

O discurso motivador por meio da auto-ajuda no mundo do trabalho

Givaldo César Borzillo

Resumo

A ampliação do volume de mercadorias comercializadas internacionalmente desde o início da última década tem provocado uma maior procura pela implantação de programas de Qualidade Total no Brasil. Tal fato, iniciado por grandes empresas do setor privado, tende a expandir-se para as pequenas e médias empresas na medida em que este segmento, além de grande gerador de empregos, poderá vir a ampliar as exportações brasileiras e assim contribuir para uma maior equilíbrio da balança comercial do país.

Nesse sentido, o SEBRAE tem oferecido às pequenas e médias empresas programas de implantação da Qualidade Total. Para vender seus programas tem promovido palestras preliminares que visam sensibilizar e motivar empresários e trabalhadores a adesão à Qualidade Total. Este trabalho versa sobre a análise desse tipo de palestra.

Motivação e o atual estágio da globalização

Conforme a análise de vários autores como Hirst & Thompson (1998) a globalização econômica não é um fenômeno recente, mas é um processo que vem acontecendo há séculos e relaciona-se à própria história do desenvolvimento do sistema capitalista. A eliminação de barreiras comerciais e a conseqüente liberalização do comércio internacional, que resultou na criação de áreas livres de comércio, têm sido marcadas pela ação política dos Estados portanto, não é um processo que diminua ou leve ao fim da intervenção do Estado na esfera econômica, mas uma atuação sintonizada com os interesses do capital financeiro. Considerando-se as reformas político-sociais, de cunho neoliberal, que vêm ocorrendo, desde os anos setenta em países do chamado capitalismo central como a Inglaterra, podemos dizer que, nesses países, o Estado tem diminuído muito mais o seu poder de intervenção na esfera social do que na esfera econômica. Eliminam-se os mecanismos de proteção social, construídos pelo chamado *Estado de Bem Estar Social*, em função de fatores tais como o declínio de suas receitas que, por sua vez decorre da queda no crescimento econômico mundial, diretamente relacionado à crescente financeirização do sistema, ocorrida desde a quebra do padrão ouro-dólar nos anos 60 e a liberalização do mercado de ações em 1986, promovido pela Inglaterra.

Nesse sentido, a dinâmica dos mercados financeiros globalizados, que hoje operam em tempo real, vem impondo seu ritmo à ação dos Estados e também ao maior ou menor crescimento econômico das regiões que dependem do fluxo de capital especulativo. É nesse contexto que presenciamos uma forte concentração de capitais em mercados mais seguros dos países mais ricos e uma grande diminuição de investimentos em países mais pobres, cujos indicadores econômicos – descontrolado da dívida pública, déficit comercial, endividamento do setor privado, baixa atividade industrial – os tornam pouco atraentes aos investidores internacionais. Portanto, o problema do desemprego não afeta os países capitalistas da mesma forma, pois relaciona-se a essa complexa e vulnerável configuração do quadro econômico mundial. Inserir-se e manter-se, hoje, no sistema capitalista significa corresponder às expectativas econômicas internacionais, na medida em que não é mais possível sustentar a hipótese de que existam economias de base predominantemente nacional em países onde o capitalismo é mais desenvolvido ou naqueles cujo desenvolvimento depende do capital e da tecnologia internacionais. Corresponder a tais expectativas significa atender às regras do rigor monetário, do crescimento sem endividamento, da liberalização comercial, do pagamento em dia aos credores e também produzir dentro dos padrões internacionais de qualidade já que o aumento nas exportações é condição fundamental para manter-se no sistema.

É considerando a complexidade do atual quadro econômico mundial que devemos entender a maior procura, no Brasil e em toda a América Latina, por certificações da ISO 9000. No Brasil, as certificações tiveram início nos anos oitenta no setor eletroeletrônicos, em função das exigências ditadas pela concorrência mundial nesse campo.

O certificado, renovado periodicamente, visa comprovar para o mercado a gestão de programas de Qualidade Total e assim, garantir a qualidade dos produtos, conforme os critérios do comércio internacional.

