo, mas é um niilismo que dá afirmação àquilo que é a inteligência total do líder; não é um niilismo que coloca em derrota a sua liderança. A empresa existe e é glória do líder, e a partir do instante que o líder concretizar este projeto evidencia que a empresa não é, simplesmente existe como fenomenologia desta inteligência que, sendo livre e autêntica, garante o sucesso dos seus negócios.

A contraposição proposta pelo líder identifica a si mesmo. De fato, o líder é problema enquanto a empresa existe. Sem a existência da empresa, também a importância do líder perde o sentido.

Desta forma, a empresa e o líder formam um contínuo holístico dinâmico onde os seus principais colaboradores devem fazer metanoia contínua para que a empresa coincida e concretize sempre a visão atual do líder. Antes de tudo, o líder deve ser a mente que escolhe e coordena os seus principais dirigentes a fim de que fenomenizem a sua intencionalidade, estruturando e reestruturando consecutivamente a organização

empresarial para que possa atingir os objetivos propostos.

2.3 Fundamentos da empresa como contraposição do líder

Partindo da visão da empresa como contraposição do líder, a qual deve adaptar-se e variar incessantemente de acordo com uma mente afinada com as variações conjunturais e mercadológicas, a empresa passa a ser fundada nas seguintes proposições:

Liderança: o líder, de acordo como foi definido e caracterizado no início deste trabalho, é o centro operativo das relações e funções empresariais. Conforme Meneghetti (2013, p.103), “a regência do líder cadencia-se no ritmo dos quinze aspectos que caracterizam o Em Si ôntico.” A sua função é ser e dar solução ao contexto empresarial, sem jamais fixar-se no resolvido, transcendendo sempre o desfecho empresarial individuado.

Se o líder abandona a transcendência, ele dá início ao processo de destruição da contraposição líder-empresa, tornando-se destrutivo do corpo empresarial. O líder, superada a conjuntura ou o problema, não se volta para trás, é sempre novidade criativa; interage e aprende a cada nova *gestalt* empresarial seguindo o curso das mudanças contextuais.

Capital humano: o capital humano, como define Meneghetti (2013, p. 145), “é o coeficiente de inteligência [...] é aquele potencial-base que poderia controlar qualquer tecnologia, qualquer globalidade, com a condição que seja especificamente evoluído.”

O líder, com o auxílio de dirigentes e colaboradores capazes e evoluídos, pode fazer ressonância da sua inteligência no holístico dinâmico empresarial, que é o seu corpo de atuação. Somente cercado de pessoas com “competência competitiva”⁸ poderá ter uma empresa que metabolize a novidade e as transformações constantes que a globalização do mercado e a tecnologia digital imprimem ao conjunto da economia planetária.

Contradição e analogia empresarial: a consciência da parte do líder da contraposição e analogia empresarial, anteriormente descrita, dá a possibilidade de uma nova visão dos seus negócios, do seu papel. Ou seja, o líder deve conservar-se como a mente transcendente de toda a fenomenologia empresarial. Para isso é indispensável o “processo de autenticação”⁹, proposto pela escola ontopsicológica, que permite ao líder o acesso da sua consciência à ética circunstanciada, revelada pelo Eu a priori.

Metanoia Dirigencial: o processo de metanoia dirigencial implica a permanente transformação da mente para colocá-la em uníssono com o Eu a priori, de modo tal que a consciência possa espelhar a solução que melhor responde àquela determinada situação, sem deter-

se nos estereótipos fixos da experiência passada. Porém, não é somente isso. Na medida em que o dirigente conscientiza a solução vencedora, deve depois atuá-la, variando seus modelos comportamentais, suas atitudes em prol dos objetivos empresariais.

Os dirigentes empresariais devem igualmente ser capazes de transcender estereótipos, modelos mentais e comportamentais, salvaguardando sempre a funcionalidade utilitarista do negócio, a identidade e o escopo do líder.

Em base a estas quatro premissas, o líder funda uma administração gerida pela inteligência humana, a qual passa a ser o epicentro operativo da realidade empresarial. Os critérios (2022, p.155-156) desta administração são:

1) *Funcionalidade:* o líder e as pessoas que fazem parte do corpo empresarial se auto-regeneram enquanto desenvolvem o seu trabalho e constroem a empresa. O líder, as pessoas e a empresa estão bem, funcionam em crescimento.

2) *Correspondência do corpo diretivo com a intencionalidade*¹⁰ do líder.

3) *Univocidade entre as diversas partes que compõem a empresa:* independente da área da empresa, o resultado é sempre o mesmo, ou seja, coincide com a identidade e o escopo do líder.

4) *Controle sobre o objetivo:* da “competência competitiva” que o líder e seus dirigentes possuem, quando se deparam defronte a uma novidade

⁸ “Um dos quatro pontos racionais a realizar após a recuperação da própria potencialidade existencial” (MENEGETTI, 2005, p. 126).

