

Inveja e competição profissional

Enviado por Floriano Serra
30-Jul-2006

Dos sete pecados capitais, certamente a inveja é um dos mais presentes no mundo corporativo. Em maior ou menor intensidade, de maneira explícita ou camuflada, a inveja permeia grande parte das relações de trabalho. Uma das constantes razões dessa presença é a ênfase que a maioria das empresas costuma dar ao componente competitivo entre seus colaboradores, disseminando-o como algo "saudável". Aliás, esta é uma das muitas contradições desse universo capaz de fazer a alegria e o desespero de uma boa parcela de profissionais: de um lado, o discurso organizacional fala e cobra muito do seu pessoal a chamada integração ou espírito de equipe. Ao mesmo tempo, são praticadas políticas internas de premiação para "o melhor vendedor do mês", a "melhor equipe do ano em qualidade", o "setor campeão do semestre em redução de custos". - como se essas vitórias pudessem ser obtidas individual ou setorialmente, sem a contribuição - direta ou indireta - de todos os demais profissionais e departamentos da empresa. O maior artilheiro de um time de futebol só faz gol por causa de uma sucessão anterior de passes entre seus companheiros de equipe, até que a bola chegue aos seus pés. O mérito do gol, portanto, não pode ser creditado apenas a ele. Como geralmente é isso que acontece ("o artilheiro do campeonato"), não raro, na área esportiva, assistimos à derrocada de grandes equipes justamente pela disseminação da inveja entre seus jogadores, porque algum deles é alçado à posição de "estrela do time" e, a partir daí, de "salvador da pátria". A inveja nascida dessa premiação discriminatória pode manter-se num patamar inofensivo - em um nível de "inveja muda", caracterizada por ressentimentos, desmotivação e torcida íntima pelo fracasso do "herói" - ou pode chegar ao grau de boicote. Muitas empresas, analogamente, também criam suas "estrelas" ou "salvadores da pátria" - e isso obviamente nada agrega de positivo ao clima interno, justo agora que, mais do que nunca, fala-se tanto de gestão participativa, conjunto, cooperação e espírito de equipe... É evidente que em toda empresa que estimula a competição interna - por mais saudável que se pretenda que seja esse processo -, precisa considerar que sua pirâmide organizacional, que representa seus níveis hierárquicos, tem, como em todo triângulo, muito menos espaço no seu topo que na sua base - o que significa que nem todos aqueles que lutam para chegar no alto encontrarão espaço para si - privilégio reservado para uns poucos, ainda mais agora que predomina no mercado de trabalho a tendência de enxugamento e redução das estruturas e dos níveis de comando. Nessa disputa pelo chamado "reconhecimento profissional", alguns indivíduos se destacam - e sempre que um desses destaques é anunciado, corre-se o risco de plantar a semente da inveja naqueles que foram preteridos. É comum que os preteridos sintam-se "roubados" ou rejeitados pelos dirigentes que detêm o poder de decisão - tal como, na infância, o irmão caçula sente inveja dos "privilégios" do primogênito. A inveja nas organizações é, de certa forma, uma reminiscência dessa "perda", dessa suposta preferência parental por outro. Ao mesmo tempo, é inevitável na inveja o sentimento de várias outras perdas: a de tempo existencial, por exemplo, ("ainda não foi desta vez..." / "quantos anos serão necessários para que reconheçam meu talento?"). A sensação de perda de poder é também comum na inveja: "ele (o preferido) tem mais prestígio / influência que eu" ou "esse incompetente vai agora mandar em mim". Com muita frequência o invejoso organizacional - quase sempre um "carreirista" não ético ou um inseguro, com baixa auto-estima e sem tônus vital para ser competitivo - sofre de uma distorção da sua capacidade de (auto) percepção. Não é raro que ele se veja rancorosamente mais competente e qualificado que aquele que foi promovido. E, para alimentar essa "miopia", costuma utilizar justificativas que nem sempre são vistas pela empresa como de mais relevância: "há 30 anos que dou meu sangue por essa empresa!" ou "quantas vezes já deixei minha família para vir trabalhar em feriados e fins de semana" ou ainda "há dez anos não tiro férias e ninguém reconhece isso!". Na verdade, tomado pela inveja, ele deixa de enxergar outros aspectos que, do ponto de vista da empresa, são mais importantes, como os componentes políticos, comerciais, mercadológicos, financeiros, estratégicos e outros. Bem a propósito, vale lembrar que a origem latina da palavra "inveja" é "invidere", que quer dizer "não ver". E já que estou falando de significados, não custa destacar também que, em português, segundo o "Aurélio", inveja é o "desgosto ou pesar pelo bem ou felicidade de outrem; desejo violento de possuir o bem alheio". Ou seja: até por definição, a inveja é uns sentimentos dos mais negativos da natureza humana e, no contexto deste artigo, também no mundo corporativo. Isso exclui a perspectiva, defendida por alguns autores, de que a inveja "pode ser saudável". O mercado de trabalho conseguiu dar uma conotação positiva à palavra "ambição", ao identificar assim aquela forte disposição do profissional de lutar pela sua evolução e realização. No entanto, parece-me mais difícil fazer a mesma transmutação para a palavra "inveja", uma vez que ela traz implícito um desejo revanchista de destruição ou de fracasso do invejado. A decisão de investir maior esforço em seu autodesenvolvimento, que pode ser desencadeada num profissional a partir de um episódio de "inveja", não acolhe essa terminologia. Talvez frustração, decepção ou insatisfação - nunca inveja. É a chamada "volta por cima", só conseguida por aqueles profissionais autoconfiantes, que têm consciência do seu talento e que sabem que, melhor que alimentar ressentimentos, é "arregaçar as mangas" e partir para luta da própria superação. Enfim, por todas essas considerações, é fundamental para qualquer organização o conhecimento de que, ao deixar de lado a visão de grupo e alimentar conscientemente ou não uma política de competição, mérito, promoção ou reconhecimento individual, esta será passível de despertar sentimentos de inveja entre seus colaboradores e poderá estimular a prática da relação "ganha / perde" ou "perde / ganha", cujo resultado final, a médio ou longo prazo, conduz ao "perde/perde", tanto em relação aos profissionais entre si como destes para a empresa e vice-versa. Certamente este é um jogo que, assim como na guerra, não tem vencedores. Graduação e licenciatura em Psicologia, com pós-graduação em Propaganda e Marketing (ESPM), e Especialização em Análise Transacional (ALAT, Argentina). É diretor de Recursos Humanos e Qualidade de Vida da ApSen Farmacêutica, eleita por 2 anos consecutivos (em 2004 e 2005) "Uma das 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar no Brasil" e "Uma das 50 Melhores Empresas para a Mulher Trabalhar no Brasil", conforme pesquisa realizada pelas revistas EXAME e VOCÊ S/A, representantes no Brasil do "Great Place to Work". Em 2004, foi eleita

também "Uma das 50 Melhores Empresas para o Executivo Trabalhar no Brasil". Recebeu 3 prêmios como "Destaque RH do Ano": em 1996, da revista Gestão Plus & RH em Síntese, em dezembro de 2003, da AAPSA - Associação dos Administradores de Pessoal de São Paulo e em 2005, do GIRH, Grupo Informal de RH. É autor de mais de uma centena de artigos, publicados em jornais e mais de 50 websites e em mais de dezena de revistas, inclusive em Portugal. É autor de mais de 10 livros, todos abordando a questão do comportamento humano, dos quais o mais recente é "A Terceira Inteligência". Neste mês, durante a Bienal do Livro, lançará sua obra mais recente, "A Empresa Sorriso", também pela Butterfly Editora.