Teóricos da Qualidade Total como Deming, Juran e Crosby defendem a tese de que um dos pilares desses programas de gestão é a motivação do trabalhador para uma atuação crítica e criativa dentro da empresa, com a finalidade de diminuir custos e ampliar a qualidade dos produtos, tornando-os mais competitivos. Para tais teóricos, diretores e gerentes atuam como motivadores de equipes de trabalho, agindo na eliminação das barreiras hierárquicas que impedem a co-participação do trabalhador e sua contribuição integral ao sucesso da empresa. O trabalhador da gestão da

Qualidade Total precisa mudar sua visão sobre o trabalho, deixando de ver-se como mais uma peça na engrenagem, passando a comprometer-se como co-responsável pela gestão e manutenção da qualidade. Para atingir tal objetivo o motivador deve atuar de forma sistemática visando mudar a mentalidade do trabalhador frente ao trabalho e, assim, eliminar a separação que esse faz entre capital e trabalho. Para tanto, o bom motivador é aquele que consegue uma mudança de comportamento integral do trabalhador, não apenas no ambiente de trabalho, mas também em outros níveis da sua vida tais como a família, a educação, o lazer e outros. Daí a afirmação, muito difundida no ambiente das empresas, segundo a qual, para que o trabalhador goste do que faz é preciso que seja feliz e tenha boa qualidade de vida fora da empresa. Esse é o requisito para ser um trabalhador da qualidade total dentro da empresa.

Segundo Laboyer (1994), um dos maiores empecilhos para o êxito dos programas da Qualidade Total é vencer a desmotivação geral que existe fora do ambiente de trabalho e que está relacionada ao alto nível de exigências que se faz do trabalhador, no sentido de que tenha versatilidade, conhecimento, felicidade e prazer no trabalho. Segundo o autor, desfez-se a noção de empregabilidade e construiu-se a noção de que o trabalho não é mais um meio de subsistência e sim um meio de realização pessoal, em que frustrações não são admitidas. Para a grande maioria dos trabalhadores, o mundo do trabalho passa a ser visto como um privilégio de poucos. Combinando-se esse perfil esperado do trabalhador feliz – fortemente propagado pelos gestores da Qualidade Total – com a diminuição no número de empregos em função da globalização, tem-se, segundo o referido autor, uma crise da globalização que traz em si uma crise de motivações, as quais, só serão superadas por meio da reorganização, no plano psicológico e no plano social, dos sistemas de trabalho.

Para Leboyer (1994), a preocupação mundial em relação à qualidade e a produtividade resultará em saídas diferenciadas de acordo com a cultura de cada país e de como os gestores de cada realidade enxergam e administram, de modo a criar caminhos diferenciados para se superar a questão da desmotivação e assim alcançar melhores índices de produtividade e qualidade, a grande exigência do mercado mundial.

O caminho da motivação por meio da auto-ajuda

Considerando-se a tese de Leboyer (1994), referida anteriormente, propusemo-nos a estudar um dos momentos da atuação do SEBRAE, mais especificamente, nos voltamos para o momento em que, falando em nome do SEBRAE-SP, Roberto Shinyashiki apresenta um de seus produtos, *O Programa de Qualidade Total*. Essa entidade, em parceria com as Associações Comerciais e Industriais, contratou, no ano de 1997, o médico psicanalista Roberto Shinyashiki, para uma série de palestras motivadoras, pelo interior de São Paulo. O palestrante não é aquilo que se convencionou chamar guru da administração. Portanto, seu objetivo não é apresentar à platéia de trabalhadores, empresários e estudantes o sistema da qualidade total ou autores como J. M. Juran. O título da palestra é *A Revolução dos Campeões*, sendo que um de seus objetivos é a motivação de seu auditório para a busca de sistemas de qualidade total e a chamada modernização no campo do gerenciamento.

Repetida dezenas de vezes para platéias escolhidas pelas Associações Comerciais e Industriais de cada cidade, a palestra é apresentada pelo SEBRAE-SP como um exemplo do esforço atual em se buscar saídas para o desemprego aumentando a eficiência econômica das micro e pequenas empresas (grandes geradoras de emprego).

Entender a relação entre o conteúdo do discurso de motivação para o sucesso e a auto-ajuda frente a problemática mais ampla presente no mundo do trabalho hoje, tem sido um dos desafios de nosso trabalho de mestrado. A seguir apresentaremos alguns aspectos e conclusões preliminares de nossa análise sobre essa tentativa de motivar para o trabalho, frente aos desafios postos pela globalização.

