



Editora ABRIL - edição 1678
ano 33 - n° 49 - R\$ 4,50
6 de dezembro de 2000



veja

www.veja.com.br

O MELHOR NATAL DO REAL

- Com a recuperação da economia, projeta-se um recorde de vendas
- Os produtos que vão estourar nas lojas



O NEGÓCIO DAS PALESTRAS

Ele é ótimo: uma centena de profissionais fatura em conjunto 15 milhões de dólares por ano. Tudo em nome da reciclagem

Cristina Poles

O que antes era atividade paralela, quase um bico, virou definitivamente profissão — e das mais rentáveis. O mercado de palestras anda aquecidíssimo no país. Em meados da década, cerca de 25 grandes nomes abocanhavam ao todo entre 4 e 5 milhões de dólares por ano. De 1998 para cá, uma centena de palestrantes de prestígio fatura, no conjunto, 15 milhões de dólares anualmente. No princípio, o time da garganta de ouro era formado somente por economistas famosos (de preferência com passagem pelo governo), altos executivos e um e outro jornalista respeitado da área financeira, como Joelmir Beting.

O ex-supervisor de vendas Clóvis Tavares: mágica e efeitos de luz fazem parte de seu arsenal



CLAUDIO ROSSI

Sua platéia: empresários e funcionários graduados de grandes firmas, ansiosos por entender aspectos intrincados da conjuntura brasileira. Pouca gente apostava na época que o ramo floresceria. "Em 1990, quando saí do governo, me diziam para aproveitar o mercado, pois isso duraria só uns três anos. Até hoje estou aí", diz o economista e ex-ministro da Fazenda Mailson da Nóbrega, um dos mais requisitados palestrantes brasileiros. Agora, ao lado dos sisudos especialistas em câmbio, balança comercial e outros assuntos dessa natureza, há lugar também para esportistas, aventureiros (no melhor sentido, é claro), historiadores, advogados e consultores de moda que realizam conferências a convite de entidades e companhias. Seu público é composto basicamente de empregados de escalão médio. Gente que é estimulada pelos chefes a ter mais ambição, a desenvolver a capacidade de lide-

REIS DOS AUDITÓRIOS

Vinte das maiores estrelas do mercado

Palestrante	Sobre o que fala	Quanto cobra*	Palestras por mês
Roberto Shinyashiki (psiquiatra)	Motivação no trabalho	15 000	Quinze
Daniel Godri (administrador de empresas)	Motivação no trabalho	9 700 a 13 000	Quatro
Mailson da Nóbrega (economista)	Conjuntura económica	6 000 a 12 000	Oito
Familia Schürmann (navegadores)	Estratégia de negócios, logística, administração do tempo	11 500	Três
Clóvis Tavares (mágico com formação em marketing)	Motivação no trabalho	10 000	Cinco
Jack London (economista)	Tecnologia, nova economia, ecologia	10 000	Doze
J.R. Gretz (administrador de empresas e historiador)	Motivação no trabalho, estratégia de vendas, qualidade de vida	7 500 a 10 000	Vinte
J.C. Bemvenuti (economista e engenheiro)	Criatividade	9 775	Dez
Stephen Kanitz (administrador de empresas)	Motivação no trabalho	9 500	Três
Max Gehringer (administrador de empresas)	Motivação no trabalho, carreira	9 000	Dezesseis
Lair Ribeiro (cardiologista)	Motivação no trabalho, carreira	8 000	Seis
Cesar Romão (administrador de empresas e advogado)	Motivação no trabalho, atualização profissional	5 000 a 8 000	Dez
Waldemar Niclevitz (alpinista com formação em turismo)	Determinação, planeamento estratégico, gerenciamento de riscos, espírito de equipe, liderança	7 000	Quinze
Gilberto Dimenstein (jornalista)	Educação, novas tecnologias, cidadania	5 000 a 7 000	Duas
Carlos Alberto Júlio (administrador de empresas e doutor em comunicação)	Gestão empresarial, marketing, carreira	7 000	Três
Leila Navarro (fisioterapeuta)	Qualidade de vida, motivação no trabalho, auto-estima	5 000 a 6 000	Dez
Marco Aurélio Vianna (economista)	Motivação no trabalho, planeamento estratégico, futuro profissional	5 000	Quinze
Eugénio Mussak (fisiologista)	Desenvolvimento profissional e pessoal	5 000	Oito
Thomaz Brandolin (aventureiro com formação em marketing)	Liderança, trabalho em equipe	5 000	Seis
Claudia Matarazzo (jornalista)	Etiqueta	3 500 a 6 000	Três

