

# **O EXERCÍCIO PROFISSIONAL E A SUSTENTABILIDADE DAS PROFISSÕES: UMA ABORDAGEM MERCADOLÓGICA**

**Ênio Padilha**

**Engenheiro Eletricista. Mestre em Administração.**

**Autor de Livros sobre Administração de Negócios em Engenharia e Arquitetura**

## **RESUMO:**

Valorização Profissional e Sustentabilidade são conceitos amplos e que podem ser abordados de diversas maneiras. Este artigo apresenta uma visão mercadológica da questão, assumindo que Engenharia, Arquitetura e Agronomia são marcas com valor comercial e que engenheiros, arquitetos e agrônomos, na data de suas formaturas, conquistam o direito de explorar comercialmente essas marcas.

É apresentada uma discussão sobre o momento em que o jovem deixa de ser um simples estudante e passa a apresentar as características distintivas dos profissionais; as dimensões do exercício profissional e a responsabilidade individual pela valorização e sustentação da marca, assumida como um bem coletivo.

Por fim são apresentados elementos (recomendações) para um exercício profissional sustentável: um comportamento profissional comprometido com a valorização profissional, segundo preceitos mercadológicos.

**Palavras Chave:** Engenharia, Arquitetura, Agronomia, Valorização Profissional, Sustentabilidade, Marketing

## **1 INTRODUÇÃO: QUANDO COMEÇA E QUANDO TERMINA A CARREIRA PROFISSIONAL DE UM ENGENHEIRO, ARQUITETO OU AGRÔNOMO?**

A formatura num curso superior é um momento significativo na vida de uma pessoa.

Toda aquela movimentação que começa meses (às vezes anos) antes, com a constituição da comissão de formatura, a organização de eventos para arrecadação de fundos, a viagem de fim de curso, os convites, o roteiro do cerimonial, a compra de roupas novas, a escolha das músicas, os discursos do orador e do paraninfo, o juramento... e, enfim, a colação de grau, aquelas palavras que o reitor diz mas que o formando nem escuta direito, de tão emocionado. E, lá na platéia, em algum canto, alguém enxuga discretamente uma lágrima teimosa.

No Brasil, poucas são as pessoas formadas em curso superior que não consideram a data da formatura como um dos dias mais importantes e inesquecíveis das suas vidas. E não é pra menos. Afinal, mesmo nos dias de hoje, com a proliferação de escolas superiores por todo canto do país, ainda assim, concluir e se formar numa faculdade é um desafio para poucos.

Por conta disso, o senso comum aponta que a carreira profissional de um arquiteto, engenheiro ou agrônomo começa no dia da sua formatura. Essa é a data utilizada como referência nas conversas, nas comemorações e para o jubileu. Quando perguntam “quantos anos de Engenharia você tem” a resposta sempre conta o tempo a partir daquela data mágica.

No entanto, eu penso que os anos de faculdade deveriam ser contados como “tempo de engenharia”. Afinal, se aquilo não faz parte da experiência do profissional na engenharia, faz parte do quê?

A transformação de um jovem de ensino médio em arquiteto (ou engenheiro, ou agrônomo) não se dá exatamente no dia da formatura. Acontece antes, em algum momento, durante o curso, quando a cabeça da pessoa já está sintonizada com os objetivos comuns dos profissionais. Quando as ações e reações do estudante já são compatíveis com o comportamento dos profissionais da área. Em outras palavras, quando o estudante já tem “cabeça de arquiteto” ou “cabeça de engenheiro”.

Por isso, considero que um jovem estudante de engenharia ou de arquitetura já faz parte do universo profissional que envolve engenheiros e arquitetos e deveria ter o direito de ser alvo dos projetos institucionais e da atenção das organizações profissionais. E, principalmente, deveria assumir os deveres e responsabilidades próprias da profissão.

Quando se forma numa faculdade de Arquitetura ou de Engenharia o profissional já tem cinco ou seis anos de experiência nesse novo mundo.

Mas não se pode negar que o dia da formatura é um dia de muitas conquistas. A conquista da liberdade e da autonomia profissional, a conquista da possibilidade de exercer plenamente a profissão, a conquista de avanços financeiros...

Do ponto de vista prático, no dia da formatura o engenheiro, arquiteto ou agrônomo conquista o direito de assumir a propriedade da marca Engenharia. Da marca Arquitetura. Da marca Agronomia.

Ele passa a ser dono dessa marca. Tem o direito de explorá-la comercialmente. E esse direito é exclusivamente dele e de quem mais tenha o título profissional compatível, uma vez que a Lei nº 5194/66, em seu art. 5º, veda expressamente o uso da palavra “engenharia” na denominação social de empresa em que a maioria dos sócios que a constituem não possuam a qualificação de engenheiro nem se encontrem regularmente inscritos no órgão fiscalizador.

## **2 MARCA COMERCIAL**

A marca “Engenharia” (ou “Arquitetura” ou “Agronomia”), portanto, é um patrimônio real do qual o profissional toma posse no dia da formatura e passa, a partir daí, a explorar comercialmente. E passa também a ser responsável pela sua manutenção.

A palavra “Agronomia” (ou “Arquitetura” ou “Engenharia”) deixa de ser simplesmente uma designação de atividade profissional e passa a ser um símbolo que representa a segurança, a garantia e um padrão de qualidade, responsabilidade e ética de toda uma categoria.

Uma marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos (bens e serviços) de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações.

A marca pode ser considerada o maior patrimônio que uma empresa possui, pois ela é um fator determinante da preferência dos potenciais compradores e, portanto, o valor da marca está relacionado ao seu potencial de sobrevivência.

Na maioria dos casos, para se obter a propriedade de uma marca é necessário fazer um pedido de registro junto ao INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial. O Registro da marca é federal, portanto garante seu uso exclusivo em todo Território

Nacional em seu ramo de atividade econômica, gerando direitos ao titular que a explora. O sistema de registro de marca adotado pelo Brasil é atributivo de direito. Ou seja, sua propriedade e o seu uso exclusivo só são adquiridos pelo registro.