O objetivo de nossa análise é revelar as imagens construídas pelo palestrante sobre o perfil esperado do trabalhador nos dias atuais, buscando compreender sua relação com a mudança da mentalidade do trabalhador, exigidos pela busca da qualidade total.

O projeto surgiu como uma possibilidade de relacionar os estudos econômicos, ligados à organização do trabalho, num contexto de globalização, com os estudos do gerenciamento empresarial, transitando, ainda pelos estudos da linguagem, particularmente a análise do discurso. Do ponto de vista metodológico nosso desafio tem sido diminuir as fronteiras entre essas três áreas do conhecimento, utilizando os estudos da linguagem como uma alternativa de compreensão da realidade econômica. Para tanto nos utilizamos do esquema

gráfico de análise de Carmo (1999), que apresentamos na página seguinte.

As condições históricas de produção e circulação do discurso se constituem a partir de várias dimensões da realidade, pensada esta como configuração histórico-social, na qual se estabelecem as relações sociais, nas suas variadas formas (econômicas, políticas, familiares, culturais).

Percorrendo o esquema gráfico, a partir da dimensão econômico-social e política em direção ao centro, distinguimos uma dimensão ideológico-discursiva (correspondente ao conjunto de enunciados-discursos, relativamente estabilizados, que circulam na sociedade e que continuamente exercem influência sobre a própria produção discursiva); uma dimensão comunicacional (na qual se inscrevem os parceiros de um dado processo de comunicação, fundado em determinadas relações sociais) e, finalmente, uma dimensão enunciativo-discursiva (correspondente aos enunciados efetivamente produzidos, a partir do processo comunicacional em curso, e que veicula sentidos, portanto, discursos (Carmo, 2000)).



A palestra, analisada a partir do esquema gráfico acima apresentado e intitulada *A Revolução dos Campeões*, se divide em três partes: na primeira, o palestrante discute a questão das dificuldades do cotidiano; na segunda, as cinco características de um campeão; e na terceira, o sentido da vida. A seguir algumas características gerais da palestra e algumas considerações analíticas sobre a segunda parte da palestra (as cinco características de um campeão) por nós realizada.

Em primeiro lugar, no plano mais geral, o discurso é marcado pelo caráter didático e o tom professoral, evidenciado na enumeração e classificação dos temas, na repetição de "frases feitas", comparações e paralelismos entre situações, e o uso de parábolas para ensinar lições morais.

Em segundo lugar, é muito forte a relação que o palestrante e escritor estabelece entre otimismo e as imagens relacionadas à religiosidade, presentes em frases da palestra como:... *Deus só diz sim* ..., e outras, também presentes no livro *Sem Medo de Vencer*: ... Esse apelo a valores universais, apresentados de forma grandiloquente, nos permite afirmar que se trata de um discurso do gênero epidítico, dentro dos marcos da Nova Retórica de Perelman (1996).

Além de epidítico, o discurso tem um caráter nitidamente maniqueísta, presente em frases que definem vencedores e perdedores, campeões e derrotados, como se fosse possível agregar apenas aspectos positivos à figura do vencedor e negativos à do perdedor.

E, em terceiro lugar, o discurso possui um forte apelo à incansável busca da alta auto-estima: um objetivo, uma vez alcançado, será responsável pela felicidade. Assim, conforme a palestra e o livro já mencionado, só pode ser feliz quem ama a si e respeita o outro, só pode ser campeão quem é feliz. A felicidade é algo imperativo, sentido maior de nossas vidas e se constrói a partir da vontade de cada um.

Nos deteremos agora na análise da segunda parte da palestra *A Revolução dos Campeões* com intuito de demonstrar, por meio do próprio discurso, as imagens que traduzem o perfil do trabalhador ideal para atual momento no mundo do trabalho.

