

# Algofobia e os novos cargos da felicidade

André Fontes

6 Agosto 2021

Mário: Vi no LinkedIn a atualização, mas não percebi muito bem... foste promovido a quê?

José: *Happiness Manager!* Também há quem chame a este cargo *Chief of Happiness* ou algo semelhante. Basicamente sou responsável por manter toda a gente na empresa feliz!

Mário: Ah, a sério? Parece interessante! Então, mas tens poder para influenciar a decisão sobre recrutamento, progressões de carreira, sistemas de compensações e benefícios à medida de cada um, desenhar e implementar um sistema de gestão de talento, budget para formações que façam as pessoas evoluir? Vais fazer parte da administração?

José: Não... são mais as coisas do dia a dia... garantir que há sessões de pilates, cestos de fruta, que há boa música ambiente no escritório, que temos plantas e uma decoração que motive os colaboradores, organizar o jantar de Natal e pressionar as pessoas a irem, organizar umas palestras para motivar as pessoas.... esse tipo de coisas que deixa as pessoas felizes!

Mário: Hmm... e quem não está feliz? Como contornas a situação?

José: Sou responsável por quem está satisfeito, mas claro que toda a gente tem problemas e a maioria dos quais são pessoais. Já não interiro nessa esfera, tenho que respeitar a vida privada de cada um.

Mário: Mas a administração não te cobra isso? Que garantas o bem-estar permanente de todos?

José: Sim, toda a gente no escritório tem que estar feliz!!

Mário: E como avalias isso?

José: Faço questionários, onde pergunto coisas como: “De 1 a 5, quão feliz estás nesta organização?” e depois tiro fotos da equipa com todos a sorrir amarelamente e meto nas redes sociais.

Mário: Mas essa pergunta é tendenciosa. Qualquer que seja a resposta, a interpretação é que o colaborador está sempre feliz: está feliz ao nível 1 ou ao nível 5, mas está feliz! Não dá muita margem para outras interpretações, não achas?

José: Oh pá, tenho que justificar o meu posto de trabalho e fazer o que me mandam. Estou aqui para que toda a gente diga que é feliz e para que a empresa conste no ranking das melhores empresas para se trabalhar!

**Chief Happiness Officer é o novo cargo da moda.** A posição ocupada por quem está algures no meio entre a gestão de pessoas e o departamento de apoio psicológico e cujo objetivo é evitar birras e amuos no escritório ou garantir que não existe falta de consenso entre os colaboradores. Porque discordar e ter visões diferentes, gera conflito e isso é desconfortável e, por isso, evitável.

**Algofobia é o nome que se dá ao fenómeno social que vivemos hoje em dia e que diz respeito ao medo generalizado da dor.** Para quê mostrar a dor, ou sequer senti-la, se temos hoje à nossa disposição tantos meios para ocultá-la? Seja com filtros ou avatares, personagens recriadas ou perfis

falsos, há tanto para onde canalizar a dor e o desconforto que não justifica enfrentar esses sentimentos negativos. Para quê?

Entre *threads*, *emails*, *calls* e *scrolls*, o dia passa a voar e não há tempo para lidar com a dor! Já ninguém está habituado a isso: os desgostos amorosos são uma perda de tempo quando comparados aos três minutos que demora a instalar e criar perfil no Tinder; as desavenças entre colegas que começam quando se partilham opiniões diversas são rapidamente resolvidas com uma *talk* interna, sob um qualquer tema relacionado com os benefícios da cultura corporativa focada no positivismo, logo seguida de um *coffee break* recheado, com *cocktails* à mistura. A pressão do consenso aumenta. Em vez de se lutar por melhores argumentos, aplicam-se cuidados paliativos às pessoas com este tipo de ações anestésicas.

E esta anestesia social, a aversão à dor, provoca reações extremistas de quem, farto de não sentir e de não viver, se sente subitamente motivado a fazê-lo de forma radical. São necessários estímulos cada vez mais fortes para que as pessoas se sintam vivas.

## Positivismo - coragem ou medo?

Ser positivo num contexto social e laboral que é hoje altamente instável não é natural ao ser humano. O positivismo é a máscara ideal que usamos para lidar com a imprevisibilidade que o futuro nos reserva, com a rápida evolução da tecnologia (e da vida, no geral!) que nos atira frequentemente para fora da nossa zona de conforto.

O mundo sofre com as alterações climáticas como nunca antes, mas sejamos positivos! Os países irão chegar a um acordo sobre a emissão de gases e tudo se vai resolver pelo melhor.

Um novo vírus assola o mundo criando uma pandemia mortal, mas sejamos positivos! Se todos lavarmos as mãos e utilizarmos máscaras, tudo se vai resolver.

Milhões de refugiados e pessoas a morrer à fome, mas o mundo nunca foi tão evoluído como nos tempos em que vivemos.

Canalizar o medo que temos das consequências dos acontecimentos, sejam eles a uma escala global ou individual, torna-nos apáticos, incapazes de reagir perante os mesmos.

Ser positivo não é sinónimo de coragem, de quem enfrenta o mundo de frente de cabeça erguida esperando que os astros se alinhem para que tudo corra bem. Esperando que o miúdo pare de fazer birra no supermercado só porque somos capazes de manter um sorriso na cara o tempo todo, continuando positivamente à espera que ele se cale.

Pelo contrário, este tipo de positivismo que nos tem sido inculcado é sinónimo de cobardia. De falta de coragem para enfrentar as coisas como elas são e lidar com as consequências das mesmas. O que isto provoca em nós, não é mais que o acumular de uma tensão interior que nos torna hipersensíveis à mais pequena discórdia. Somos vulcões por dentro, prestes a explodir.