No caso da Engenharia, da Arquitetura e da Agronomia, a posse da marca está garantido pela lei (número 5194/66) para todos os detentores do título profissional correspondente.

Uma marca pode ser apresentada como Nominativa (constituídas por uma ou mais palavras), Figurativa (constituída por desenho, imagem, figura ou qualquer forma estilizada de letra e número, isoladamente), Mista (constituída pela combinação de elementos nominativos e elementos figurativos), Logotipo (constituído por elementos nominativos, cuja grafia se apresente de forma estilizada ou especialmente desenhada) ou Tridimensional (constituída por uma forma plástica de produto ou de embalagem, cuja forma tenha capacidade distintiva em si mesma e esteja dissociada de qualquer efeito técnico).

No caso da Engenharia, da Arquitetura e da Agronomia, a marca é nominativa. Trata-se de uma palavra e seu significado. E este significado é socialmente construído na cabeça de milhões de brasileiras e brasileiros por milhares de profissionais, por meio do exercício profissional. A maneira com que cada profissional de Arquitetura, de Agronomia ou de Engenharia lida com a sua profissão contribui, de forma positiva ou negativa para a construção ou consolidação de conceitos que as pessoas irão atribuir à marca. O que nos remete ao conceito de Sustentabilidade.

### **3 A SUSTENTABILIDADE DAS PROFISSÕES**

Antes de desenvolver o assunto, é preciso definir o que é que nós entendemos por Profissão Sustentável.

Fui buscar no dicionário o significado da Palavra Sustentável: encontrei “aquilo que pode ser sustentado. Mantido vivo, alimentado”. Portanto, uma profissão sustentável é uma profissão cujas práticas levem à sobrevivência no mundo mantendo (sustentando) os padrões de valorização, respeito e dignidade.

Daí podemos concluir que uma boa profissão não é, necessariamente, uma profissão sustentável. Tudo depende de como a profissão estiver sendo tratada. Que tipo de comprometimentos estiver sendo construído para o futuro da profissão.

Nos mais de vinte anos decorridos desde que saí da faculdade, em 1986, não tenho feito outra coisa senão me confrontar permanentemente com as questões relativas à Valorização Profissional e seus quatro sub-tópicos mais relevantes: Qualidade, Segurança, Flexibilidade e Ética. E não tenho nenhuma dúvida de que essas quatro questões estão intimamente ligadas à questão da sustentabilidade da nossa profissão. Afinal, pensar em sustentabilidade é, automaticamente, pensar no futuro.

Então, as perguntas que cada profissional deve fazer a si próprio (se quiser discutir a sustentabilidade da nossa profissão) são as seguintes:

“Como é que eu, no exercício da Engenharia, da Arquitetura e da Agronomia estou interferindo no futuro da minha profissão?”

“Que ambiente profissional estou deixando de herança para os engenheiros, arquitetos ou agrônomos que estarão se formando daqui a 20 anos?”

São perguntas simples que precisam ser respondidas com sinceridade. Afinal, não precisamos pensar muito para identificar ações no passado (nossas ou de outros colegas profissionais) que produziram as circunstâncias que temos de enfrentar hoje em dia. Nenhum profissional é uma ilha. Tudo o que se faz ou se deixa de fazer, terá consequências para outros profissionais. Tanto as coisas boas quanto as coisas ruins.

“O futuro deixa sempre pegadas no presente, há, portanto, que aprender a reconhecê-las para poder ajudar a construí-lo de forma mais favorável”. Esta frase, da engenheira Elaine Marcial ilustra bem esta questão. Engenheiros, Arquitetos e Agrônomos lidam com o futuro o tempo todo. O futuro é uma de suas matérias primas. É o seu objeto de estudo e trabalho. Afinal, como disse o engenheiro Marcos Túlio de Melo, no seu discurso de posse à presidência do Confea<sup>1</sup> “o que é um projeto técnico senão uma maneira que o homem inventou para criar as condições para o futuro desejado?”.

Engenheiros, Arquitetos e Agrônomos não são contratados apenas para “dar assistência” ou “fazer o melhor que podem”. Eles têm compromisso com os resultados. São contratados para produzir consequências objetivas, visíveis e quantificáveis. O futuro não é tão incerto, como dizem muitos. E os arquitetos, engenheiros e agrônomos sabem disso, pois vivem de antever e forjar o futuro. Uma condição natural da nossa profissão é, justamente, a capacidade de prever os resultados, com precisão matemática.

#### **4 DIMENSÕES DO EXERCÍCIO PROFISSIONAL E A CRISE**

A atuação profissional (o exercício profissional) numa visão mais ampliada dá-se em três dimensões muito importantes:

A dimensão **COMERCIAL** em que se levam em conta o mercado de trabalho, o mercado de oportunidades profissionais e os efeitos das conjunturas locais, nacionais e internacionais.

A dimensão **SOCIAL** em que se manifestam as ações do profissional em relação aos interesses da sociedade. Onde as questões de ética e cidadania se apresentam de forma decisiva e onde sua participação política tem espaço privilegiado;

E a dimensão **POLÍTICO/PROFISSIONAL** em que se evidenciam as ações (ou omissões) do profissional no desenvolvimento institucional da sua profissão, acima de seus interesses particulares, sejam eles pessoais ou comerciais.

No nosso dia-a-dia profissional nos confrontamos permanentemente com as questões comerciais, na busca pela nossa sobrevivência física.

Todos os dias estamos lidando com clientes (tentando conquistá-los ou tentando atendê-los da melhor maneira possível), avaliando investimentos, decidindo sobre contas a pagar, credores, concorrentes, fornecedores, relações com os funcionários e outros compromissos...

