

**RIR É O
MELHOR
NEGÓCIO**

RIR É O MELHOR NEGÓCIO

JULIA ALONSO
MARINA VIDIGAL

Trabalhe menos, brinque mais
e aumente sua produtividade

editora
Original

COPYRIGHT © 2006 JULIA ALONSO E MARINA VIDIGAL

SUPERVISÃO EDITORIAL **Marcelo Duarte**
ASSISTENTE EDITORIAL **Tatiana Fulas**
PROJETO GRÁFICO **Luciana Porto Alegre Steckel**
DIAGRAMAÇÃO **Divina Rocha Corte**
CONSULTORIA **Marcos Piccini**
PREPARAÇÃO **Andréa Medeiros**
REVISÃO **Ana Maria Barbosa**
Cristiane Goulart
Telma Baeza G. Dias

CIP-BRASIL CATALOGAÇÃO NA FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ.

Alonso, Julia
Rir é o melhor negócio
/ Julia Alonso e Marina Vidigal. – 1.ed. – São Paulo : Original,
2006

1. Humor – Psicologia. 2. Qualidade de vida no trabalho – 3.
Relações humanas.

06-1752. CDD 158.2
CDD 159.942.53

2006
Todos os direitos reservados à
Editora Original Ltda.
Rua Lisboa, 502 • 05413-000 • São Paulo – SP
Tel.: (11) 3088 8444 • Fax: (11) 3063 4998
edoriginal@pandabooks.com.br
www.pandabooks.com.br

A todos que reconhecem ser
possível encontrar no trabalho
um caminho de crescimento, felicidade
e realização pessoal.

Com o desejo de que consigam mostrar
suas idéias e influenciar
positivamente quem encara
o dia-a-dia profissional com pesar.

SUMÁRIO

<i>Prefácio</i>	9
<i>Apresentação</i>	15
<i>Introdução</i>	19
SALVE O HUMOR!	23
As conseqüências do pessimismo e do negativismo na empresa.	31
O CLIMA VEM DE CIMA	35
Comportamentos nocivos de um chefe.	39
Suavize o chefe ranzinza	46
O que se espera de um chefe no atual modelo administrativo	50
ABAIXO O PESSIMISMO	59
O papel do líder diante do mal-humorado.	64
O problema do mau humor é com você? O que fazer para melhorar	66
Qual é o seu perfil?.	67
Busque uma vida que o satisfaça.	69
Sorria, você só tem a ganhar	71
Para rir mais no ambiente profissional	75
Nem todo riso é construtivo	84

Parece impossível ser feliz na empresa onde trabalha? Será que você está no lugar certo?	88
Trabalhe com seriedade, mas sem obsessão	91
E seja feliz	95

A EMPRESA EM PROL DO HUMOR	97
Valores morais e condutas motivadoras	100
Programas de benefícios e qualidade de vida: ações concretas em prol da satisfação	117
A hierarquia das necessidades	118
A aplicação da Pirâmide de Maslow em programas de benefícios	122
Benefícios para todos os gostos (e bolsos!).	125
Na hora de contratar.	139

COMO ANDAM O HUMOR E A SATISFAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS?	143
O conteúdo da pesquisa	147
As conseqüências da pesquisa	151
Quando deve ser feita uma pesquisa de clima organizacional?	153

O QUE VOCÊ QUER TER NO CURRÍCULO?	155
<i>Sobre as autoras</i>	160

PREFÁCIO

Quando fui convidado por Julia Alonso para escrever o prefácio de sua primeira aventura pelo mundo da literatura como reflexo de sua experiência, fiquei me questionando sobre as principais razões não verbalizadas por ela, que a levaram a realizar o convite.

Dias mais tarde, ao ter finalizado a leitura de sua obra, talvez tenha percebido um pouco melhor suas identificações pessoais com alguém que quisesse ter como crítico deste seu primeiro trabalho. Diferentemente do que verbalizou ao convidar-me “*considero que você conhece muito da minha trajetória profissional e de minhas opiniões sobre certos valores e comportamentos...*”, acredito agora que algumas nuances de seus comentários e opiniões pessoais aqui expressos ora foram manifestados em momentos que trabalhamos juntos, ora foram ensinados a mim por seu comportamento condizente com seu discurso — o que chamo de integridade.

