

DISCUTINDO A RELAÇÃO

Esta prática chegou ao mundo e se fortalece diante do caos no qual se encontram as relações humanas.

Em revistas, jornais e canais de televisão assistimos, a todo instante, a cenas de filmes, novelas ou programas diversos cujo conteúdo, em algum momento, traz à tona a já tão conhecida DR. Uma ação que ganhou nome e proporção; que habita as casas, os bares, os lugares reservados para os eternos namorados e, não poderia deixar de citar, hoje, mais do que nunca, as organizações - é claro que resguardando as devidas proporções e intenções. O capitalismo desenfreado gerou o caos urbano. Mas isso não é novidade. Nem é novidade, também, o quanto todos foram afetados pelas doenças da individualidade, da impaciência, incompreensão e insatisfação. Esta última é uma das grandes causas da falência das relações, visto que os pacientes têm crises homéricas de compulsão. Compulsão por ter e vencer a qualquer preço. Esse comportamento social cujas análises são antigas, move as atitudes as quais rompem os elos da empatia, do respeito, da solidariedade, da ética e dos valores morais. Assim, os relacionamentos pessoais, tenham eles a origem que tiverem, tornam-se cada dia mais superficiais, hostis, competitivos e opacos, gerando o aumento, mesmo que ao nível inconsciente, da insatisfação agravada pela solidão, desconfiança no próximo e necessidade de competir com o outro, e não com o mercado.

E por falar em mercado, é aí, exatamente nesse contexto, que entram as organizações e suas preocupações em fazer o DR sobre e com suas pessoas. É notório que as empresas, não importando se grandes, médias ou pequenas, preferem buscar pessoas que adicionem, contribuam, participem, enfim, comprometam-se com a sua cultura; entretanto, ainda não estão preparadas para receber, orientar e capacitar esses profissionais. Encontramos diversos casos que têm origem, de modo geral, nos mesmos aspectos: as pessoas e as relações que elas estabelecem entre si.

Mesmo cientes disso, fica complicado resolver questões dessa ordem, quando percebemos que o ranço das disputas internas; do espaço para o ditado “farinha pouca, meu pirão primeiro”; da responsabilidade de um, e não de todos; do comprometimento com o seu, e não com o time e, o que é pior, quiçá, da comunicação fortuita, incompleta, indireta e nada transparente são compartilhados, direta ou indiretamente, pela própria empresa, através de sua liderança.

É realmente importante e necessário pensar e investir na melhoria das relações interpessoais; mas para isso, as organizações têm de rever sua missão, suas crenças e seus valores; têm, de fato, de se posicionarem sobre atitudes e comportamentos; devem criar modelos, exemplos que possam ser elogiados, apreciados e seguidos; devem investir em suas pessoas, proporcionando-lhes condições físicas e psicológicas para a produção com resultados; têm de capacitar, investir em educação e formação e, por consequência, oportunizar o desenvolvimento de todos e, naturalmente acontecerá, da própria empresa. Enquanto houver organizações que fechem os olhos para a importância de mudar primeiro, para mudar o outro, haverá muito que se discutir relações e lucratividade em baixa; este item já provado por pesquisas e estudos estatísticos.

É preciso, então, gerenciar os relacionamentos, criando um ambiente de confiança; que promova a abertura interpessoal, que gere e exercite empatia, respeito e aceitação; fortalecendo, dessa maneira, laços fortes que permitam a manutenção do elo estabelecido entre todos, mesmo nas horas de tensão. Certamente, os resultados dos lucros serão gratificantes para todos e a marca será lembrada positivamente, q quanto mais a pessoa tem boas referências; quanto mais é valorizada e respeitada pelo outro; quanto mais se sente segura e com confiança para se relacionar com o outro, melhores serão os resultados desses profissionais e a confiança que ela deposita nessa empresa, no time, aumentando significativamente o seu compromisso com os seus processos e com os de todos.

Portanto, as DR's devem estar sempre prontas a entrarem em palco; porém, mais concretos que elas são a força da cultura organizacional e seus projetos de investimentos no bem-estar de seus clientes internos, em primeiro lugar.