* Em reais

Pioneiro do grupo dos aventureiros conferencistas, o navegador Amyr Klink estabelece analogias entre as dificuldades enfrentadas em suas expedições e as agruras no escritório

rança, a trabalhar em equipe, a aprender novos métodos de gestão, a fortalecer a auto-estima... Enfim, todo o arsenal prático e teórico que povoa o mundo dos departamentos de recursos humanos.

Se é recomendável que administradores ouçam com frequência análises econômicas feitas por um Mailson da Nóbrega ou um Gustavo Franco, ex-presidente do Banco Central, parece estranho que empresas se disponham a pagar pelos serviços de quem nunca deu expediente em escritório ou ocupou um cargo relevante. O que um alpinista como Waldemar Niclevicz, que escalou a montanha K2, na Cordilheira do Himalaia, teria a ensinar a gerentes e contadores? O que um fisiologista como Eugênio Mussak, cujo foco de atenção são os limites do corpo na prática esportiva, poderia transmitir de útil a um analista de sistemas? Bem, os especialistas em recursos humanos acreditam na similaridade de certas experiências. Dessa perspectiva, os desafios que a natureza ou o esporte impõem ao homem forneceriam elementos para a superação de obstáculos na hora de esmagar a concorrência ou de cortar custos. Hum...



MICKYR LOPES JUNIOR/FOLHA IMAGEM

Assim como é impossível determinar se um manual de auto-ajuda realmente auxilia o leitor a driblar dificuldades, não dá para saber se essas conferências servem de verdade para aumentar a produtividade ou a agressividade comercial de quem as ouve. Existem, no entanto, dois fatos indiscutíveis: os palestrantes são em geral sedutores e ganham os tubos. O psiquiatra Roberto Shinyashiki, por exemplo, especialista em motivação no trabalho, cobra 15 000 reais por preleção. Só com essa ocupação, ele embolsa men-

salmente 225 000 reais. Há anos, Shinyashiki é o campeão dos campeões. Curiosamente, não teve seu cachê reduzido nem mesmo depois de ter fracassado como consultor da equipe olímpica brasileira que competiu em Sydney. A maioria não esconde quanto fatura, inclusive porque isso funciona como marketing num universo que venera os bem-sucedidos. Por óbvios motivos pecuniários, muitos abandonaram suas profissões originais (embora mantenham os respectivos títulos), para dedicar-se somente ao novo negócio. A



Elaine Melo: ao lado do psicoterapeuta americano Rhandy di Stéfano, a vencedora do programa *No Limite* também aderiu à atividade

JOEL ROCHA



Depois de 27 anos de carreira executiva, Max Gehringer aproveita a visibilidade que obtém como colaborador de grandes revistas para se manter como um dos palestrantes mais bem cotados do país

REGIANE MATHIAS



fisioterapeuta Leila Navarro fechou as portas de seu consultório há um ano e meio, depois de constatar que massagear o ego das pessoas é mais compensador que alongar músculos e exercitar articulações. Para falar de qualidade de vida e motivação no batente, ela desenvolveu o que batizou de "palestra-show". Há três semanas, Leila deixou uma platéia de mais de 300 funcionários da Petróleo Ipiranga mesmerizada com sua agilidade e irreverência. Até fantasia ela veste nas performances, para ilustrar o que seriam as vozes dissonantes que existem no interior de cada ser humano. "Os clientes adoram as minhas loucuras", diz. Seu cachê é um espetáculo à parte — de 5 000 a 6 000 reais por apresentação, o que lhe rende até 60 000 reais por mês.