Por trás dessas coisas todas, como um monstro que nos espreita permanentemente, está essa maldição que nós nos acostumamos a chamar de **CRISE**. Não passa um

---

<sup>1</sup> 11/FEV/2009 - [http://www.eniopadilha.com.br/index.php?pg=artigos\\_detalhe&id=1046](http://www.eniopadilha.com.br/index.php?pg=artigos_detalhe&id=1046)

único dia sem que essa malvada senhora se apresente (e apresente suas armas) sob as mais diversas formas. Nos levando a acreditar na degeneração dos valores e no apocalipse. A Crise e os problemas do dia-a-dia, muitas vezes nos “empurram” para decisões que reduzem a zero a dimensão social do nosso trabalho.

Pior, roubam-nos o tempo que precisa ser dedicado para os aspectos político/profissionais e as necessárias reflexões sobre a ética e o comportamento social e profissional.

Existe um discurso corrente (e dominante) que supervaloriza a crise e faz apologia ao fim dos tempos. Isso acontece em todos os níveis: pessoal, profissional, social e político. Esse discurso dominante acaba criando nas pessoas uma sensação de impotência. Um estado de desesperança que torna irrelevante os valores éticos e as responsabilidades sociais. As relações profissionais e comerciais são transformadas em um VALE-TUDO sem compromisso com o futuro. Relações comerciais em que o que conta é sobreviver. Levar vantagem, crescer financeiramente. Vencer na vida passou a ser sinônimo de vencer aos outros. Chegar na frente, custe o que custar.

Em defesa da sustentabilidade das profissões, não podemos aceitar o discurso da crise. Não podemos considerar razoáveis as desculpas da falta de dinheiro, da falta de tempo nem da falta de oportunidades.

O que as pessoas chamam de CRISE, devemos chamar de CONJUNTURA. Precisa ser entendida e enfrentada. E não utilizada como desculpa ou justificativa.

Isto não significa uma cegueira empreendedora sem atenção aos perigos reais que a conjuntura apresenta.

Existem problemas? Sim, os problemas realmente existem. Mas existem muitas saídas. Muitas soluções. Muitas alternativas. Muitas possibilidades de ação sobre a conjuntura. Soluções que muitos profissionais não estão sequer considerando porque preferem ficar confortados no discurso da crise.

É preciso, portanto, mais otimismo na nossa visão da profissão, do mercado, do nosso país e até mesmo do mundo.

É fácil ser pessimista. Tem até um certo charme intelectual, uma vez que o pessimista, geralmente, costuma se auto-proclamar “realista”. Mas eu garanto, é mais eficiente e eficaz ser otimista.

## **5 ELEMENTOS PARA O EXERCÍCIO PROFISSIONAL SUSTENTÁVEL**

A sustentabilidade da Marca Engenharia (ou “Arquitetura” ou “Agronomia”) está ligada ao comportamento dos seus praticantes. A percepção que a sociedade tem dessas profissões e dos seus profissionais é construída no dia-a-dia, através de pequenas e grandes ações desempenhadas no exercício profissional.

Uma marca (como a define Carlos Coelho e Paulo Rocha)<sup>2</sup>, “ao contrário do que a maioria das empresas do mercado ainda pensa, não é mais uma idéia única; é antes uma imensa multiplicidade de idéias organizada de forma única”. Isso dá uma idéia da responsabilidade individual do profissional engenheiro (ou arquiteto, ou agrônomo) para com seus colegas espalhados pelo país.

Assim, torna-se importante observar algumas ações que têm maior relevância para esse processo. Dentre essas ações e atitudes destacamos as seguintes:

---

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.ivity-corp.com/> Acesso em 08/01/2010

### **5.1 Agir com Ética, seja qual for a circunstância.**

Não vamos fazer aqui um tratado sobre ética. Já existe muita coisa escrita sobre o assunto. Muitos ensaios publicados, livros, dissertações, teses... Os eventuais problemas de ética profissional que ainda são identificados decorrem muito menos da falta de conhecimento ou de entendimento do tema e sim de desvios imperdoáveis de caráter.

O Código de Ética Profissional da Engenharia, da Arquitetura, da Agronomia, da Geologia, da Geografia e da Meteorologia<sup>3</sup>, com seus 82 artigos, é muito claro e dispensaria maiores detalhamentos. Ainda assim, dois importantes pensadores do sistema profissional se debruçaram sobre o código e, em 2003, publicaram o “Código de Ética Profissional Comentado”<sup>4</sup>, uma leitura que eu recomendo para os que tiverem mais interesse em se inteirar sobre o tema.

Profissionais sem ética podem, eventualmente, obter alguma vantagem, aqui ou ali. Mas são nocivos à categoria profissional. Constituem uma praga que mina e contamina o conjunto dos profissionais e deteriora o valor da marca.

### **5.2 Investir recursos na manutenção da competência**

A Professora Maria Teresa Padilha<sup>5</sup>, de Lisboa, Portugal, tem uma frase que eu considero digna de registro: ela afirma que “o primeiro e mais importante compromisso que um profissional tem com a ética profissional é ser competente!” Isso tem tudo a ver com o conceito de construção coletiva da percepção da sociedade em relação à Profissão e da responsabilidade individual de cada profissional sobre o resultado final.

O seu título profissional de Engenheiro (ou Arquiteto ou Agrônomo) agrega-se às suas características pessoais e passa a fazer parte da sua imagem pública. As pessoas interessam-se pelo desempenho profissional e utilizam essa percepção para ampliar a avaliação pessoal que fazem do indivíduo. Mas não fica só nisso. As pessoas tendem a fazer uma generalização da avaliação do desempenho profissional do indivíduo para toda a categoria.

Assim, se um engenheiro faz alguma coisa bem feita ele é bem avaliado, o que é bom. Mas essa avaliação não é apenas individual. Ela é expandida para o coletivo. Qualquer característica, positiva ou negativa, de um indivíduo (profissional) ecoa na categoria como um todo indivisível.