Lembrei-me de quando realizávamos seleção de jovens talentos para *trainees* de uma multinacional para

a qual eu trabalhava... Das várias passagens por aeroportos e seus estresses típicos com vôos atrasados ou, pior ainda, perdidos por nossa culpa e atraso — eu, um “junior executive” esbravejando, suando e soltando algumas mentirinhas nos balcões das companhias aéreas, acreditando que voz alta e comando acelerariam milhas aéreas... Julia, calma como um monge tibetano, assistindo de perto àquele comportamento típico de um estressado profissional. Já rimos muito com isso... Melhor ainda, aprendi muito com tudo isso, com a sorte de ter ali no cenário do meu mau humor improdutivo, alguém que com poucas palavras do tipo “*resolveu alguma coisa? Será que produziu o efeito desejado ou somente lhe trouxe dor de cabeça?*” foi capaz de provocar reflexões significativas — não naquele momento obviamente, mas anos depois.

Acho que esta é a proposta de **Rir é o melhor negócio**: incentivar o leitor a refletir e a se transformar pouco a pouco, se assim o leitor o quiser. Nenhum aprendizado se concretiza com uma única palavra ou ensinamento dito de uma só vez — principalmente quando se fala de mudança de comportamento ou atitude. As mudanças se instalam talvez porque nós vemos, ouvimos e observamos criticamente outras histórias e experiências de

outras pessoas repetidamente e, entre um relato e outro, passamos um filme de situações similares em nossas mentes, fazendo as comparações com nossas próprias situações, secretamente. Algumas vezes ficamos felizes com a comparação e achamos estar no caminho certo. Em outras temos um simples “click” — psicólogos como Julia chamariam isso de “insight” — e, simplesmente mudamos ou começamos a observar a capacidade de mudar pouco a pouco. A graça nisso tudo é que, normalmente, o que achamos que precisa ser mudado é o mais óbvio possível, falado e repetido milhões de vezes à nossa volta, racionalizado e aceito como o padrão correto, mas não sentido, não vivido, não praticado.

Em várias passagens do livro, ora com o chapéu de um líder, ora com o chapéu de um gestor de uma área de Recursos Humanos, fui capaz de ter vários “clicks” (não sou psicólogo, okay?), já discutidos racionalmente em vários momentos de minha vida profissional, mas que hoje, exatamente com aquele profissional em específico ou com aquele problema organizacional para ser resolvido, me esqueci de aplicar. Passei meus filmes secretos, sim.

Mas talvez a melhor diversão que tive nestas páginas foi a de lembrar e valorizar a forte capacidade que

cada um tem de poder escolher ou produzir seu ambiente preferido para trabalhar, relacionar-se e investir tempo e conhecimento. E, ainda por cima, ganhar dinheiro para isso... Existe algo melhor?

Não se trata de um livro de auto-ajuda. Não se pode esperar alcançar o nirvana do bom humor na última página... Todos temos nossos dias ruins (eu mesmo já vi Julia descabelando-se no trabalho e, confesso, fiquei preocupado... Risos).

O livro também não se propõe a cumprir um papel de ousadia literária, mas, ao contrário, traz relatos e reflexões em linguagem simples, recheado também de antigos e novos conhecimentos reais e científicos sobre os efeitos do comportamento positivista, bem-humorado e saudável no dia a dia profissional e pessoal. Nas suas opiniões nada há em excesso, pois humor em excesso também nos incomoda e não produz.

Tanto para jovens iniciantes na carreira profissional, quanto para líderes de equipes e empresas, as informações que se encontram aqui poderão provocar reflexões e início de mudanças importantes para enfrentar

os anos à nossa frente: alta competitividade intelectual, alta velocidade de mudanças e muito pouco tempo para nossa própria existência como deveríamos vivê-la.

Se é possível incorporar parte das experiências aqui oferecidas neste cenário enlouquecedor do mundo empresarial, de maneira feliz para cada um, por que não tentá-lo agora?

Reinaldo Barranco
Diretor de Recursos Humanos

APRESENTAÇÃO

Ao longo de quase vinte anos de experiência profissional, o humor sempre teve um papel decisivo quanto às minhas impressões e atitudes. Em 1988, tive a sorte de ingressar no mercado como estagiária da Ford, no departamento de Higiene e Segurança do Trabalho, chefiado por Celso Massaini, pessoa extremamente bem-humorada e positiva, que se tornou um grande amigo. Nossa equipe tomava grandes decisões e tinha muito trabalho, mas nosso dia-a-dia era sempre fácil e leve, graças ao clima otimista no qual vivíamos. Éramos bem-humorados, tínhamos muita disposição e motivação. Mesmo trabalhando em uma área bem distinta da minha especialidade (com formação em Psicologia e, na época, ainda cursando a faculdade), eu adorava o que fazia.