Uma vez convencida a plateia de que nós brasileiros precisamos mudar nosso estilo de vida, o palestrante, enquanto EU enunciador, oferece um caminho

prático, o caminho da Qualidade Total, que na palestra não é detalhada tecnicamente mas é apresentada antes como uma possibilidade de mudança de vida, uma mudança que começa no universo da empresa e termina por mudar nossa vida, como podemos verificar na citação:

Não é que qualidade total é algo pra você ter... somente na sua empresa, você tem que ter qualidade total com seus filhos... A melhor maneira de saber a qualidade total da sua empresa, é só olhar para cara de seus filhos... pro seu... pro seu casamento... (p.14)

Na sequência dos enunciados acima o palestrante (EU enunciador) reporta-se ao universo feminino -havia um grande número de mulheres na platéia- e apresenta o homem comum que não aprendeu os princípios da qualidade como antagonistas das mulheres. Nesse momento faz um jogo maniqueísta entre o homem: preguiçoso, desatento, rude, insensível e a mulher: carente, ansiosa por atenção e amor. Tal jogo poderia ser considerado uma metáfora entre o mal trabalhador (o homem) que não se entrega a empresa como ela espera (a mulher).

Enfim, um mundo desafiador necessita de trabalhadores (VOCÊ destinatário) prontos a enfrentar desafios. Nesse mundo, que qualidades devem ter estes trabalhadores? Que valores devem incorporar ou abandonar ao seu estilo de vida? Com que armas eles devem contar para vencer a grande batalha da vida? Quem estará ao seu lado? Quem será contra eles?

Segundo Shinyashiki (EU enunciador) o primeiro desafio do trabalhador e/ou empresário (VOCÊ destinatário) é ser veloz, ou seja, adequar-se ao ritmo da modernidade. Para convencer a platéia sobre essa idéia, Eu enunciador, se utiliza da imagem de vários ícones de nosso tempo, a Internet, as descobertas científicas no campo da medicina e o próprio avanço tecnológico das forças militares quando compara a Guerra do Golfo (Estados Unidos x Iraque) a um jogo de vídeo game. No entanto, o maior inimigo do trabalhador que não conseguir adequar-se ao ritmo da modernidade é o desemprego. Tal intenção fica subentendida na seguinte frase:

Temos que ser muito veloz...(sic) Então gente hoje nós somos os coronéis que essa moçada que vem vindo são os tenentes, e eu digo o seguinte:”

precisamos ser mais velozes, porque essa criançada... (p.20)

A não complementação da frase não nos permite afirmar que o palestrante usaria alguma expressão do tipo " tomará nosso lugar " mas há uma intenção subentendida quando o palestrante alude à possibilidade de que aqueles que hoje são comandados (ELE/s) - os jovens- poderão tomar o lugar dos que comandam se esses não se adequarem, não apenas às mudanças, mas também ao ritmo em que essas mudanças ocorrem. Nesse caso, a maior ameaça ao emprego é o próprio trabalhador que não conseguiu corresponder às expectativas de seu tempo. A saída para o problema do desemprego depende primeiramente de uma atitude individual. O discurso omite outras variáveis que se relacionam ao desemprego, tais como a queda do investimento produtivo em favor do investimento especulativo e o lento crescimento econômico mundial, temas esses já tratados neste trabalho e que remete no esquema gráfico de Carmo (1999) ao quadro complexo da configuração histórico-social em que está inserida a dimensão econômico-social e político do discurso. Poderíamos dizer que o discurso, ao omitir tais variáveis, procura calar as vozes dos ELES que criticam o neoliberalismo e propõe saídas políticas, portanto não apenas restritas ao âmbito do mercado, para o problema do desemprego.

A segunda característica do trabalhador e/ou empresário (VOCÊ destinatário) de sucesso, portanto, campeão é a polivalência, o que é nas palavras de Shinyashiki ser *multi-especialista*, ou seja, o trabalhador tem que dominar todas as esferas da atividade em que está inserido. O palestrante cita como exemplo, o médico que, além da medicina, deve entender de marketing, planejamento estratégico, psicologia, finanças etc.

Nesse momento o próprio palestrante, colocando-se no lugar de VOCÊ destinatário aponta o grau de dificuldade para se alcançar tal característica:

Roberto, pô mas no mundo tem um monte de especialista, não vai dar... (p.20).

Após, citar profissionais generalistas de renome (ELE(s) como Jô Soares, o palestrante aponta o caminho do sucesso para aqueles que nele não acreditam: a auto-ajuda.