Não importa que apito toque, o conferencista bom de gogó sempre consegue estabelecer uma analogia entre as situações que viveu e os problemas que determinada empresa enfrenta. Um dos

IMAGEM É TUDO

O que aumenta a cotação de um palestrante profissional

- Ter publicado um livro de auto-ajuda, não importa em que área. Se entrar na lista de mais vendidos de VEJA, tanto melhor
- Atuar em defesa de temas politicamente corretos
- Assinar colunas em jornais e revistas de grande circulação e aparecer de vez em quando no *Jornal Nacional*
- Ter enfrentado obstáculos na vida pessoal ou profissional até atingir o sucesso. Obstáculos, não, "desafios"
- Usar recursos audiovisuais e técnicas teatrais para cativar a platéia

pioneiros em conferências "motivacionais" é o administrador de empresas e historiador J.R. Gretz. Com seis livros publicados sobre o assunto, ele recebe mais de cinquenta convites por mês para se apresentar em empresas nacionais e de outros países da América Latina (onde aproveita para vender os livros). O preço por palestra é de 7 500 reais, se a platéia não ultrapassar 100 pessoas. Acima disso, o cachê aumenta. Para 1 500 pessoas não sai por menos de 10 000 reais. Gretz afirma que o segredo do sucesso é fazer o público acreditar que o conferencista realmente pratica o que ensina. "Já vivi todas as situações que abordo. E, quando falo de entusiasmo na vida, demonstro minha alegria", diz.

É um mercado que não conhece limites, como pode atestar a cabe-

leira Elaine Melo, vencedora do programa *No Limite*, da Rede Globo. Ela resolveu usar sua experiência na gincana televisiva para iniciar carreira na área. Na semana retrasada, Elaine fez sua primeira conferência, ao lado do psicoterapeuta americano (mas com português fluente) Rhandy di Stéfano, especializado em treinamento de executivos. Foi uma estréia tímida. Uma multidão de 350 pessoas, que participavam do Congresso Estadual de Recursos Humanos, do Rio de Janeiro, ouviu longa explanação de Di Stéfano sobre as características da

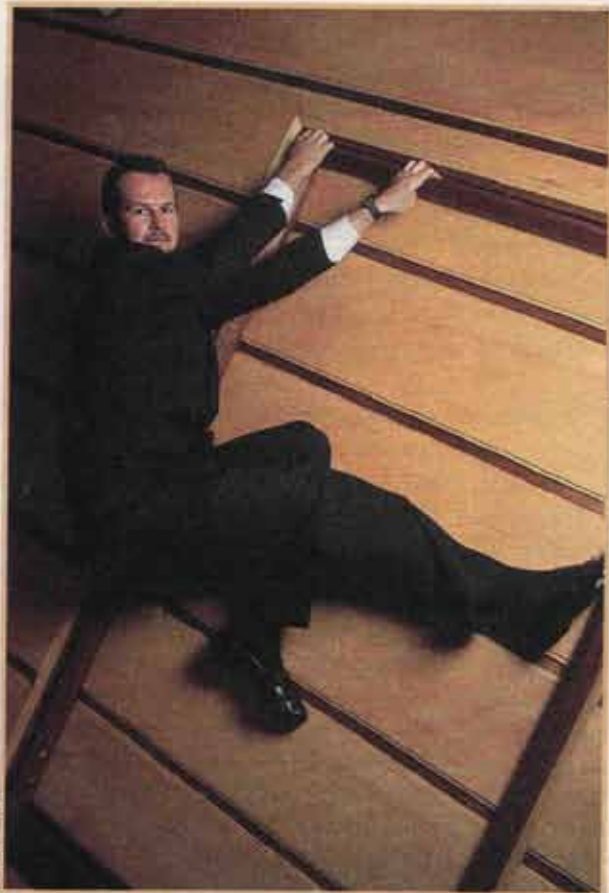
personalidade de Elaine que a levaram à vitória. Nada de original. "*No Limite* foi mais do que uma prova física. O principal obstáculo era vencer o stress, habilidade que ela possuía mais do que os outros", analisou o psico-