## Ditadura da Felicidade

“Sabia que a resiliência, que advém da capacidade de nos mantermos positivos independentemente de tudo o que de mau nos rodeia, é a chave para alcançar uma melhor performance? Tal como os atletas de alta competição, o pico da felicidade acontece quando alcançamos o nosso nível máximo de desempenho – pessoas felizes produzem mais e melhor” (por isso aí de ti que não sejas feliz).

Não se impõe a felicidade, tal como não se muda a vocação ou as preferências de alguém. E, por isso, investir em pessoas como os Chiefs of Happiness é tão útil como comprar uma mesa de matraquilhos para o escritório: alguns colaboradores podem gostar e ficar verdadeiramente mais felizes com esta aquisição. Outros irão preferir uma mesa de pingue pongue.

Assim começa a palestra de um ditador da felicidade. Daquele que ignora que dor e felicidade são duas faces da mesma moeda e que se atenuam uma à outra quando são encaradas assim mesmo. Os mesmos que defendem que se deve viver a vida de forma intensa e positiva, esquecem-se que tudo o que é intenso é também, naturalmente, doloroso.

Como afirma o autor Arthur Brooks, o conceito de bem-estar é, de todos, o considerado menos universal. **A definição de felicidade, em si, varia de cultura para cultura e de pessoa para pessoa. Esta subjetividade retira credibilidade aos diversos *rankings* de felicidade que são feitos pelo mundo a fora.**

**Se fossem credíveis então seguíamos todos a receita dos finlandeses**, frequentemente considerados o povo mais feliz do mundo, e íamos passear na floresta e nadar em lagos gelados para sermos felizes.

As diferenças culturais e as definições de felicidade que cada nação tem tornam impossível generalizar tal conceito a nível global.

Até a origem da palavra felicidade tem diferentes conotações consoante as línguas em que é pronunciada. Em alemão, por exemplo, a palavra felicidade está ligada à sorte e a um destino fortuito. O conceito de *happiness* tem origem no inglês *hap* que significa “sorte”. Já nas línguas que vêm do latim, o termo deriva de *felicitas*, o que traduzia, na Roma antiga, não só o conceito de sorte, mas também o de crescimento, fertilidade e prosperidade.

## Então, o que nos faz feliz?

Culturalmente falando, podem ser, ainda de acordo com o estudo e teoria do autor Arthur Brooks, identificadas quatro diferentes fontes de felicidade:

### **Relação com as pessoas que amamos**

Nesta perspetiva, a felicidade está dependente da relação que temos com os nossos amigos e familiares. Nos EUA, por exemplo, a felicidade está diretamente relacionada com esta fonte;

## **Estado de Consciência**

Modelo de felicidade associado a pessoas altamente espirituais, filosóficas ou religiosas, especialmente importante para os que têm o papel de unir a comunidade. Para os que vivem no Sul da Índia, por exemplo, atingir este Estado é o que traz verdadeira felicidade.

## ***Hobbies e Lazer***

Ter oportunidade de realizar atividades que nos preenchem, geralmente com quem mais gostamos. As pessoas nórdicas, por exemplo, dão muito valor a este modelo de felicidade.

## **Sensação de bem-estar**

A felicidade advém do simples facto de nos sentirmos bem, seja a beber um copo de vinho ou a ler um livro. Quando damos prioridade a experiências que nos fazem sentir bem, quer sejam partilhadas com outros ou não. Os povos latinos dão muito valor a este tipo de felicidade.

Um estudo de longo prazo de Harvard conseguiu concluir que o nosso nível de felicidade está diretamente relacionado com a qualidade das nossas relações e que, também elas, têm uma influência real na nossa saúde.

Este estudo de foro essencialmente psicológico conclui ainda que as relações próximas são precisamente o que nos mantém feliz ao longo da vida, mais do que o dinheiro ou o reconhecimento social. Os laços sociais fortes protegem as pessoas não só do impacto dos desgostos da vida, mas também ajudam a atrasar o declínio físico e mental inerente ao envelhecimento.

Um dos investigadores deste estudo, Waldinger, partilhou numa “Ted Talk” um facto interessante: **as pessoas que estavam mais satisfeitas com as suas relações aos 50 anos, foram precisamente as consideradas mais saudáveis quando chegaram aos 80 anos.** Afirmou ainda, também em tom conclusivo, que **a solidão pode mesmo matar e que é tão fatal como fumar ou sofrer com problemas de alcoolismo.**

Se, por um lado, não há uma receita universal para alcançar a felicidade e, tendo presente que este é um conceito tão subjetivo e cultural, por outro é amplamente reconhecido que o foco na qualidade das nossas relações sociais é definitivamente o ingrediente principal para chegar lá.

Independentemente do país de origem, todos temos família e somos, essencialmente, seres sociais pelo que não é difícil de perceber a importância de investir nas relações de cada um com o(s) seu(s) par(es).

O que não resulta são relações impostas, quer sejam pessoais ou profissionais. Não se impõe a felicidade, tal como não se muda a vocação ou as preferências de alguém. E, por isso, investir em pessoas como os *Chiefs of Happiness* é tão útil como comprar uma mesa de matraquilhos para o escritório: alguns colaboradores podem gostar e ficar verdadeiramente mais felizes com esta aquisição. Outros irão preferir uma mesa de pingue pongue.

## Opinião - Pessoas by ECO

<https://eco.sapo.pt/opiniao/algofobia-e-os-novos-cargos-da-felicidade/amp/>