Então gente, tudo, tudo o que você quiser da vida trabalhe em você, pra quem tá tomando nota: “ Você é a pessoa que você escolhe ser!!!!!!!!!!!!!!”.

Deus não roga uma praga quando você nasce, vai ser tímido, nojento! Não faz isso... Não, não você vai ser desorganizado, seu bastardão. Não, Deus te dá o potencial, pra qualquer coisa, Deus te dá todo o potencial, mas se você puser na sua cabeça: “ Ah, não eu sou muito burro pra matemática!!” Aí, que que Deus fala? Sim...

Gente, Deus não roga praga pra você não... Deus te dá o potencial e fala: “ Agora você vai que é teu!... Vocês estão muito parados. Qual é a única palavra que Deus diz? Sim! (p.23)

Analisando o trecho vemos a relação que se estabelece entre motivação para o sucesso e a mobilização de forças metafísicas, por meio da auto-ajuda. A vitória depende de cada trabalhador e/ou empresário (VOCÊ destinatário), porque a decisão em vencer é individual, depende de uma vontade pessoal e o sucesso é o resultado de nosso empenho em querermos nos auto-ajudar. Não há barreiras reais que se vinculam ao histórico social e econômico de cada pessoa. Se quisermos poderemos ser um Jô Soares, depende de nós. É clara a alusão que se faz aqui ao mito do *self-made-man* acrescentando-se o ingrediente emocional patente no apelo às forças divinas e metafísicas, o que dá ao discurso de gênero epidídico também um caráter místico, o que nos faz definir o discurso da auto-ajuda como uma **mística da auto-ajuda**. Nessa mística, são os fatores subjetivos de cada trabalhador que acabarão por definir sua capacidade de auto-superação, ou seja, sua capacidade de chegar mais próximo de Deus está diretamente relacionada ao seu sucesso. Em última instância valeria perguntar, não estaria o palestrante propondo que as dificuldades criadas pelo novo cenário econômico seriam resolvidas no plano místico da fé ? Este caminho seria coerente com os princípios dos programas de Qualidade Total ao qual Shinyashiki se propõe a "vender" à platéia ?

Conforme pesquisa realizada em nesso trabalho sobre a teoria da Qualidade Total, não está previsto nenhum tipo de abordagem mística nas etapas de implantação do mesmo, o que nos autoriza a dizer que o discurso de Roberto Shinyashiki se utiliza do pretexto de que a Qualidade Total é a saída para os grandes desafios no mundo do trabalho hoje, mas, para sensibilizar trabalhadores micro e pequenos empresários à aderirem ao programa, impõe os pressupostos da fé como condição para que esses atinjam o pleno êxito.

Seria essa uma forma singular de motivação para a aplicabilidade dos programas de Qualidade Total à determinado segmento econômico da realidade brasileira (micro e pequenos empresários), ou seja, iniciá-la sensibilizando os agentes econômicos com argumentos metafísicos ?

Não seria possível responder à essa pergunta nos limites deste trabalho pois nossa intenção é revelar as imagens construídas por esse discurso e não os resultados de sua aplicação.

Uma terceira característica do trabalhador campeão (VOCÊ destinatário) é ter visão, o que significa compreender o presente pensando no futuro, nas palavras de EU enunciador:

Visão. Tem duas batalhas pra você junto do negócio gente, na vida em qualquer lugar que você queira, uma batalha no presente e uma batalha no futuro (p.24)

“O futuro gente é o rabo do presente”. O futuro não acontece daqui a cinco anos, o futuro está acontecendo hoje, alguns de vocês amanhã, vão encontrar um amigo e o amigo vai falar:

- Pô, você tem sorte. Você, pôde ir lá na palestra do Roberto. Eu não. Tive que cuidar dos meus filhos...

