

Ponto de vista

Empresas e pessoas mais felizes

Celso Foelkel

Não há dúvidas, que como brasileiros, somos muito criativos. Essa é até uma condição de adequação ao meio, já que as inúmeras instabilidades econômicas e políticas nos forçaram a sermos maleáveis e inovativos. Isso ocorre tanto para o cidadão comum como para as empresas. Essas, por sua vez, são constituídas por pessoas. Não existe uma entidade mágica e poderosa chamada “a empresa”. Tampouco existe uma varinha mágica que possa ser acionada na mesma. Quem decide, quem inova, quem demite, quem contrata, quem compra e quem vende, quem treina, etc., todas são pessoas, entre as quais, você. Logo, se sua empresa inova pouco, vende pouco, produz pouco ou não se preocupa em desenvolver as pessoas, você é um dos responsáveis. Sabemos que você vive hoje em um rodado de responsabilidades e de trabalho acumulado. Sabemos também que não tem tempo para mais nada. Sabemos ainda que se você não se esforçar, perderá o seu cargo e que o bafo na nuca lhe atrapalha o sono. Conhecemos também a sua angústia por estar se obsoletando rapidamente, por não conseguir participar de cursos e treinamentos para alcançar o estado da arte do conhecimento nas tecnologias que necessita para suas tarefas. A consequência desse processo todo é a mais óbvia: a sua frustração e das pessoas que têm o mesmo problema que o seu, ou seja, a maioria. Sua frustração com a empresa nada mais é que a frustração sua consigo mesmo. Cada vez mais as pessoas se sentem isoladas, desprotegidas e ameaçadas, apesar de todas as maravilhas do mundo moderno. Esse sentimento de ameaça acabou migrando para os nossos próprios lares, onde as cercas altas e agora sobre elas as cercas elétricas, os alarmes e os

carros blindados, formam a carapaça que todos estamos tentando criar para nos proteger contra os enormes e invisíveis perigos que nos amedrontam.

De um momento para outro, as pessoas remanescentes nas empresas começaram a se preocupar com essa soma de frustrações individuais. Surgiram então os audaciosos programas de atração e retenção de talentos para a empresa. Ora, se as pessoas das empresas precisam agora decidir como reter talentos, como elas são talentosas também, assim acredito, estão na verdade buscando mais atrativos para elas mesmo permanecerem nas empresas, de se sentirem mais protegidas e talvez mais felizes.

Existe um buraco negro tremendo nesses dias de pós-reengenharia e pós-downsizing. Isso não é nosso privilégio, é mundial e acelerado pela crise econômica do pós-11-de-setembro. Esse buraco negro é o resultado do acúmulo de frustrações pessoais, do receio do futuro e das dificuldades do presente. Claro que não podemos generalizar. Há muitas pessoas felizes e que não se sentem solitárias, nem isoladas, nem desprotegidas, mas isso poderemos abordar em outra coluna, em dias futuros.

Considerando que o brasileiro é um dos povos mais coletivos do mundo, tudo que fizermos para dar sentimento de grupo, de afetividade, de amizade, de equipe, de união e de amizade, tudo isso favorecerá a tal de retenção de talentos nas empresas. Os talentosos na verdade são todos, pois em cada tarefa, mesmo nas mais simples, há que se ter inteligência e criatividade. Basta perguntar à pessoa que faz a limpeza da empresa, ou que prepara o café ou o almoço, o que ela faria para reduzir desperdícios em sua área de trabalho ou otimizá-la. Preparem-se para a surpresa. Ela conhece tudo sobre esses desperdícios, acerca das sobras de café, bolachas e bolinhos dos sofisticados “coffee breaks”, comida no restaurante, papéis desperdiçados nos escritórios, energia elétrica com máquinas copiadoras, monitores de computadores e luzes ligadas quando não deveriam, etc., etc. Entretanto, ninguém lhes pergunta sobre isso, ou sequer se preocupam com “esses pequenos desperdícios” com enorme potencial de economia de escala, pois são praticados por quase todos nas empresas. Apenas pagamos essa pessoa para que ela mecanicamente faça sua tarefa e “desfrute das vantagens que lhes oferecemos”, como sacolão da cesta básica, vale transporte, seguro saúde, etc., etc.