Os cursos universitários de Arquitetura, de Agronomia e de Engenharia dão ao profissional recém-formado um conjunto de conhecimentos e habilidades que o qualifica para iniciar sua carreira. Todos concordam que, nos primeiros anos após a formatura, é necessário ampliar esses conhecimentos e habilidades através de mais estudos e da obtenção de experiência profissional.

Por isso, praticamente todo profissional recém-formado se dedica ao estudo com muito empenho e entusiasmo, nos dois ou três anos que sucedem à formação universitária. O que pouca gente se dá conta, porém, é que esse processo não deve ser encerrado depois de dois ou três anos. Quem escolhe uma profissão cujo resultado tem um componente intelectual tão intenso como é o caso da Engenharia, da Arquitetura e da Agronomia, tem de ter consciência de que “casou com os livros”.

---

<sup>3</sup> Disponível em <http://normativos.confex.org.br/downloads/1002-02.pdf> (acesso em 08/01/2010)

<sup>4</sup> MACEDO, E.F. Pusch, J.B. **Código de ética profissional comentado**. Brasília: Confea. 2003. 248pág.

<sup>5</sup> nenhum parentesco, infelizmente

Vai continuar estudando pelo resto da vida. Precisa se manter atualizado. Precisa assinar revistas técnicas, manter uma biblioteca atualizada, participar de cursos, seminários, simpósios e congressos da sua especialidade, visitar feiras, fazer viagens de estudo...

Isto não acaba quando você se forma. É o processo permanente de manutenção da competência profissional. Estudar, estudar e estudar. É isto o que distingue os grandes profissionais daqueles que engrossam as estatísticas dos profissionais “maisomenos”.

### **5.3 Envolver-se nas atividades das organizações profissionais**

Ninguém questiona o fato de que a valorização profissional e o engrandecimento da marca profissional no mercado passa pelo fortalecimento das Entidades de Classe.

Mas o que é uma Entidade de Classe Forte? Se um dirigente pretende fortalecer as entidades de classe, como podemos avaliar o seu desempenho nessa missão? E por que existe esse consenso de que Entidade de Classe Forte é igual à profissão forte e valorizada?

Vamos por partes. E começamos pela última questão: Entidades de Classe são organizações que, geralmente, são bem acolhidas pela sociedade. Em geral, são vistas como uma manifestação coletiva dos indivíduos que a compõem. Uma espécie de representante do pensamento do grupo na sociedade. Por serem organizações que brotam de dentro pra fora (e de baixo pra cima, fruto da vontade de seus integrantes originais) são, geralmente, consideradas mais legítimas do que organizações que existem para dar suporte a determinações legais (como os conselhos e sindicatos).

Em outras palavras, as entidades de classe são a parte, digamos assim, pura, das organizações do sistema. Ou, pelo menos, é assim que são vistas pela sociedade. Se elas forem fortes e determinantes a profissão que ela representa tende a ser considerado forte e determinante também.

E o que é ser uma entidade forte e determinante? É ser percebida, pela sociedade, como uma instituição que precisa ser ouvida e respeitada nas questões que envolvem o objeto da profissão representada. Se, numa determinada cidade, a prefeitura promove uma discussão sobre saúde pública e dela não participa, de forma determinante, a Associação Médica local, podemos ter certeza de que essa entidade de classe não é forte. Da mesma forma, uma Entidade de Classe de Engenharia, de Arquitetura ou de Agronomia, para ser considerada forte, precisa estar presente, de forma determinante, em todas as discussões da região que envolvem os objetos de interesse dessas profissões (isto significa praticamente toda a atividade social da região).

Por isso, ser presidente, membro da diretoria ou participante ativo da sua entidade de classe é tão interessante e constitui uma contribuição tão relevante para o engrandecimento da categoria e a valorização profissional.

Participar da Entidade de Classe e trabalhar pelo seu funcionamento e crescimento, tarefa que geralmente consome tempo e energia sem nenhuma contrapartida direta é um gesto de desprendimento que caracteriza os profissionais que desejam verdadeiramente que a profissão seja valorizada e que a marca profissional permaneça viva (e forte) na mente das pessoas.

#### **5.4 Trocar informações profissionais com os colegas sem objetivar vantagens pessoais.**

Como foi visto acima, bons profissionais investem seus recursos (tempo, energia, dinheiro...) na manutenção dos seus conhecimentos e habilidades, visando permanecer na zona de competência que engrandeça a sua marca profissional. Mas nem todos fazem isto, o que significa que isolar-se num padrão de competência excepcional parece ser a conquista de um diferencial competitivo muito interessante.

Porém, quando avaliamos a questão com visão de longo prazo e sob a ótica da valorização profissional percebemos que este não parece ser o caminho.

Do ponto de vista do marketing o melhor que pode acontecer a uma marca é expandir seu mercado para um contingente cada vez maior. Quanto mais gente disposta a comprar os produtos de uma determinada marca mais estável esse mercado se torna e mais confortável é a vida de todos os competidores.

Portanto, estrategicamente não é um bom negócio “esconder o jogo” ou dificultar aos nossos colegas o acesso aos conhecimentos que adquirimos ou desenvolvemos. Devemos partir do princípio que o mercado da Arquitetura, da Engenharia ou da Agronomia será melhor (mais interessante) se houver um número cada vez maior de praticantes competentes e capazes, pois isso provocará o crescimento do número de clientes com melhor capacidade de julgamento e, conseqüentemente, maior disposição para remunerar adequadamente esse trabalho.

Há algum tempo conversei com um colega engenheiro sobre um livro de gestão de negócios que eu havia recomendado a ele. Ele se mostrou muito satisfeito. Disse que havia gostado muito da leitura e que até havia aplicado (com resultados positivos) no seu próprio escritório.

