

FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA: NOVO CENTRO DE VALOR

RI

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

www.revistaRI.com.br

LIÇÕES DO BANCO MASTER À LUZ DA TEORIA DE RISK-SHIFTING

por ADRIANA DE ANDRADE SOLÉ

EM PAUTA

ESG

MORREU?

O FIM DA PERFORMANCE O INÍCIO DA EXECUÇÃO

A pergunta de 2026 exige duas respostas. Resposta curta: Não.
Resposta correta: A Sustentabilidade saiu da fase de *hype* e reação política e entrou numa etapa mais dura, mais silenciosa e orientada a execução.

por ROCHANA GROSSI FREIRE

nº 298
FEV 2026



AUTOAJUDA & PALESTRAS MOTIVACIONAIS

Na última edição de 2025, a *The Economist* publicou a matéria “*What self-help books tell us about ourselves*”, questionando se a autoajuda realmente ajuda quem paga por ela. A conclusão é que há poucas evidências de efeito e, quando ele aparece, tende a ser pequeno e passageiro. Ainda assim, o gênero é imensamente lucrativo porque captura com precisão as angústias coletivas do nosso tempo, o que ajuda a entender por que sua versão corporativa, as palestras motivacionais, seduz tantas empresas.

por **JURANDIR SELL MACEDO**

Muitos gêneros literários têm origem difusa, mas este não é o caso da autoajuda. Ela tem data de nascimento e um pai fundador indiscutível: Samuel Smiles, que em 1859 publicou *Self-Help*. O livro nasceu de palestras proferidas a trabalhadores e jovens aprendizes e consolidou uma moral de ascensão individual baseada em caráter, disciplina, diligência, frugalidade e perseverança. Defendia que o progresso pessoal e social dependia da formação de hábitos e virtudes do indivíduo. Para Smiles, o fracasso decorria de uma deficiência de caráter.

No auge da Grande Depressão pós-1929, surge o sucesso de *Think and Grow Rich*, de Napoleon Hill, traduzido no Brasil como *Quem Pensa Enriquece* ou *Pense e Enriqueça*. A promessa é sedutora: pense como se já fosse rico, mantenha o desejo fixo, visualize o objetivo e repita afirmações como se o dinheiro já estivesse a caminho. O subtexto é claro: se você é pobre, é porque não pensa como rico.

Em 2005, T. Harv Eker, palestrante motivacional canadense, lançou *Os segredos da mente milionária*. A receita é praticamente a mesma, agora combinada à narrativa da jornada do herói. Eker conta que, aos 20 anos, morava em um porão e tinha apenas US\$ 2 mil no banco. Após várias tentativas

fracassadas, decidiu investigar a raiz psicológica do sucesso e do fracasso financeiro. Para ele, enriquecer é resultado de uma mudança no mindset financeiro. Em ambos os casos, o fracasso é reduzido a “falta de mentalidade” e, assim, desigualdade, contexto e acaso são transformados em culpa individual.

No fim dos anos 1980, com a popularização da internet e a aceleração da vida moderna, chegam os manuais de desempenho, como *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*, de Stephen R. Covey. Mais uma vez, a mensagem é que a eficácia depende essencialmente de caráter e método, ignorando o peso do contexto, dos incentivos e dos limites reais do ambiente de trabalho.

Nos anos 2000, surgem as receitas da felicidade. *O Segredo* populariza a “lei da atração”: pensamentos e emoções seriam um ímã capaz de atrair dinheiro, amor, saúde e sucesso. A rica filosofia estoica é deturpada e convertida em uma promessa simplista de como ser feliz. Em *O Jeito Harvard de Ser Feliz*, tenta-se dar um verniz acadêmico à mesma pressão: você não precisa ter sucesso para ser feliz, precisa ser feliz para ter sucesso. Assim, se você não tem sucesso, é porque é infeliz ou negativo.

De certa forma, é natural que muitas pessoas busquem, de modo simplista, respostas fáceis para problemas complexos. Essa busca encontra um paralelo ainda mais espetacularizado em um fenômeno corporativo massivo: as palestras motivacionais.