A deliciosa vivência na Ford durou cerca de dois anos, e aquela maneira descontraída de trabalhar tornou-se meu ideal profissional. Ao sair de lá, porém, descobri que tal realidade não se refletia em todo o mercado. Em meu segundo emprego, uma

empresa de arquitetura e construção civil, o clima era, ao contrário, bastante negativo e desprovido de qualquer preocupação com o bom humor, o relacionamento e o envolvimento entre os funcionários. Eu fazia seleção de RH, algo que se aproximava bem mais de minha especialidade, mas vivia insatisfeita. Era chocante como o clima me contaminava! Em pouco tempo comecei a me ver sem alegria nem entusiasmo para o trabalho. Embora tivesse um ritmo de vida bem mais tranquilo do que na Ford (quando trabalhava o dia todo e fazia faculdade à noite), passei a viver desanimada, já que acordava de mau humor e sem vontade de sair para trabalhar.

A partir dessa segunda — e desastrosa — experiência profissional, seguiram-se algumas melhores e outras piores, que me fizeram compreender exatamente o que eu buscava na carreira. Como sempre estive ligada a departamentos de RH, trabalhei com treinamento de pessoal e consultoria em recrutamento e seleção, tive a oportunidade de prestar muita atenção na filosofia das empresas com as quais me envolvi e no comportamento de dirigentes e funcionários. Passei pelo Pão de Açúcar e por uma série de empresas de consultoria de RH, que foram realmente grandes escolas.

Considero, porém, que meu verdadeiro amadurecimento profissional se concretizou em 2004, quando me dei conta de que para produzir bem e me satisfazer no trabalho eu precisava ser feliz diariamente. No papel de funcionária, supervisora ou empreendedora, vi que para mim era fundamental estar cercada de pessoas de bem com a vida, além de ter uma rotina alegre, independentemente das pressões e dificuldades do ofício.

Em 2004, então, me associei a Rosa Pizcioneri Alonso para criar a Só Talentos, uma empresa de consultoria em RH. Além de minha cunhada, Rosa é uma profissional admirável, extremamente bem-humorada e com quem eu já havia trabalhado por cinco anos. Hoje, prestamos serviços de contratação, treinamento de gestores e *trainees* e, entre os valores da empresa, decidimos incluir o bom humor. Quando apresentamos nossa filosofia para novos clientes, é comum que nos peçam para falar mais sobre esse aspecto, questionando o porquê de termos incluído o humor entre nossos valores.

Minha justificativa é simples. Vejo o humor e o estado de espírito como a base da satisfação e da motivação das pessoas, independentemente de sua área de atuação ou cargo. Dou muitas palestras em universidades e

me realizo quando posso dizer para quem quiser ouvir que “sim, é possível ser feliz no trabalho”. Sei que isso é viável, que ambientes bem-humorados e produtivos são absolutamente compatíveis — e acho fantástico poder divulgar esse conceito. Sendo assim, para quem está começando, para quem já ocupa cargos de chefia ou mesmo para os que sofrem com supervisores ranzinhas, espero passar um pouquinho de minhas experiências e impressões sobre esse valor tão relevante, simples e realizável no mundo profissional.

Foi por essas e outras que, quando a jornalista Marina Vidigal me convidou para uma parceria nesta obra, meu interesse foi imediato. Espero que o livro revele a importância do bom humor a todos os interessados e forneça instrumentos para que vocês, leitores, trilhem rumo a esse caminho. Que cada um persiga (e encontre!) a felicidade no dia-a-dia profissional. Sorriam todos e boa leitura!

Julia Alonso

“Trabalhe menos, brinque mais e dessa forma aumente sua produtividade no trabalho.” A recomendação, um tanto exótica para a época, foi publicada na revista *Psychology Today*, no final da década de 1980, em artigo redigido por T. George Harris e Robert Trotter. Nela, os autores argumentavam que, no ambiente profissional, a brincadeira e a fantasia poderiam ser a base da eficiência, e que o clima interno descontraído gerava funcionários satisfeitos, motivados e capazes de produzir resultados melhores.

