

Felicidade no trabalho: uma reflexão

Luis Felipe

Felicidade é um tema que vem sendo discutido e estudado (já não é de hoje!) e que tem encontrando espaço no ambiente organizacional. Ali se redefine como Felicidade no Trabalho. Pesquisadores, líderes, empreendedores e profissionais de maneira geral estão em processo de maturação do assunto.

Em uma primeira análise parece que a Felicidade no Trabalho é uma evolução dos conceitos de clima e engajamento no trabalho.

Por que uma evolução?

Se considerarmos que para as questões que envolvem aspectos do clima organizacional (pesquisas principalmente) as pessoas são consideradas, no extremo, como usuários do clima. Quer dizer precisam indicar se gostam ou não, se concordam ou não com as “ofertas” que a empresa faz para proporcionar seu bem-estar ali. Em uma pesquisa de clima são poucas as variações de “ofertas” se compararmos as pesquisas realizadas nas empresas: condições de trabalho, políticas de RH, justiça e ética no tratamento, liderança, cooperação/competição... são as mais frequentes. As pessoas emitem seu julgamento a respeito destas condições existentes na empresa, ou seja, é quase como um espectador de serviços oferecidos que opina se estes estão OK ou não na sua percepção/vivência cotidiana. Seu desfrute do bem-estar na empresa depende muito das condições concretas do ambiente de trabalho (latu sensu), e da sua percepção (subjativa).

À medida que caminhamos na direção da Felicidade no Trabalho parece que o ambiente e suas características começam a perder força na determinação do bem-estar, ou motivação, das pessoas para o trabalho. Nesta direção elas passam a ser uma espécie de protagonista da sua permanência ali: trata-se do engajamento. Termo muito utilizado ultimamente por especialistas nos fóruns organizacionais e de Recursos Humanos até como sinônimo de expressão de retenção de talentos. Neste caso, o que se quer saber em uma pesquisa de engajamento, por exemplo, é se a pessoa fica na empresa... se ela “fecha” com os valores ou propósitos da empresa...se ela defende a causa...e até quando.

Percebe-se assim um deslocamento da importância das tais condições ambientais na direção do protagonismo das pessoas. Quer dizer, no engajamento o bem-estar depende um pouco mais delas do que da empresa. A “oferta” da empresa aponta para condições “mais nobres” de trabalho, apelando para indicadores motivacionais mais maduros que, em certa medida, prescindem de condições básicas para exercerem sua influência no comportamento e no bem-estar das pessoas. O protagonismo esperado pela empresa, que é um drive exclusivamente atitudinal e, portanto, de propriedade do indivíduo, entra em cena e provoca a diminuição da importância dos aspectos do clima no bem-estar na empresa. O importante agora é decidir se a pessoa quer ou não quer ficar na empresa em função da conexão ou não com valores/propósitos/missão/visão que serão “ofertados”. É obvio que não são ofertas simples de construir e manter, mas no mínimo são mais importantes para a indução do engajamento do que os esforços quase que permanentes de tentar “controlar” a volatilidade do clima na percepção das pessoas. Depois serão discutidas as condições da permanência e não antes da declaração do engajamento. Seria mais ou menos como no casamento: primeiro a pessoa casa e depois vai aproveitar e mais importante

vai construir sua condição de bem-estar, mas o determinante fundamental do vínculo é o amor anterior de um pelo(a) outro(a).

Ou ainda, outra metáfora talvez possa ser daquele guerrilheiro que aparece no noticiário da TV lutando contra o ditador de seu país, com uma metralhadora da 2ª guerra na mão e altamente motivado pela causa, muito produtivo, sem a menor condição de “trabalho” adequada. Do ponto de vista da empresa a permanência e o bem-estar de pessoas engajadas, dependem bem menos das condições ambientais do que no caso do clima.

Caminhando um pouco mais, encontramos a condição da Felicidade no Trabalho. Neste caso podemos concluir que o eixo do bem-estar se desloca exclusivamente para as pessoas. “Seja feliz aqui” parece ser a frase que define este posicionamento, uma vez que, por definição não existem condições objetivas de provimento de felicidade. Ela se define como algo estritamente subjetivo e idiossincrático, se formos consultar os filósofos que são os que de fato mais refletiram e estudaram o tema. Trata-se, portanto, de uma sensação individualíssima e que não se conceitua (ainda segundo os filósofos), nem se constrói de fora para dentro do indivíduo. “Seja feliz no trabalho” é uma sensação, uma experiência que só pode ser experimentada pela pessoa e que prescinde de “ajuda” externa. “Seja feliz no trabalho” implica em realizar seus sonhos pessoais de trabalho, buscar sentir esta felicidade em função de seus próprios motivos, interesses e crenças. Não é assim que buscamos nossa felicidade fora do trabalho, na vida pessoal e familiar?

Para finalizar, e pensando ainda nos filósofos, para alcançar a felicidade não há necessidade de gastos e custos materiais. Será que foi por isso que o conceito está evoluindo nas empresas e deixando o caro clima para trás?

Fonte: <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/felicidade-no-trabalho-uma-reflexao/90857/>