O administrador Stephen Kanitz: número reduzido de apresentações e platéias formadas em sua maioria por altos executivos



CLAUDIO REZES





SELMY VASSILOVA

O alpinista Waldemar Niclevicz: em evidência por ter escalado há três meses o K2, a segunda montanha mais alta do mundo, ele recebe trinta convites por mês para falar sobre suas experiências

sação freqüente no meio é a de plágio. "Já assisti a palestras totalmente copiadas das minhas. Tudo bem imitar quem está no topo, mas podia ser com menos descaramento", reclama o administrador de empresas Cesar Romão, com dez anos de palco.

A grande demanda fez com que surgisse a figura do agente de conferencistas. É uma carreira promissora, já que

terapeuta, para em seguida lançar uma terrível questão ao público: "Afinal, seus limites controlam você ou você controla seus limites?". À celebridade instantânea da TV couberam apenas respostas breves a perguntas sobre sua participação no programa. Elaine e Di Stéfano não ganharam nada com essa palestra inicial, mas pretendem cobrar de 4 000 a 7 000 reais de cada interessado em contratá-los.

Como não poderia deixar de ser, o mundo dos palestrantes é uma fogueira de vaidades. É comum ouvir profissionais desdenhando o conteúdo ou a forma da apresentação de um colega. Ora criticam que alguém vem repetindo a mesma ladainha há vários anos, ora que a conferência deste ou daquele tem "muito chantilly e pouco bolo". Ou seja, mais performance do que conteúdo. "Tem gente que cobra caríssimo, solta frases de efeito o tempo todo e não transmite uma idéia duradoura", critica Carlos Alberto Júlio, conferencista e presidente da HSM, empresa que atua na área de educação de executivos e de organização de eventos. "Aqueles que não se dedicam somente a palestras, como eu e Amyr Klink, estão em vantagem. Têm sempre uma experiência nova para transmitir à platéia", acrescenta. Uma acu-

só existem quatro deles atuando no mercado. De cada palestra agendada, ganham de 10% a 15% do valor do cachê. Da mesma forma que ocorre com atores de Hollywood e escritores renomados, alguns palestrantes só são contratados por meio de seus próprios agentes. "Os palestrantes exclusivos contam com um intenso trabalho de promoção", explica Thales Azevedo Leite, da agência ATA, de Brasília. A propaganda é, também aqui, a alma do negócio. Um palestrante com livro na lista de mais vendidos ou que aparece com freqüência na mídia tende a ser mais fácil de ser "trabalhado". "Sou muito chamado por causa das minhas colunas em revistas", reconhece o administrador Max Gehringer, 9 000 reais de cachê. Para nortear a carreira de seus contratados, os agentes se baseiam nas avaliações que as empresas costumam fazer depois de cada apresentação. Palestrantes que utilizam recursos audiovisuais, contam piadas e adotam técnicas teatrais, como o mágico Clóvis Tavares, são valorizados. Mas é preciso ir devagar com a pirotecnia. As "palestras-shows", para usar a expressão de Leila Navarro, estão começando a cansar. Aquela conversa de excesso de chantilly e pouco bolo não é mera maledicência.

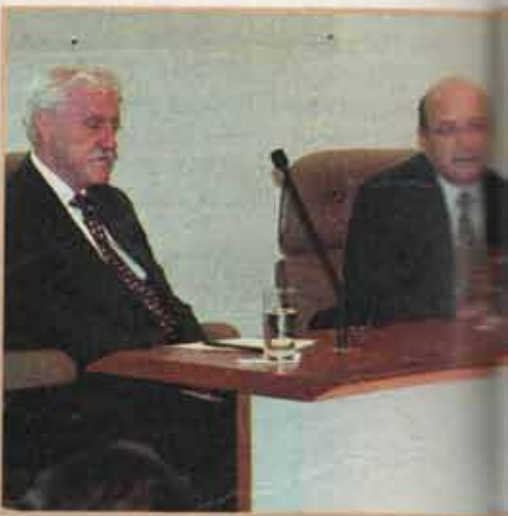
RICARDO BERNHO



EDMUNDO NOGUEIRA



MARCO ABRILDA / FOLHA IMAGEM



ED. OBERDORFER / LUMINAR



Com mais de 1300 conferências em seu currículo, o economista Marco Aurélio Vianna acredita que o grande mercado para palestras está nas cidades do interior