Eu perguntei se ele havia recomendado o livro aos colegas da Associação de Engenheiros (ele faz parte da diretoria da entidade). Ele me olhou com cara de espanto e falou com a maior simplicidade: “Claro que não! Essas coisas a gente guarda só pra gente! Não vou ficar entregando o ouro pro bandido, né?”

Não me contive (raramente me contenho, nessas situações). Passei-lhe um sermão. Onde já se viu achar que o concorrente é inimigo ou que privá-lo de informações dessa natureza é uma estratégia inteligente? É preciso ser generoso no intercâmbio de idéias e informações.

“Ah, mas eles também, quando têm alguma informação interessante não passam pra gente!”. E por acaso eles estão certos? Estão construindo uma engenharia melhor com esse tipo de atitude? Estão se preocupando com a sustentabilidade da profissão ou apenas com a sua própria sobrevivência?

O engrandecimento coletivo da categoria é muito mais importante do que o enriquecimento individual, ainda que este conceito não pareça tão óbvio. O indivíduo é sempre muito vulnerável quando isolado. Neste sentido, ainda que haja riscos, é necessário fortalecer o grupo, fornecendo-lhe elementos que propiciem o enriquecimento. A concessão de informações (que, como já foi visto, é um bem valioso), deve ser uma prática estimulada pelas entidades de classe e pelos profissionais individualmente (especialmente aqueles que fazem parte das lideranças profissionais)

Tenho a impressão de que as minhas palavras não tiveram efeito no meu colega. Mas eu tentei.



### **5.5 Não investir energias nas brigas internas das profissões**

Uma praga terrível, que arrasa nosso ambiente profissional e ameaça a sustentabilidade das nossas profissões são as brigas internas. Arquitetos brigam com Engenheiros Civis, que brigam com Engenheiros Eletricistas, que brigam com os técnicos, que brigam com os Agrônomos...

Enquanto o mundo lá fora segue seu rumo. Sem nós.

É muito comum que a análise dessa questão (das brigas internas) seja feita de forma superficial, exacerbando ânimos ou minimizando exageradamente as motivações. No entanto, acredito que deveríamos observar melhor as razões de cada lado, para propor uma ação diferente da usual.

O nosso sistema profissional (Crea, Confea...) foi concebido (e ampliado, posteriormente) sobre um pressuposto equivocado: o de que engenheiros, arquitetos e agrônomos são profissionais semelhantes com algumas diferenças. A verdade é que são profissionais muito diferentes e que apresentam alguns (poucos) pontos convergentes.

Medicina, Enfermagem, Odontologia e Fisioterapia têm muito mais em comum (em termos de características dos profissionais, processo de formação, exercício profissional, público-alvo) do que Engenharia, Arquitetura e Agronomia. Mas ninguém nem imagina reunir Médicos, Dentistas, Enfermeiros e Fisioterapeutas num único sistema profissional. Muito menos associar técnicos e Tecnólogos em Enfermagem, Protéticos ou Massoterapeutas a nenhum desses Conselhos.

Os processos de formação de engenheiros, arquitetos e agrônomos são muito diferentes. Por conta disso e por conta da natureza do exercício profissional de cada um deles, esses profissionais têm visões de mundo distintas. Têm estilos de vida diferentes. Têm suas próprias crenças e valores. E disso decorre que eles têm diferentes expectativas sobre o que um Conselho Profissional ou uma Entidade de Classe pode ou deve representar.

Entre engenheiros e arquitetos existe, é verdade, uma sobreposição e uma coincidência de atividades na área de construção. Mas a verdade é que engenheiros e arquitetos olham para a mesma obra de construção e veem coisas distintas, porque têm olhares diferentes.

A discussão sobre se cada modalidade profissional deveria ou não ter o seu próprio Conselho, neste momento eu considero secundária. Isto não resolveria este problema, pois a relação entre os profissionais não pode ser extinta por decreto. É o mercado que determina isso.

Acredito até que o Sistema Confea/Crea pode sobreviver e progredir congregando esses profissionais diferentes. O que precisa é mudar o pressuposto: aceitar que as profissões são diferentes. Os profissionais que as exercem são diferentes. Têm diferentes visões do mundo e diferentes expectativas. E que o Conselho precisa dar conta disso.

O pressuposto dominante hoje é o de que o Sistema pode ter ações que atendam a todas as demandas, necessidades e expectativas simultaneamente. Isso não existe. Por isso é que tudo o que o Crea faz acaba desagradando a todos. Ninguém se sente plenamente atendido porque todas as ações são uma colcha de retalhos que precisa atender a dezenas de interesses e expectativas distintas.

Deveria haver ações que atendessem plenamente a arquitetos (mesmo que desagradasse a engenheiros e agrônomos); outras ações ou atividades que

satisfizessem completamente engenheiros ou agrônomos (mesmo que arquitetos torcessem o nariz). É claro que para isso teria de haver um pacto de generosidade entre os envolvidos. Enquanto todos os integrantes do sistema assumirem uma posição de ferrenhos defensores dos seus próprios interesses o sistema não funcionará e nem justificará sua existência.

O que estamos sugerindo, portanto, é que os profissionais abandonem a postura bélica e compreendam que Engenheiros e Arquitetos têm interesses comuns e que a sustentabilidade dessas profissões depende muito da união desses interesses (mesmo que, nesse futuro, os profissionais estejam separados em Conselhos Profissionais próprios). Todo o tempo e toda a energia despendida nessas brigas são recursos que seriam muito melhor empregados na valorização das respectivas marcas e, portanto, um investimento na sustentabilidade das profissões.

Se cada profissional, individualmente, tomasse a decisão de ter um olhar mais generoso para as outras categorias, evitasse as piadinhas preconceituosas e de mau gosto, e reconhecesse o direito do outro a ocupar espaços profissionais comuns, deixando ao mercado e à sociedade a escolha, acredito que teríamos menos brigas internas e mais valorização profissional para todo mundo.

