RBMT
www.rbmt.com.br
Notícias sem moagem
Com jornalista
Leonardo de Oliveira
Segunda-Feira, 01 de Setembro de 2025

Menos redes sociais, mais resultados reais

As redes sociais se consolidaram, nos últimos anos, como importantes ferramentas de comunicação, influência e visibilidade. Empresas, líderes e profissionais têm recorrido a esses canais para compartilhar registros de reuniões, workshops, palestras e treinamentos. Muitas vezes, esses registros são apresentados como símbolos de produtividade e transformação.

No entanto, cresce um fenômeno preocupante: a cultura da "foto para o post" como finalidade em si mesma. Nesse cenário, a execução e os resultados efetivos acabam ficando em segundo plano.

Eventos corporativos, capacitações e encontros estratégicos são, sem dúvida, relevantes. O problema surge quando a divulgação se sobrepõe ao conteúdo. Cria-se a impressão de que apenas o debate ou a exposição pública já representam avanço.

O flipchart cheio de ideias, o vídeo motivacional e a foto do encontro de equipe circulam amplamente. Depois disso, pouco se fala sobre o que foi implementado, quais indicadores evoluíram ou quais entregas concretas se realizaram.

Essa distorção não está restrita ao setor público, historicamente mais afeito à propaganda do que à execução. Essa tendência chegou também ao setor privado, onde cresce a tentação de priorizar a narrativa de sucesso nas redes sociais em detrimento da verdadeira eficiência operacional.

É preciso lembrar que reuniões, treinamentos e brainstormings são apenas o ponto de partida. O valor real está na implementação das ideias. Está na capacidade de corrigir rotas, acompanhar resultados e entregar de forma consistente. Quando essa energia não se traduz em ação, o discurso se esvazia.

Algumas perguntas precisam estar sempre presentes. Quais decisões concretas resultaram daquela reunião tão divulgada? Que ações nasceram do último workshop? Como evoluíram os indicadores após determinado treinamento? Se não há respostas claras, é sinal de que o foco está no lugar errado.

Quando a validação social se torna mais importante que os resultados, cria-se um ambiente em que parecer produtivo vale mais do que ser produtivo. Isso gera frustração em equipes. E alimenta um ciclo de superficialidade, no qual empresas investem mais em contar boas histórias do que em vivê-las.

Esse debate se torna ainda mais relevante diante de dados recentes. O brasileiro passa, em média, 9 horas e 13 minutos por dia conectado à internet e cerca de 3 horas e 49 minutos apenas em redes sociais - um dos índices mais altos do mundo. O WhatsApp e o Instagram estão entre os aplicativos mais utilizados, alcançando respectivamente cerca de 94% e 91% dos internautas do país. Esses números evidenciam o quanto o tempo das pessoas está concentrado nesses ambientes. E mostram também o risco de que a exposição se sobreponha à substância.

O uso das redes sociais é legítimo e necessário. Servem para compartilhar conhecimento, fortalecer marcas e inspirar mudanças. Mas não podem substituir a realidade. Vivemos em um contexto no qual a narrativa tende a ganhar mais espaço que a execução. Enquanto políticos transformam mandatos em campanhas permanentes, empresas correm o risco de substituir entregas concretas por discursos bem elaborados.

É hora de inverter essa lógica. Não basta aplaudir registros fotográficos. É preciso cobrar resultados. No mundo real, o que importa não é a quantidade de curtidas, mas o que efetivamente foi realizado. Discurso só se transforma em valor quando acompanhado de resultados tangíveis.

Júnior Macagnam é empresário do setor de comércio e serviço há mais de 20 anos e atualmente preside a Câmara de Dirigentes Lojistas de Cuiabá (CDL Cuiabá)