Hoje, essas palavras são consideradas bem menos excêntricas do que na época, quando o humor e o riso eram associados à improdutividade, à dispersão e à falta de profissionalismo. Esse antigo pensamento, herdado da Revolução Industrial, tem caído por terra à medida que uma série de pesquisas vem comprovando a estreita relação entre satisfação e produtividade. “Não tenho a menor dúvida de que se a pessoa está bem humorada o trabalho fica muito mais prazeroso e ela tem espaço para ser mais criativa e produtiva”,

synetiza Élio Martins, presidente da empresa de telhas e caixas d'água Eternit. Infelizmente, porém, não são todos os profissionais que entendem o humor como ferramenta de gestão corporativa.

Nosso livro pretende, portanto, mostrar que humor é assunto sério e que deve ser posto em pauta dentro de todas as estruturas organizacionais da atualidade. Seria precipitado afirmar que “organizações mal-humoradas” sejam fracassadas, mas é certo que o clima positivo e o bem-estar dos executivos e funcionários são grandes propulsores do sucesso. “Vejo o bom humor e a descontração como a base de tudo. Não falo em recreação, mas em formas de operar e trabalhar. O humor é capaz de tornar a organização mais produtiva e eficaz ao longo do tempo. É verdade que a pressão pode gerar resultados pontuais, mas não representa mudanças nem ganho de competência”, opina Manuel Martins, diretor de recursos humanos da distribuidora de energia AES Eletropaulo.

O humor de fato ajuda a construir uma atmosfera positiva, que, por sua vez, possibilita a melhora na comunicação, nas relações interpessoais e no trabalho em equipe, ajudando a reduzir tensões, estresse e in-

satisfação. Isto beneficia o desempenho da empresa, a produtividade e a capacidade de manter funcionários, o que alimenta um ciclo de benefícios e compensações que geram satisfação crescente para todos os envolvidos no processo.

Conforme afirmou o psicólogo norte-americano James Lin, com seus quase vinte anos de experiência em treinamentos corporativos, “quem ri junto, trabalha melhor”. Segundo Lin, estudos garantem que energias positivas vindas do riso e da alegria contribuem significativamente para a saúde do ambiente profissional e para a melhoria do trabalho em equipe. Tais princípios, ele acrescenta, podem ser aplicados em organizações de qualquer porte, da micro à grande empresa.

Isso não acontece à toa. Uma cultura corporativa baseada no bom humor apresenta muito mais abertura para a aproximação das pessoas e para a prática do diálogo. É como se o riso destruísse as barreiras hierárquicas, facilitando a comunicação e a aproximação nos mais diferentes níveis e setores da empresa. Como consequência, ocorre intensa interação entre funcionários, constante reciclagem e intercâmbio de idéias. O humor e o riso dão mais vida, ânimo e entusiasmo às equipes,

além de enaltecerem o trabalho e ajudar empresas e indivíduos a caminharem em direção ao sucesso. Segundo Warren Bennis, professor de administração de empresas e presidente-fundador do Instituto de Liderança da Escola de Negócios da Universidade da Califórnia do Sul, nos Estados Unidos, as empresas mais ágeis, focadas, flexíveis, amigáveis e divertidas da atualidade tendem a ser as mais bem-sucedidas do mercado. É bom deixar claro que ninguém está pregando que o trabalho se transforme em brincadeira, mas sim que o riso, a diversão e a informalidade tenham um espaço na rotina da fábrica ou do escritório, já que são atitudes inerentes ao ser humano.

**SALVE O
HUMOR!**

De mãos dadas com a inteligência, o humor revela a destreza e a criatividade de quem o pratica. Para criar situações cômicas ou mesmo para compreendê-las, é preciso construir com rapidez o raciocínio não-linear que costuma caracterizá-las. O humor permite que se veja um dado evento sob óticas inusitadas. Tomando como exemplo as piadas, percebemos que elas dirigem a mente para um caminho e, no último instante, seguem um rumo inesperado. A surpresa e a irreverência do novo caminho provocam o riso e atestam a perspicácia de quem criou a tirada.

No ambiente profissional, analogamente, o pensamento criativo ajuda os funcionários a encontrarem novos caminhos (muitas vezes inusitados) para situações diversas. As pessoas precisam ser flexíveis se quiserem mudar perspectivas e padrões de pensamento e encontrar soluções criativas para as questões em pauta. Em geral, pessoas bem-humoradas conseguem ter atitudes desse tipo de maneira espontânea e freqüente.