Sabemos que o isolamento cresce com o crescimento do poder na empresa. Os poderosos CEO's (diretores máximos ou presidentes), que lutaram destemidamente para alcançarem sua confortável cadeira, seu lap-top e seu banheirinho privativo, são todos reconhecidos pelos gurus da administração como sendo das mais isoladas pessoas nas empresas. A condição de semi-deuses lhes condiciona a isso. Quase ninguém discute com eles suas decisões, tudo que ele diz está correto ou aproximadamente correto.

Em geral, todos sabem da perversidade daquela cadeira, mas quase todos gostariam de ocupá-la. Alguns conseguiram o sucesso de serem líderes e chefes, ao invés de só chefes. Liderança, ética, competência e rede de contatos são essenciais para o sucesso nas atividades de gestão empresarial. O mundo de hoje baseia-se na conectividade, que é o nome moderno para relacionamentos e amizades (virtuais ou não-virtuais). Logo, para ser um bom chefe ou um bom líder, temos que nos relacionar bem com as pessoas, isso é fator chave de sucesso para a posição, reconheçam isso ou não os ocupantes. Entretanto, às vezes nos esquecemos que as primeiras pessoas com as quais temos que nos relacionar bem, a base de nossa estrutura toda, são as de nossa família e da nossa empresa.. Elas é que farão o alicerce da tal de catedral que temos a construir.

São as pessoas que criam coisas e constróem riquezas. São pessoas que acham novos caminhos, novas maneiras de se fazer as coisas, novos produtos e serviços. Infelizmente, muitas empresas e entidades não se apercebem disso, pois as vaidades internas conduzem usualmente ao pronome e pessoa de verbo errados, mais do tipo eu e eles, do que nós. Nessas empresas, é muito comum ouvir a frase “isso não é comigo, procure ele”. O mico é transferido à solta.

Não podemos querer produzir riquezas, mesmo com tecnologias modernas, usando recursos humanos frustrados, mal preparados, mal utilizados, pouco pensantes e desunidos. Não podemos pensar em competitividade só tentando descobrir como agregar valor no processo ou na cadeia produtiva. Cadeia produtiva também é um somatório de pessoas e emoções a gerenciar.

Em uma sociedade do conhecimento, as pessoas não apenas necessitam, conhecer, mas exigem conhecer. Conhecer é um verbo mágico, sinônimo ao mesmo tempo de transparência e de compartilhar. Conhecer implica em transferir e em aprender. Na maioria das vezes, ele se relaciona a um ato de generosidade ou de paciência: por exemplo, ou de alguém nos ensinando algo; ou de nossa paciência usando um mecanismo qualquer de busca no computador para buscar informações na web para a construção de um novo conhecimento. Hoje, não basta apenas ter conhecimento, ele se obsoleta logo. É preciso participar constantemente do processo de busca, concepção e crescimento do conhecimento. As comunidades são auto-propulsoras e aceleradoras disso. Se sua empresa é uma comunidade pensante, o que certamente deveria ser, ela também é demandante. As demandas são plurais, concorrem pelos recursos escassos dessa comunidade. A administração dessas demandas e recursos consiste na sobejamente conhecida gestão, que hoje é muito focada em resultados financeiros e em custos de produção. Como consequência, os resultados e os impactos a nível de emoções e sentimentos

pessoais e coletivos são pouco claros para os gestores, muitas vezes preocupados mais em administrar suas emoções e sentimentos e não os dos outros. O tão alardeado refrão de “ter foco ou ter core business”, difundido pelos gestores, acaba às vezes virando um farol iluminando o nada. São poucos os focos que fornecem orientação e motivação global para comunidades de alta biodiversidade, como as que temos em nossas empresas. Essas comunidades, quaisquer que sejam e onde quer que estejam, desejam ardentemente uma coisa: felicidade. Ser feliz é a busca de todo ser humano. Curioso, então porque esse assunto é um tabu não tocado nas empresas? Quantas vezes seu chefe lhe perguntou se estava feliz? Em geral, quando ele pergunta é porque alguma coisa de ruim vem junto, não é?

Sabendo que os sustentáculos da humanidade são a inteligência, o caráter, o conhecimento, a união e o entendimento entre as pessoas, bastaria trabalhar nesses quesitos nas empresas. A felicidade é algo que deve ser perseguido nas empresas, tanto quanto a redução de custos e a competitividade de nossos produtos e serviços. Que tal inclui-la em nosso próximo planejamento estratégico ?