EDITORIAL

Nenhum regime ou ideologia política pode, por si só, deslocar a pobreza de espírito de um povo. Ela se desloca pelo sentimento de solidariedade, comprometimento e busca de um bem-estar comum.

Quem se propõe a entender o sucesso japonês de gestão industrial, desenvolvimento tecnológico e crescimento econômico certamente vai cair nas armadilhas das contradições da Terra do Sol Nascente. Mas, com certeza, terá no **fator qualidade** uma segura explicação para muito desse sucesso.

Nenhum país do mundo comprometeu-se de tal forma com a qualidade dos produtos a ponto de colocá-la como uma estratégia competitiva nacional, mesmo que isto tenha, paradoxalmente, custado muito da chamada qualidade de vida desse povo. É que o Japão entendeu o reflexo em nível macro daquilo que Deming insistia em nível micro. A leitura japonesa para "qualidade é custo" de Deming foi "qualidade é investimento"... investimento internacional e poupança de investimento doméstico!

Mas nem todas as nações conseguem perceber que economia do consumo não é economia do desperdício e que por trás de todo sucesso econômico existe uma estratégia bem pensada, compreendida e socialmente aceita de engajamento empresarial e privado. Como todo bom especialista em tecnologia da informação acaba mais cedo ou mais tarde aprendendo, as nações também devem acabar percebendo que é impossível pensar-se em organizações isoladas de suas relações com outras organizações e seu público e que todos estamos no mesmo cadinho quando pensamos globalmente.

O Japão foi capaz de entender esta verdade e transformá-la em atributos de qualidade, o que significou repensar a distribuição de papéis e atividades de todas as organizações envolvidas em redes e cadeias de valor. E daí, a importância da estrutura informal dos grandes conglomerados proscritos pelas forças de ocupação — ***zaibatsu*** — na formação das grandes parcerias do presente — ***keiretsu*** — onde a disciplina e o respeito feudal — ***gambate*** — orientam-se pelo Budismo e pelo Confucionismo, garantindo um engajamento social focado na qualidade como investimento competitivo.

Qual povo, hoje, está disposto a sacrificar conscientemente uma geração de indivíduos na busca de um ideal comum como fez o Japão? Quais organizações estão conscientes e dispostas a investimentos de longa maturação e a repensarem a sua distribuição de ganhos na formação de um quadro de funcionários e dirigentes alinhados com a cultura da qualidade? Que funcionários e dirigentes estão dispostos conscientemente a sacrificarem os benefícios de hoje para uma melhor qualidade de vida futura?

Com honrosas e nem sempre justificadas exceções, o cidadão japonês é socialmente "enquadrado" e financeiramente pobre para os padrões de acumulação ocidentais, mas respira uma nação que se reconstrói com base em dois paradigmas da qualidade: fazer as coisas certas da primeira vez e melhorar continuamente — ***kaizen*** — mesmo que seja necessário reprojetar tudo. E o detalhe desse último paradigma, os apóstolos dos programas de qualidade total parecem até agora não haver compreendido.

Prof. Marilson Alves Gonçalves
Diretor e Editor da *RAE*