## 5.6 Tratar bem os empregados e subordinados

A construção de marcas fortes nunca se dá com uma estratégia baseada em poucos movimentos ou ataques a poucos grupos de potenciais interessados. Essa conquista demanda uma estratégia de alcance amplo e a abordagem de múltiplos **stakeholders**<sup>6</sup>.

O exercício da profissão de engenheiro, de arquiteto ou de agrônomo, pela sua própria característica, geralmente coloca o profissional na posição de comando, com poderes sobre o espaço de trabalho e autoridade sobre os demais agentes. E todos conhecemos a frase de Abraham Harold Maslow<sup>7</sup>: "Se quiser por à prova o caráter de um homem, dê-lhe poder."

Ter poder e autoridade é um desafio. E, no caso de engenheiros, arquitetos e agrônomos, uma responsabilidade. O caráter que o indivíduo deixará vir à tona com suas atitudes no exercício do poder ecoará na percepção coletiva da sociedade sobre o caráter dos engenheiros, dos arquitetos e dos agrônomos em geral.

No caso específico das nossas profissões, no Brasil, temos uma circunstância que torna essa tarefa ainda mais complicada: como já foi dito acima, nosso trabalho decorre do uso intensivo de recursos intelectuais. A ciência e a tecnologia são a fonte primária (matéria prima) do nosso trabalho. Por outro lado, ao contrário de médicos, dentistas e advogados, que concebem e executam pessoalmente seus trabalhos, mantendo total controle do processo produtivo, no nosso caso muitas vezes, assim que sai da nossa mão, a execução passa para as mãos de pessoas com um nível de preparo intelectual muitos degraus abaixo. Por mais que sejamos compreensivos e generosos, fica difícil suportar essa aflição. Especialmente quando (e isso não é raro) a outra parte, além de ignorante é arrogante e resistente. A pressão para a reação explosiva, deselegante e grosseira é real (e compreensível).

---

<sup>6</sup> **Stakeholder** é todo indivíduo (ou grupo de indivíduos) que tem com a organização uma relação de propriedade ou de interesse. **Stakeholder Primário** (acionistas, empregados, consumidores e fornecedores); e **Stakeholder Secundário** (comunidade, governo e sociedade).

<sup>7</sup> Aquele mesmo da pirâmide com a hierarquia das necessidades.

Mas é inadmissível! Reconhecer as limitações alheias é parte do nosso trabalho. Além do mais, aquilo que parece “limitação alheia” pode ser simplesmente reflexo da nossa incapacidade de comunicar adequadamente as questões relativas ao trabalho. Se uma parte importante do nosso trabalho precisa ser executado por terceiros então é nossa obrigação desenvolver mecanismos de comunicação que seja eficiente para que essas pessoas possam desempenhar o seu papel à nosso contento. Um engenheiro não pode, simplesmente, colocar as culpas no empregado que não entendeu as instruções. É possível (e muito provável) que as instruções tenham sido dadas de forma equivocada ou com insuficiência de informações.

Empregados e subordinados precisam ser tratados como aliados. Agentes importantes do processo. E, além de tudo, são pessoas. E todas as relações pessoais são objetos do marketing e devem ser do interesse de quem esteja interessado em construir e manter sustentável uma marca.

### **5.7 Não explorar os fornecedores**

Na mentalidade empresarial brasileira o fornecedor sempre foi tratado como extensão da propriedade do cliente. Algo ou alguém que existia apenas para servir, atender, satisfazer as necessidades, anseios, desejos, etc. Tradicionalmente, clientes empresariais sempre se consideraram a parte forte e privilegiada na relação cliente x fornecedor.

Muitos engenheiros, arquitetos e agrônomos se estabelecem no mercado como autônomos ou empresários e assumem essa postura arrogante e prepotente em relação aos seus fornecedores, julgando que eles estejam num degrau hierárquico inferior.

Grande erro!

Hoje sabemos (ou, por outra, precisamos saber) que o fornecedor é algo ou alguém com vida própria. Com seus próprios interesses, com as suas razões. O fornecedor não existe apenas para nos servir. Ele precisa ter resultados. E, para obter esses resultados ele vai ao mercado, analisa, pesquisa e age. Agindo, ele interfere. E assim, muda alguma coisa na nossa vida, mesmo que a ação desse fornecedor não tenha sido diretamente ligada à relação dele com a nossa empresa.

Profissionais e empresas de Engenharia, de Arquitetura e de Agronomia têm muitos fornecedores, ainda que nem percebam. São atendidas por empresas e profissionais de informática, contabilidade, limpeza, propaganda, oficinas mecânicas, além de outros serviços de engenharia e arquitetura. Administrar a relação de tantos interesses interligados não é tarefa fácil. Requer sensibilidade, tino comercial e cultura mercadológica. Errar a mão nessa tarefa não é tão raro. É preciso estar atento.

### **5.8 Cumprir as promessas feitas, mesmo que não estejam escritas em orçamentos e contratos.**

Quem já estudou alguma coisinha sobre marketing de serviços em geral (e de marketing para Engenharia, Arquitetura e Agronomia em particular) já deve ter sido apresentado às Características da Prestação de Serviços. Aquele conjunto de coisas que torna a tarefa de vender serviços uma coisa tão complicada (definitivamente, não é para principiantes)

Apenas para lembrar, as principais características da prestação de serviços são: Intangibilidade, Inseparabilidade, Variabilidade, a Inarmazenabilidade (também

conhecida como Perecibilidade), Improtegiabilidade e Precificação Subjetiva. Além disso, os serviços de Engenharia, de Arquitetura e de Agronomia apresentam ainda outras quatro características particulares: É um produto de consumo restrito (não é produto de consumo de massa); É um produto com alto componente intelectual agregado; é um produto intermediário (não é produto final) e é um produto sem vantagens e benefícios evidentes ao cliente<sup>8</sup>.