Essa pessoa o que ela vai fazer? Ela está usando uma desculpa, como um escudo. Aí, ela não vai ter sucesso na vida, aí daqui a vinte anos, ela vai falar assim, pros filhos:

- É, eu quis sair mais eu fiquei, eu tinha que assistir uma palestra do Roberto, aqui em Fernandópolis, mas eu não fui pra cuidar de vocês... E agora, você me deixa sozinha abandonada aqui... Percebe gente? Filho, é o motivo da desculpa. (p.25)*

O palestrante deixa claro que é no presente que se prepara o futuro e devemos estar preocupados com o "dia de amanhã". Isso demanda esforço em aprender, estar preparado e poupar. Mais uma vez nos defrontamos com uma fala cuja matriz discursiva encontra-se na ideologia neoliberal fortemente marcada pelas palavras futuro, esforço individual e trabalho. Notem que na fala acima, a família deve ser relegada a segundo plano em momentos em que o preparar-se para o futuro deve vir em primeiro. Estar preparado para o futuro - segundo Shinyaskiki

- é investir permanentemente em formação sem medir esforços. Como vemos em sua fala:

o sucesso não é construído das duas as seis, gente, tá... Não se iluda, tem que pegar, catorze, quinze horas por dia, e não só trabalho no seu negócio, vai fazer cursos, vai participar de palestras... Eu tô muito feliz, eu tô muito feliz, que o Júnior e o Ivan da ACIF, com a Vânia e a Ângela do SEBRAE, estão querendo montar um seminário pra vocês... (p.27)

Nesse caso, o preparar-se para o futuro depende de uma entrega total ao trabalho no presente. Está implícito na fala que o novo mundo do trabalho transpõe os limites da própria empresa. O trabalhador e/ou empresário ideal (VOCÊ destinatário) é aquele que "respira" trabalho. O palestrante não usa a palavra emprego, pois essa palavra pressupõe limites de tempo a atividade profissional. Poderíamos perguntar, Shinyashiki enquanto Eu enunciador, ao omitir e excluir a importância do lazer no tempo presente do trabalhador não estaria sendo contraditório com sua própria afirmação de que qualidade total vai além da própria empresa pois é *algo para se aplicar na vida* ? É possível praticar Qualidade Total na empresa sem ter garantido o lazer que o palestrante omite em sua fala, nesse momento da palestra ?

Outra característica do trabalhador vencedor seria não se preocupar com a separação entre capital e trabalho aliás esse questão não se coloca explicitamente na palestra mas, implicitamente pois, o trabalhador moderno é aquele que não se preocupa com a empresa em si, mas com o seu desempenho na mesma, o que depende de uma escolha pessoal pelo trabalho que é de todos: patrão e empregado. É nesse sentido que podemos afirmar que o palestrante busca silenciar outros discursos (ELs) relacionados aos direitos conquistados pelos trabalhadores. Defender, o direito a jornada de trabalho, lazer etc não é condizente com o perfil do trabalhador da era da globalização que deve estar mais preocupado com sua carreira do que com seus direitos.

Uma quarta característica do vencedor é ter capacidade de realização:

Tem que ter a capacidade de realização, de realizar, tem muita gente que fala assim:

- *Eu tenho tanta vontade de fazer um curso de qualidade total...*

Mas não faz, tem que fazer, tem que implantar. E aí gente, eu quero falar uma dica pra vocês, uma dica de tantos anos observando empresas e pessoas, “aprendam a fazer o que é chato... Então nós precisamos aprender a fazer o que não é gostoso, porque depois fica gostoso. Mas o mais importante gente, acreditem em milagre. Pra você fazer acredite em milagre... Acreditem em milagres, que nem em seus sonhos (p.27)

O trabalhador e/ou empresário (VOCÊ destinatário) que tem capacidade de realização é aquele que abre mão do prazer em um primeiro momento mas o recupera quando obtêm êxito, ou seja, é aquele que sabe lidar com a frustração momentânea porque, ao vencê-la, encontrará prazer no trabalho. A palavra realização ganhou duplo sentido, o de atingir determinado objetivo e o de sentir-se feliz, realizado com a conquista.