Joelmir Beting: no mercado das conferências desde os anos 70, o jornalista continua a ser um dos nomes mais procurados para discorrer sobre a conjuntura brasileira. Seu cachê é de 8 500 reais

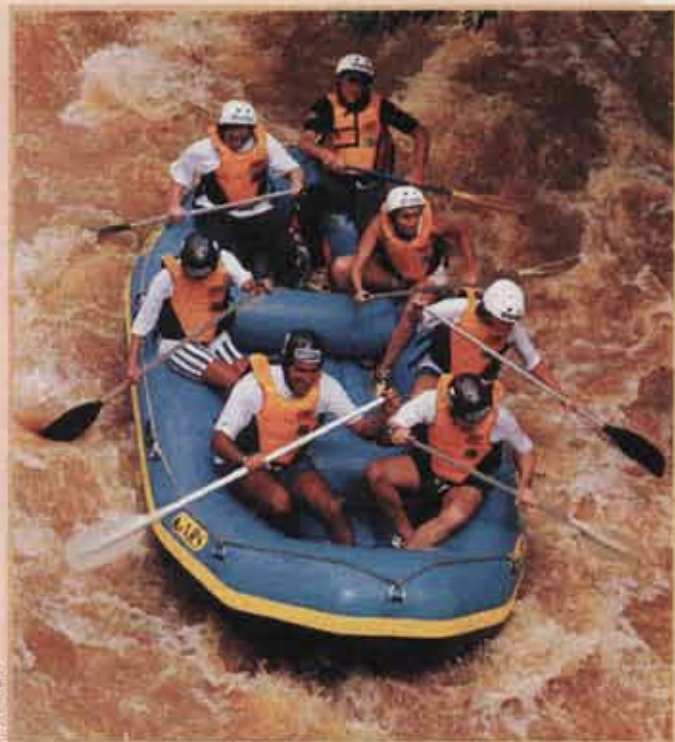
Assíduo nos auditórios desde que saiu do Ministério da Fazenda, há dez anos, o economista Mailson da Nóbrega mantém um estilo discreto de apresentação. "Me diziam que esse mercado não duraria. Estou aí até hoje", diz ele

Leila Navarro: a fisioterapeuta que abandonou o consultório lança mão de recursos teatrais para falar de motivação profissional. Outra adepta da "palestra-show"

NÃO ESTÁ FÁCIL MANTER O EMPREGO...

A palestra em auditórios não é a única forma de abocanhar uma fatia do rentável mercado de reciclagem profissional. O aventureiro Thomaz Brandolin tomou por base sua experiência de vinte anos em expedições a lugares remotos do planeta, como o Monte Everest e a Antártica, para criar o que batizou de "treinamento experiencial". Brandolin leva grupos de executivos para fazer trilhas com bússola na Serra do Mar, escaladas no Parque Nacional de Itatiaia e rafting em Brotas. Em meio a um ambiente hostil (não muito, é verdade) e cansativo, eles testam sua capacidade de liderança e adaptação a novas situações. Ao longo das provas, que duram de um a dois dias, o aventureiro e seus auxiliares analisam o desempenho de cada participante. Terminado o sufoco, os resultados são expostos e discutidos numa reunião. Entre as empresas que já contrataram os serviços de Brandolin estão a Vésper, o Itaú e o BankBos-

ton. "O treinamento experiencial tem ótimos resultados. Os funcionários saem da experiência menos individualistas", diz ele. Trilha, escalada, rafting. O que a gente não tem de fazer para manter o emprego...



Duas etapas do "treinamento experiencial": executivos num rafting em Brotas e durante a análise de como se saíram no desafio