A mais importante e fundamental de todas essas características é, sem dúvida, a Intangibilidade. Serviços são essencialmente intangíveis. Não podem ser experimentados antes de serem comprados. A negociação de serviços depende fortemente de o potencial cliente acreditar no que o fornecedor está prometendo.

Ou seja: credibilidade é a palavra chave. Para fornecedores de serviços, Credibilidade assume o status de patrimônio individual e deve ser construído e sustentado com requintes de capricho. E, como estamos vendo ao longo deste artigo, tudo o que faz bem para o marketing de um profissional individualmente é bom e importante para o coletivo (e a recíproca é verdadeira). Engenheiros, Arquitetos e Agrônomos zelar pela sua credibilidade. Precisam construir e manter uma reputação de que suas promessas são verdadeiras e que a palavra dita é valiosa.

Devem ficar atentos ao que dizem e prometem pois precisam cumprir (integralmente) esses compromissos. Cada promessa cumprida, cada compromisso honrado, cada dívida paga contará pontos na construção da credibilidade.

Cada arquiteto, cada engenheiro, cada agrônomo reconhecido como “pessoa que cumpre o que promete” e que “honra seus compromissos” estará construindo sua própria credibilidade. Mas estará também construindo a sustentabilidade e a valorização profissional.

### **5.9 Não praticar e nem tolerar o Acobertamento.**

Para quem não sabe, acobertamento é o nome que se dá a uma prática profissional de alguns engenheiros e arquitetos que consiste em emprestar o seu nome (e seu título profissional, sua habilitação legal) para dar cobertura legal a serviços que não tenham sido efetivamente realizados por profissionais habilitados. É o que ocorre, por exemplo, quando um engenheiro assina um “projeto arquitetônico” elaborado por um desenhista e fornece a Anotação de Responsabilidade Técnica correspondente, sem ter tido nenhuma participação no trabalho.

São os caneteiros, assinadores de planta, capachos de desenhistas... Essa raça nefasta de levianos irresponsáveis que desgraça a profissão, jogando lama sobre tantos anos de dedicação e sacrifícios deles próprios e também dos seus colegas. Esse bando que não realiza nada, nunca. E que, por isso, nunca se realiza profissionalmente. Que não sente orgulho do que faz. Que não tem dignidade profissional.

Os acobertadores constituem um pequeno grupo (e têm seus similares em qualquer outra profissão, não há dúvida). Nunca representam mais do que oito ou dez por cento de uma determinada comunidade profissional. Mas o estrago que conseguem fazer é uma coisa descomunal. São uma praga. Um câncer. Uma desgraça!

---

<sup>8</sup> O livro *MARKETING PARA ENGENHARIA, ARQUITETURA E AGRONOMIA* (7ª edição, 2008 – pág. 25-49) apresenta essas características com detalhes.

É um problema que precisa ser enfrentado com coragem e determinação. Acredito que o sistema profissional (Confea/Crea /Entidades de Classe/Sindicatos...) precisa declarar uma luta sem tréguas a essa causa. A prática do acobertamento precisa ser considerada falta gravíssima e o castigo precisa ser extremamente severo, pois trata-se de um desvio que leva às mais nocivas conseqüências para a profissão.

Observe que nenhum estudante de Engenharia, Arquitetura ou Agronomia "sonha" em ser um caneteiro. Nenhum profissional recém-formado quer ser um acobertador... A escolha desse caminho se dá por: Fraqueza de Princípios, Dificuldades Naturais do Mercado, Impunidade Legal e Impunidade Moral.

A **Fraqueza de Princípios** pode e deve ser combatida durante o processo de formação, com a Inclusão Profissional, que deve ser promovida pelo sistema (Confea/Crea/Entidades de Classe, Sindicatos...) através de palestras, cursos, seminários, eventos sociais e esportivos cujo objetivo é a transmissão dos preceitos éticos e morais do exercício da profissão. O Código de Ética profissional precisa ser introduzido nas universidades e sua discussão e prática deve ser permanente. Da festa do calouro ao dia da formatura. O estudante de Agronomia, de Engenharia, de Arquitetura precisa se sentir DENTRO. Precisa sentir-se Engenheiro, Arquiteto e Agrônomo, desde o primeiro dia de aula. Só assim irá desenvolver o necessário sentimento de respeito e ética para com os colegas.

As **Dificuldades Naturais do Mercado** são outra explicação (não justificativa) para o desvio que alguns colegas tomam em direção à prática do acobertamento. Pode ser combatida com informação, treinamento e preparo empresarial. Se o profissional não sabe como enfrentar as dificuldades naturais do mercado, precisa fazer cursos de gestão empresarial, marketing, administração de custos, relacionamentos interpessoais... essas coisas que, infelizmente, ainda não temos nas Escolas de Engenharia, de Arquitetura e de Agronomia. É preciso aprender uma coisa simples: ganha-se mais trabalhando direito. E ainda tem a vantagem de que isto nos dá realização profissional e dignidade (leia-se "valorização profissional")

A **Impunidade Legal**, bem como a **Impunidade Moral** são responsabilidades do sistema e também nossa. De cada profissional individualmente.

O sistema precisa criar mecanismos para punir com maior RAPIDEZ e RIGOR os casos de acobertamento. Nós, profissionais, precisamos ser menos tolerantes com esse desvio moral. Não podemos mais fechar os olhos e fazer de conta que não é conosco.

As entidades de classe precisam ter uma comissão permanente de "patrulha" e esclarecimento (o primeiro estágio) para fazer um "policciamento ostensivo" e impedir que um desvio eventual se torne uma prática profissional permanente. É preciso eliminar a possibilidade de um profissional acobertador sentir-se confortável ou seguro. É preciso dar a ele apenas uma saída. Apenas um caminho. O retorno à prática profissional digna e correta. Essa luta é de todos. De toda a classe. Não é uma coisa pontual.