Mas uma vez está marcado no discurso a referência ao plano metafísico: *Mas o mais importante gente, acreditem em milagre e a auto-ajuda: Acreditem em milagres, que nem em seus sonhos.* Milagres são sonhos e sonhos são idéias. A força das idéias somada a determinação pessoal mudam a realidade. Todos aqueles (ELE/s) que enfrentarem a ousadia do empreendedor com prognósticos, cálculos e formas racionais de lidar com a imprevisibilidade do mercado poderão ser inimigos do trabalhador ou empresário de sucesso é o que se infere do seguinte recorte:

. Um dia, eu estava numa na empresa, o presidente estava conversando com os seus fornecedores, e aí todos falam que ele deveria desistir dos sonhos dele, ele saiu da mesa dele, boóóóó... Deu um soco na mesa:

- Eu proíbo vocês de destruírem meus sonhos !!!!... Eu vou trocar vocês todos, mas eu não troco meus sonhos!!!!!!!!!!!!!!..... (p.28)

Poderíamos nos perguntar a respeito dessa idéia, será que para Shinyashiki, a melhor forma de enfrentar a competição e a incerteza do mercado e ser vitorioso seria arriscar-se abrindo mão do chamado *risco racionalmente calculado* por economistas, administradores e gestores, em nome de um possível milagre ou da força da intuição ? Considerando-se os critérios de gestão da

Qualidade Total, não é isso (racionalidade) que se espera de um bom gestor de empreendimentos ?

A quinta característica do campeão: entender de gente.

ENTENDER DE GENTE , cliente é... gente!! Fornecedor é... gente!!

Chefe é... gente!! Aí alguns vão falar:

- *Até o meu chefe?...*

Até o seu chefe, é. Funcionário é.. gente!! Esposa é... gente!!

Marido é... Mas até... Marido é gente!... Então nós precisamos entender de gente, não dá mais pra fazer sucesso solitário, a gente precisa de um ideal humano. (p.28)

O que significa saber lidar com pessoas. Nessa parte da palestra verificamos uma clara referência ao conceito de cliente interno e cliente externo, próprio da Qualidade Total. Para que a produtividade e a qualidade melhore dentro de uma empresa é preciso que todos estejam satisfeitos, desde quem trabalha na empresa (cliente interno) até quem compra ou depende da empresa (ELE/S) também chamados de cliente externo. As mercadorias não devem apenas satisfazer a necessidade imediata dos clientes (ELE/S) mas, transformar-se em um meio para uma satisfação maior. Não basta estar feliz por comprar a mercadoria é preciso estar feliz em adquiri-la pelas mãos do empresário ou trabalhador (VOCÊ destinatário) que soube entender a importância que ela tem para alguém. Isso exige sensibilidade para entender o universo subjetivo do consumidor de modo a atender seus reais anseios. Quando Shinyashiki refere-se a necessidade de termos um ideal humano é possível que ele queira dizer que devemos possuir um entendimento geral sobre o ser humano para sermos bons vendedores e com isso trabalhadores de sucesso porque o sucesso depende do meu entendimento do que seja o sucesso para o outro, daí a afirmação: *não dá mais pra fazer sucesso solitário.*

Pelo o que foi relatado até aqui é possível concluir que a imagem do trabalhador e/ou empresário ideal (VOCÊ destinatário) para o atual momento econômico, criada pelo palestrante, não é algo inédito, fruto de uma teoria revolucionária, mas é sobretudo a reafirmação de princípios universais cujas matrizes reportam-se tanto ao humanismo que postula a crença na capacidade humana em transformar o mundo, como no pensamento liberal que postula: a

competição, o trabalho, a poupança, a polivalência, e a entrega total ao trabalho, mesclados a uma forte característica cultural brasileira, a religiosidade, o misticismo e a emotividade.

A análise até aqui apresentada foi feita tomando por base parte do *corpus*, transcrito de uma fita de vídeo, constituindo-se, dessa forma na base empírica de nosso trabalho a partir da qual apresentamos, a seguir, algumas das conclusões preliminares.

Considerando a análise como um todo podemos afirmar que as estratégias retóricas são utilizadas pelo palestrante, não apenas para legitimar a atual configuração hegemônica mundial, mas também para calar outras vozes e até anular o debate sobre outras formas de entendimento da complexa realidade econômica em que está inserido o mundo do trabalho. Tal constatação decorre da verificação de que o discurso apresenta, como fato irreversível, a hegemonia do livre-mercado, no contexto das relações econômicas.

A análise do discurso motivador de Roberto Shinyashiki nos permitiu, ainda, demonstrar que a aplicação de uma palestra motivadora, nos moldes da auto-ajuda, não está prevista pelos teóricos da Qualidade Total, como parte da implantação do programa. Contudo, no caso do SEBRAE-SP esse tipo de abordagem pode ser feita para sensibilizar os agentes econômicos no sentido de aderirem ao programa de Qualidade Total ou a qualquer outro oferecido pela entidade a pequenos e micro-empresários.