Segundo uma grande empresa de recrutamento de palestrantes, entre 75% e 80% da demanda por palestras em 2025 foi por temas motivacionais. Se os livros vendem fórmulas em capa dura, as palestras as dramatizam em auditórios com trilha sonora épica e iluminação de show. Ambas as formas funcionam como analgésicos de curta duração para males crônicos da condição moderna, oferecendo um pico de euforia que rapidamente se dissipa diante da realidade dos processos lentos e dos contextos desiguais.

Essa demanda é sintoma de uma cultura organizacional e pessoal que trocou profundidade por impacto imediato. O roteiro é previsível: a jornada do herói narrada por alguém que superou adversidades e alcançou o pódio. A plateia se emociona, ri, chora e avalia o evento com entusiasmo. É uma dose de energético emocional e a euforia pós-evento cria a ilusão de que o investimento valeu a pena.

No entanto, quando os aplausos cessam e as luzes se apagam, a motivação, como fumaça, se desfaz. A razão é simples: mudança genuína não nasce de epifanias momentâneas, mas de processos estruturais. E isso importa porque a escala financeira não é trivial: um livro de autoajuda custa algumas dezenas de reais; um evento empresarial pode custar várias dezenas de milhares. Com esse nível de desembolso, medir sucesso apenas pela euforia imediata é uma forma eficiente de confundir entretenimento com desenvolvimento.

Avaliar o retorno de um investimento em uma palestra com base em um questionário preenchido imediatamente após o evento é um erro comum. Uma medida mais consistente da efetividade deveria ocorrer três ou quatro meses depois, quando já é possível identificar o que realmente permaneceu. Nesse momento, faz mais sentido perguntar aos participantes o que lembram ter aprendido, que mudanças implementaram no cotidiano e quais resultados perceberam. Pela minha experiência, tanto a retenção quanto a transformação de comportamento costumam ser modestas. Essa simples alteração no formato de avaliação evidencia o quanto de recursos pode estar sendo desperdiçado por indivíduos e empresas ao confundir satisfação imediata com impacto real.

Tanto a autoajuda quanto as palestras motivacionais com-

partilham o mesmo DNA de promessas sedutoras e deficiências fundamentais. Reduzem a complexidade humana a roteiros simplistas, fetichizam a resiliência individual e transferem, de forma sutil, a responsabilidade pelo sucesso e pelo fracasso exclusivamente ao indivíduo. Quando a transformação prometida não se concretiza, emerge o subtexto da culpa: “faltou mindset”, “não acreditou o suficiente”, “não aplicou a lição”.

Por tudo isso, eu não acredito em palestras motivacionais. Eu acredito em palestras transformacionais. A palestra motivacional busca fazer com que a plateia saia se sentindo momentaneamente melhor. A palestra transformacional, por sua vez, busca provocar o desconforto certo, aquele que leva o indivíduo a se perguntar: “o que, exatamente, eu preciso mudar?”. Sem incômodo, não há revisão de crenças. E sem revisão de crenças, repete-se o mesmo padrão com palavras novas. Palestra transformacional não é um show para aplaudir de pé. É um convite à reflexão e à construção de mudanças consistentes.

Nos próximos eventos da sua empresa, pense se você busca alguém para animar a plateia por uma hora e fazer todos saírem “energizados”, ou se quer alguém para mexer nas engrenagens, provocar reflexão e estimular mudanças duradouras.

Se, como apontou a *The Economist*, o gênero da autoajuda é altamente lucrativo, mas apresenta poucas evidências de impacto duradouro e, quando há, ele tende a ser pequeno e passageiro, o empresariado deveria se perguntar por que as palestras motivacionais, que apenas encenam as mesmas promessas, seriam diferentes.

Quando o sucesso é medido pela euforia imediata, compra-se satisfação momentânea, não mudança de comportamento. Sem avaliação tardia, metas claras e mecanismos de sustentação, a empresa corre o risco de confundir entretenimento com desenvolvimento e, com isso, estar simplesmente jogando dinheiro fora. **RI**



JURANDIR SELL MACEDO, CFP
é doutor em Finanças Comportamentais,
com pós-doutorado em Psicologia Cognitiva
pela Université Libre de Bruxelles (ULB)
e diretor da Alento Educação Financeira.
jurasell@gmail.com