Se eu, um engenheiro eletricista, estiver cometendo acobertamento, o meu colega agrônomo, que pensa que não tem nada a ver com isso, estará, também, pagando uma parte da conta. Valorização profissional é um conceito muito complexo. Difícil de ser obtido. A maior dificuldade está justamente no fato de que é uma conquista coletiva. Depende de todos e de cada um.

### 5.10 Progredir Profissionalmente

Progredir profissionalmente não é apenas um direito do engenheiro, do arquiteto ou do agrônomo. É uma obrigação.

Ao se formar na universidade e tornar-se “sócio” da marca ele assume o compromisso de engrandecê-la. Não pode constituir-se apenas em explorador do mercado. Tem a obrigação de desenvolvê-lo.

Quando um profissional de Engenharia ou de Arquitetura ou de Agronomia abre o seu escritório ou sua empresa ele precisa perceber que está assumindo a responsabilidade de representar todos os seus colegas. E ele precisa perseguir o sucesso profissional e o progresso empresarial, em nome de todos os seus colegas engenheiros, arquitetos ou agrônomos.

Cada colega que cresce, progride e vence obstáculos no mercado é um agente merecedor da nossa reverência. Todo profissional bem sucedido merece o respeito dos demais colegas, pois está prestando a eles um grande serviço. Crescer no mercado, com dignidade, com honestidade e com competência é uma das mais importantes contribuições que um engenheiro, arquiteto ou agrônomo pode dar para a valorização profissional.

### CONCLUSÕES E PROPOSTAS PARA DISCUSSÃO

Valorização Profissional e Sustentabilidade são conceitos amplos e que podem ser abordados de diversas maneiras. Neste artigo fizemos uma abordagem mercadológica, assumindo que Engenharia, Arquitetura e Agronomia são marcas com valor comercial e que engenheiros, arquitetos e agrônomos, na data de suas formaturas, conquistam o direito de explorar comercialmente essas marcas.

Mais que isso, assumem a responsabilidade pela manutenção dessas marcas e pela sua valorização. E que essa sustentabilidade passa por todas as atividades individuais de marketing e relacionamento com o mercado, o que nos remete a uma consideração interessante: uma vez formado engenheiro, arquiteto ou agrônomo, o profissional deve se sentir parte de uma irmandade ou confraria. Tem compromissos éticos com seus pares e tem a obrigação de progredir e ser bem sucedido.

Deve honrar o juramento que fez no dia da formatura

**Juramento do Engenheiro:** "Prometo que, no cumprimento do meu dever de Engenheiro, não me deixarei cegar pelo brilho excessivo da tecnologia, de forma a não me esquecer de que trabalho para o bem do Homem e não da máquina. Respeitarei a natureza, evitando projetar ou construir equipamentos que destruam o equilíbrio ecológico ou poluam, além de colocar todo o meu conhecimento científico a serviço do conforto e desenvolvimento da humanidade. Assim sendo, estarei em paz Comigo e com Deus."

**Juramento do Arquiteto:** "Juro, no cumprimento do meu dever de Arquiteto e Urbanista, exercer a função dentro dos princípios da ética, da integridade, da honestidade e da lealdade; respeitar a Constituição Federal, o Código de Ética profissional e as normas institucionais; buscar aperfeiçoamento contínuo e contribuir, com meu trabalho, para uma sociedade mais justa e humana"

**Juramento do Agrônomo:** "Prometo que, no cumprimento do meu dever de Engenheiro Agrônomo, não me deixarei cegar pelo brilho excessivo da tecnologia, esquecendo-me completamente de que trabalho para o bem do homem e não da Máquina; respeitarei a Natureza, evitando que destruam o equilíbrio ecológico ou

poluam, colocarei todo o meu conhecimento científico a serviço da Agricultura da Humanidade; assim sendo, estarei em paz comigo e com Deus. Assim Prometo”

E, posso garantir, não é necessário fazer muito mais do que isso.

As questões colocadas neste artigo levantam, certamente, algumas demandas para os profissionais e para as entidades, especialmente no que concerne à visão que cada parte tem da sua participação no processo de Valorização e Sustentabilidade das Profissões.

A primeira questão, evidentemente, é a que permeia todo o artigo e é endereçada a cada profissional individualmente: como é que cada profissional pode contribuir para a valorização profissional e a sustentabilidade da marca “Engenharia” (ou “Arquitetura”, ou “Agronomia”)? Evidentemente, não existe uma resposta única para esta questão e sim uma lista imensa de pequenas e grandes ações que devem ser empreendidas.

As questões seguintes são endereçadas às organizações do sistema: como agir sobre os estudantes de Engenharia, de Arquitetura e de Agronomia para que eles, desde os primeiros meses de formação profissional sejam informados das obrigações e responsabilidades coletivas envolvidas no exercício das suas profissões? Como fazer com que eles se sintam incluídos no universo profissional e, portanto, responsáveis pelas consequências das suas atitudes e omissões?

Como as entidades do Sistema Profissional (Crea, Confea, Mútua, Entidades de Classe, Sindicatos) podem contribuir para o fortalecimento desse conceito junto aos profissionais, através de ações de marketing institucional e gestões junto às instituições de ensino?

Como será possível estimular os profissionais a investir na interdisciplinaridade das suas atuações profissionais, de tal maneira que cada um veja nos colegas de outras formações não um diferente e sim um complemento para aquilo que ele próprio representa?

## ÊNIO PADILHA

Engenheiro eletricista | Crea-SC 21964-8 | RNP 250109377-1

<http://www.eniopadilha.com.br> | [ep@eniopadilha.com.br](mailto:ep@eniopadilha.com.br)

47-3361-7555 – 47-9609-1934