Nesse sentido, podemos afirmar que encontramos, no caso estudado, uma forma original de incluir no universo dos programas de qualidade um importante segmento econômico gerador de empregos, as pequenas e micro-empresas. Uma forma, cujo *start* ocorre no momento zero em que se sensibilizam os agentes econômicos, a partir de um dos pilares dos programas de Qualidade Total, a motivação. No entanto, ficou evidenciado que o palestrante motivador não se coloca frente a platéia de trabalhadores e pequenos e micro-empresários apenas como porta-voz do SEBRAE-SP mas, ele e o próprio SEBRAE-SP se colocam como porta-vozes de um determinado discurso que visa manter e ampliar a hegemonia neoliberal.

Tal fato é o que se espera de uma entidade representante do segmento empresarial. No entanto, a manipulação retórica presente no discurso responsável pela construção de uma imagem de um mundo em que não deve haver conflitos

entre capital e trabalho mas sim a cooperação, o entusiasmo do trabalhador e do empresário, para que todos atinjam o sucesso, é construída dentro de um reducionismo teórico que exclui a possibilidade de se pensar a realidade por outros prismas.

Nesse sentido, o objetivo maior da entidade SEBRAE que seria apoiar e promover pequenos e micro-empresários, aumentado dessa forma a oferta de trabalho, ficaria limitada à visão de que os projetos de apoio e fomento do SEBRAE devem considerar, *a priori*, que as forças do mercado hoje são as hegemonicamente determinantes no êxito ou não dos negócios. No entanto, conforme apresentamos nesse trabalho, sabemos que não há uma plena liberalização dos mercados e que o livre comércio depende ainda de acordos e decisões tomadas na esfera política.

Pudemos verificar, ainda, que a auto-ajuda, apesar de ser uma tentativa de motivação ou superação da desmotivação, se constitui muito mais em uma forma mistificadora de se lidar com a realidade. Em se tratando do uso da auto-ajuda para o sucesso no mundo do trabalho, esse artifício pode, em um primeiro momento, motivar os agentes econômicos à adesão aos atuais programas de gestão empresarial, mas não faz parte das técnicas de implantação dos mesmos. A afirmação, segundo a qual, *nada é impossível, milagres existem e tudo depende de você*, presente na palestra que é nosso objeto do estudo, pode, na verdade, surtir um efeito contrário, gerando frustrações nos agentes econômicos e inviabilizando o êxito de programas de gestão, na medida em que empresários e trabalhadores se defrontarem – no dia-a-dia – com problemas cuja resolução estaria condicionada aos limites de complexas e diferenciadas variantes externas ao ambiente da empresa, o que com certeza afetaria a credibilidade dos critérios técnicos de aplicação dos programas de implantação da Qualidade Total.

Tais considerações nos levam a concluir que a auto-ajuda, tal como se apresenta no discurso, é muito mais uma estratégia discursiva de persuasão e convencimento que visa a adesão de trabalhadores e empresários à hegemonia neoliberal, do que um meio eficaz de motivação e adequação da mentalidade do trabalhador e do empresário, aos programas de modernização empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRAGA, J. C. S. Financeirização global O padrão sistêmico de riqueza do capitalismo contemporâneo. In: TAVARES. M. da C. FIORI, J. L. (Org.) *Poder e dinheiro: uma economia política da globalização*. São Paulo: Vozes, 1997, p.195-241.
- CARMO, S. I. S. do. *Discurso, Dimensão da História: a análise do discurso numa perspectiva interdisciplinar*: Unesp: Araraquara, 2000. (Mimeogr.)
- FIORI, J. L. Globalização, hegemonia e império. In: TAVARES. M. da C., FIORI, J. L. (Org.) *Poder e dinheiro: uma economia política da globalização*. São Paulo: Vozes, 1997.
- HIRST, P. THOMPSON, G. *Globalização em questão: a economia internacional e as possibilidades de governabilidade*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- LEBOYER, L. C. *A crise das motivações*. São Paulo: Atlas, 1994.
- PERELMAN, C. OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da Argumentação: a nova Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.