Buscando reconhecer o poder da descontração para ajudar as pessoas a enxergarem soluções com mais facilidade, algumas empresas promovem brincadeiras e bate-papos informais antes de reuniões importantes. Os funcionários relaxam e abre-se caminho para o pensamento criativo. Nas reuniões de diretoria da AES Eletropaulo, por exemplo, a descontração já está incorporada à pauta: “Em reuniões semanais, tratamos de assuntos bastante sérios e árduos. Para suavizar a agenda, instituímos nesses encontros o momento anti-estresse, uma pausa na qual mostramos peças humorísticas, filminhos de internet, curiosidades, reflexões, ensinamentos etc.”, revela o diretor de recursos humanos Manuel Martins. Para ele, essas atividades lúdicas são fundamentais, pois deixam os participantes mais descontraídos, melhorando a interação entre todos e a qualidade do ambiente.

Promovendo o riso, a diversão e o bem-estar das pessoas, o humor também estimula a satisfação pessoal e profissional dos funcionários. Empregados satisfeitos com a empresa, por sua vez, têm muito mais comprometimento com o trabalho, costumam dar o melhor de si e, no dia-a-dia profissional, agem com amabilidade e cooperativismo. Como consequência, o clima interno torna-se positivo, o trabalho flui com

facilidade, e a produtividade tende a crescer. Diante de bons resultados gerados por essa engrenagem, a empresa devolve recompensas morais e materiais aos funcionários, que ficam ainda mais entusiasmados e motivados. Em benefício de ambas as partes, o ciclo se retroalimenta constantemente.

Não bastasse tudo isso, os funcionários que têm prazer no trabalho e se relacionam bem com os colegas costumam faltar apenas em situações extremas. A descontração os ajuda a eliminar as chateações, aliviar o estresse e as pressões cotidianas, beneficiando a concentração e a produtividade. Além disso, doses de humor reenergizam os ambientes e dão mais ânimo para as equipes realizarem as tarefas necessárias. Empresas marcadas pela descontração costumam ter, de quebra, baixa rotatividade de funcionários.

Diante de tantos argumentos favoráveis, a prática do humor e o estímulo ao clima positivo no ambiente profissional vêm sendo cada vez mais associados ao sucesso. De acordo com o estudo do psicólogo James Lin, em uma fazenda leiteira com instalações adequadas, um bom tratamento e música suave para as vacas faz com que elas produzam muito mais leite do que

em condições comuns. “Se até no mundo animal as coisas acontecem assim, entre os humanos não poderia ser diferente!”, observou o estudioso.

De qualquer maneira, é bom lembrar que o humor, por si só, não enche o bolso de ninguém. Uma gestão meramente afetiva, com foco nas pessoas e na adoção exclusiva de atitudes que visam evitar conflitos, enaltece o bom clima, mas dificilmente gera lucros. O contraponto disso é uma gestão estressada que cobra resultados a qualquer preço, ainda que sob clima tenso e desgastante — apesar de os resultados acontecerem, as conseqüências do negativismo gerado podem ser bastante ruins para o negócio no longo prazo. Uma gestão inteligente, enfim, busca conciliar produtividade com clima positivo, e isso é possível mantendo-se o foco tanto nas pessoas quanto nos resultados.

UM BEM-HUMORADO QUE SAIU DAS RUAS PARA SE TORNAR REFERÊNCIA NO MARKETING

Na teoria, o carioca David Mendonça Pontes é mais um camêlo do movimentado centro do Rio de Janeiro; na prática,

trata-se de um tremendo profissional de marketing. Munido de talento, bom humor e de iniciativas bastante criativas, David tornou-se um exemplo no mundo dos negócios. Em pouco mais de dez anos, transformou-se de sem-teto em camêlo com livro publicado, carro, casa própria, sítio, aplicações no banco e uma agenda lotada de palestras, proferidas entre universitários, executivos e pós-graduandos em marketing.

Sorridente, carismático e simplório, David tem mais de 5 mil clientes cadastrados em seu banco de dados. Sua barraquinha de doces tem página na internet, agência de publicidade e serviço de entregas, de modo que possa atender não apenas pedestres da região, mas também quem está mergulhado em serviços de casa ou do escritório.

David estudou apenas até a sétima série e morou na favela da Rocinha por muitos anos. Em 1989, depois de perder o emprego de motorista em uma fábrica, foi despejado e teve de viver na rua. Um belo dia, para comprar alimento para a mulher grávida, pediu uns trocados emprestados a um amigo. Descobriu que com aquele dinheirinho era possível comprar doces no atacado, revender e lucrar. Daí até montar sua barraquinha, foi um passo.