

## O SEGREDO DO SUCESSO

Cláudio Tomanini | Tomanini Consultoria

16/07/2021

Vamos deixar claro já no primeiro parágrafo. O Segredo do sucesso não existe. O que de fato separa os vitoriosos dos demais são: Determinação, empenho, muito suor e paixão visceral pelo que faz, no entanto, as pessoas insistem em procurar a tal fórmula secreta da facilidade. É como procurar o elixir da juventude, o pote de ouro no final do arco-íris.

Um gênero literário que faz muito sucesso no Brasil é o da autoajuda. Não acredite em fórmulas prontas, e, sim, caminhos que podem ou não ser trilhados, de acordo com as características pessoais e com as metas de cada um. Vale aqui enfatizar que, em se tratando de pessoas, indivíduos, diferentes entre si, não existe receita nem fórmula que sirva para todos. Cada um lê com um ponto de vista, baseado em sua história de vida e herança cultural. O que nos liga e nos leva a um ponto comum é o cenário brasileiro de mercado, a bagagem histórica do país, com seus planos econômicos, a redução da inflação há pouco mais de dez anos e a redescoberta do mercado consumidor, mais exigente, mais rico e cheio de opções. A preocupação de agora começar a aumentar um pouco a inflação.

Foi publicado, em junho de 2003, um estudo muito interessante, assinado por Ana Paula Paes de Paula e Thomaz Wood Jr., intitulado “Viagem epistemológica às livrarias dos aeroportos”, que chama a atenção justamente para o fenômeno da autoajuda. Nesse artigo, apresentado em conferência internacional, os autores apontam a curiosa e maciça presença, nas livrarias espalhadas pelos principais aeroportos do Brasil e do mundo, dos livros de autoajuda empresarial, dos manuais de liderança, de obras que associam personagens históricos com ideias de gestão e muitas outras publicações similares, em graus variados de exotismo.

Desde o surgimento dos livros de autoajuda no mercado, deu-se a descoberta de um vasto público consumidor, ávido por devorar e dominar todas as fórmulas apresentadas pelos mais variados “gurus” do gênero. Porém, ainda no mesmo estudo, os autores apontam que existe uma demanda não plenamente atendida, representada por leitores que buscam material mais consistente do que a autoajuda, que procuram conteúdos de negócios mais voltados para a realidade local. Afinal, não é em qualquer país que se pode falar em “fim da demanda reprimida” ou até mesmo em “Plano Real”. Quem mais, além de um brasileiro, entenderia esse cenário?

A verdade é que existe uma demanda desse público incansável, em busca de fórmulas e frases de efeito que, mesmo por frações de segundos, entre uma leitura e outra, fazem o leitor se sentir aliviado e motivado a mudar cada aspecto da sua vida, a partir do dia seguinte. Como aquelas eternas promessas de ano-novo: “No ano que vem, vou comer mais salada!”, ou “Ano que vem eu me caso!”. As pessoas tendem a precisar sempre de um apoio, como um ombro amigo que diga: “Vá em frente! Você pode!”.

Eu defendo a seguinte linha: se for preciso recorrer à autoajuda, então ajude-se de verdade! A palavra adequada é: reflexão. Enquanto um livro, filme, palestra ou até mesmo uma conversa fizerem a pessoa refletir e se questionar, então a consequência só pode ser positiva. Principalmente no Brasil, a busca por gurus é cada vez maior. Isso ocorre porque há, neste país, uma característica muito negativa, porém muito enraizada, na maioria da população — seja de que setor profissional ou classe social o indivíduo for. Trata-se da mania do “coitado”. O profissional brasileiro reclama muito de qualquer coisa ao seu redor e, curiosamente, pouco faz para mudar. É impressionante a quantidade



de profissionais procurando o famoso “pelo em ovo” para justificar qualquer falha ou demérito em seu trabalho. Esses profissionais procuram por todo tipo de explicação, mas não enxergam a mais óbvia de todas:

**NÃO ESTÃO FAZENDO SUFICIENTEMENTE BEM O PRÓPRIO TRABALHO.**

Lembre-se, se você fizer 1% a mais todos os dias, ao final de um ano, terá feito 365% a mais. A escolha é sua.