⁹ “Através da consultoria de autenticação, o indivíduo pode fazer metanoia, isto é, reorganizar todos os modelos mentais em conformidade ao projeto de natureza, para formalizar novamente um Eu lógico-histórico capaz de refletir corretamente como está se movendo a sua atividade psíquica” (BARNABEI, 2013, p. 90).

¹⁰ “Intencionalidade é volição a. É vetor ordenado para um motivo preciso. É ação que tende de um dentro a outro dentro” (MENEGETTI, 2015, p. 119).

problemática, mudam a realidade empresarial obtendo vantagem no contexto mercadológico e econômico. A empresa não sofre a realidade problemática. O problema é visto como oportunidade, desafio, e a realidade é transformada e controlada a fim de que se torne imagem e semelhança ao escopo a que se propõem.

5) *Supressão das distorções*: a empresa não somente é privada de distorções estruturais, administrativas ou financeiras, mas desaparece o erro no planejamento e gestão dos resultados.

Conclusão

Concluindo, o negócio é propedêutico ao líder.

Se partirmos do negócio em si, este não se justifica. Abandonado a si mesmo, tende a anular-se.

O líder é o sujeito que põe e valida o negócio. Através do seu negócio, o líder constrói a si mesmo e vice-versa. Ou seja, na medida em que o líder edifica e atualiza o próprio negócio, este igualmente o constrói, porque permite que opere seu potencial humano, sua capacidade de ser mais.

A propedêutica está exatamente nesse construir-se mutuamente, já que a empresa, na medida em que cresce e evolui, exige que o líder igualmente cresça e evolua, que refaça seus modelos mentais, que supere seus limites, que recomece sempre do zero a cada nova realidade de mercado, a cada nova legislação, às novas demandas dos consumidores, dos clientes, das conjunturas sociais.

A empresa constrói o líder, porque pode-se nascer com o potencial à liderança, mas para tornar-se líder é preciso exercitar esse potencial e, nesse sentido, o negócio é uma escola viva para o desenvolvimento do líder.

E, na medida em que se torna e evolui como líder, tanto mais tem a necessidade de ser resposta perfectiva, de ser um gestor eficaz, de evoluir e fazer evoluir o próprio negócio. Porque o seu negócio deve ser fenomenologia de sua capacidade, de sua inteligência, de seu fazer, de sua progressão. E pelo fato de ser fenomenologia do líder, contrapõe-se a ele.

Sem a presença e a inteligência do líder, o negócio tende a anular-se. Inicialmente, a empresa constrói o líder. Mas depois que o líder se tornou, a empresa, sem ele, tende ao nada. Sendo fenomenologia do líder, o negócio contrapõe-se a ele. Mas mesmo como fenômeno contraposto, presencia-o. A empresa contradiz o líder porque, sem a sua presença inteligente, é limitada, é estática, não possui autonomia de ser.

Uma vez centralizado o líder, somente ele é real e, da sua exclusiva participação, o negócio existe e é. O negócio necessita da figura do líder e, uma vez que o líder responde plenamente a esse apelo e dele tem o controle, o negócio constitui-se partícipe e interagente com ele.

O negócio, nessa ótica, fundamenta-se exclusivamente no líder autêntico que, baseado em premissas ôntico-humanísticas, dirige-o seguindo um modelo de gestão empresarial centrado e fundado no quociente de inteligência humano.

A empresa se resolve quando é operada em conformidade ao líder. O problema surge quando esses dois polos permanecem desconectados. E isso é inevitável, pois a unidade de ação líder-negócio deve ser renovada continuamente, já que o mercado é dinâmico, sempre mutável, impondo a necessidade de mudança, de readequação, de melhoria, de avanço do negócio. Quando o problema é resolvido, retorna a unidade de ação entre líder e negócio: ambos caminham em identidade.

Pode-se dizer, por fim, que o negócio é a psicossomática das projeções do líder. E o líder, quando resolve o problema – além de sanar a empresa, recupera uma parte de si mesmo. Nesse sentido, somente o líder pode hipotecar e condicionar o negócio, positiva ou negativamente, em avanço ou em regressão. Mas enquanto o negócio aparece como contraposição ao líder, está assegurada a possibilidade de melhoria e crescimento, tanto de um como de outro. E o modelo de gestão igualmente se reconstrói.

O sucesso do negócio proporciona a responsabilidade do líder: quanto mais prospera o negócio, maior é a responsabilidade do líder, tanto mais terá necessidade de responder, de coordenar, de fazer, de ele mesmo evoluir.

Referências

BARNABEI, P. Intuição e Racionalidade. In: International Congress Business Intuition, 28 de outubro a 2 de novembro de 2004, Riga - Letônia. **Atos do Congresso Business Intuition**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013, p. 86 - p.93.

MENEGHETTI, A. **A Psicologia do Líder**. 5. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013.

MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.

MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editora Universitária, 2022.

MENEGHETTI, A. **O Aprendiz Líder**. São Paulo: FOIL, 2005.

MENEGHETTI, A. **O Em Si do Homem**. 5.ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editora Universitária, 2015.

SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.