



Carreira e auto-realização:

Uma relação complexa entre objetivos, escolhas e ações

Autor: Juliano Hoffman

Consultor CORE RH

Email: juliano@corerh.com.br

Como sentir-se completo, perceber que a vida tem sentido, é, sempre foi e sempre será uma das perguntas que mais atormenta a mente de homens e mulheres. Perceber que sua vida tem sentido é de valor inestimável para o ser humano, muito mais valioso que qualquer salário, que qualquer benefício ou prêmio conferido.

Os novos conceitos e novos paradigmas da era do conhecimento aparentemente desmantelaram essa dúvida. Não se vê mais abertamente filósofos discutindo “de onde viemos e para onde vamos”, a rotina agitada e as necessidades do mercado não possibilitam ao homem se dar ao luxo de debruçar sobre uma mesa e pensar, vagar no meio das idéias simplesmente, sendo que um dia isso já foi considerado trabalho.

Mas o ser humano busca constantemente um preenchimento, existe em cada pessoa uma vontade inata de criar de produzir e de ser feliz. Para DALAI LAMA, monge budista, o propósito da vida humana é a felicidade e se utilizarmos nossa inteligência com paciência e esforço constante, ainda sim haverá erros, como só assim haverá a possibilidade de alcançar os objetivos (LAMA, 2002)

Essa certeza de que o mundo de hoje não precisa de tempo para pensar, refletir, não passa de uma ilusão, sendo que se debruçar sobre idéias e “vagar” é o que possibilitou ao homem entender porque uma maçã cai, porque ficamos doentes, porque a terra não é o centro do universo, porque vemos primeiro o raio e depois ouvimos o som.

Foi o dedicar-se a um sonho que permitiu a humanidade não ficar mais presa à escuridão da noite e Thomas Edson criar após muita insistência a lâmpada elétrica, em contrapartida esse sonho criou a GE. Foi um sonho que possibilitou ir do Brasil ao Japão em um dia e o que criou a Boeing, a TAM, a EMBRAER e tantas outras. Foi permitir à paixão tornar-se trabalho que criou



tantas maravilhas e conhecimentos sem os quais a vida moderna seria impossível e que tornou tantas pessoas milionárias como Bill Gates, que começou com um sonho na garagem.

“Felicidade não é o porto de chegada. Depende da maneira de viajar, mas principalmente de como nos vemos... É alegrar-se em cuidar de si mesmo e em aprender” (GOMES, 2002). A felicidade não está nos objetivos e sim no caminho tomado em direção a esses objetivos. Muitas vezes a meta está por demais distante e se fixar apenas nela faz com que não seja possível desfrutar de tudo o que o caminho até a meta pode oferecer; a fixação no futuro faz com que o presente não seja vivido integralmente, é como se a pessoa não existisse integralmente no agora. (BOOG, 1997). Porém, não existe caminhar sem um ponto de chegada, assim como não existe realização sem a conquista de algo.

Buscar a auto-realização não pode ser encarado como um momento, mas como um ciclo, com a constante passagem pelos momentos de auto-avaliação, definição de objetivos, auto-conhecimento, planejamento e explanação prática.

Felicidade e auto-realização existem na mesma jornada, presentes em etapas diferentes. Preparar uma viagem a Disney World é escolher um objetivo realizador, chegar lá é a auto-realização. Já a felicidade se encontra em apreciar o fazer as malas, tomar o avião, poupar dinheiro, abrir mão de outras “coisas”. A felicidade está em como se encara esse o trajeto.

O objetivo, principalmente pensando em vida profissional, para ser realmente auto-realizador e possibilitar o florescer da felicidade na “viagem”, precisa estar amplamente ligado às motivações, é preciso estar embebecido de paixão, é preciso sentir que a alma está ligada a ele de uma maneira singular, clara e firme. Quem encontra isso tem possibilidade de prosperar, já que prosperar, etimologicamente quer dizer: “Avançar em direção às próprias esperanças” (GOMES, 2002), avançar em direção a seus objetivos e metas.

MASLOW elencou em uma pirâmide os vários níveis de necessidades que influenciam a vida humana: necessidades fisiológicas, de segurança, sociais, de status e estima e de auto-realização (MASLOW, 2000).



Figura retirada da pagina: www.cide.rj.gov.br/produtos/iqmcarencias/iqm_conteudo_meto_1.htm

Quanto mais em direção ao topo da pirâmide uma atividade está relacionada maior o seu poder de impactar na motivação da pessoa, maior o seu potencial de interferir nas decisões e nos resultados da pessoa.

O nível mais alto da pirâmide é o relacionado a auto-realização, “*as necessidades de auto-realização (no vértice das necessidades do homem) são as de dar vida às nossas potencialidades, de nos desenvolvermos ou aperfeiçoarmos continuamente, de sermos criativos, de realizarmos um projeto pessoal de vida, de realizar aquilo que de melhor há em nós*”. (PAGINA DO PROFESSOR, 2002)

A não satisfação das necessidades ligadas ao topo da pirâmide não comprometem a vida, mas impedem seu pleno desenvolvimento, impedem que todo potencial de rendimento seja alcançado.

Para FEIJÓ (1998) auto realização “*tem a ver com o problema da eficácia pessoal. Eficaz é aquele que atinge seus objetivos preestabelecidos, com o máximo de rendimento e o mínimo de investimento de energia... não importa quais sejam os objetivos de um indivíduo para a felicidade dele, é importante realizar seus objetivos. Para uns, a coisa mais importante é alcançar reconhecimento, da parte dos colegas e do público. Para outros, o alvo é conseguir independência financeira. Cuidados tem que ser tomados aqui para não estabelecer objetivos muito abaixo ou muito acima do nosso real potencial, o que seguramente seria fonte de frustração e desmotivação*”.

(<http://www.geocities.com/psicointernautas/psicologia/teorias/motivtexcompl.htm>)



As pesquisas de MASLOW conseguiram ainda classificar características de pessoas que apresentam foco na auto-realização e conseguem níveis de produção acima da média, são elas:

Características dos auto-realizadores

- Percebem a realidade eficientemente e conseguem tolerar as incertezas;
- Aceitam a si mesmos e a outros pelo que são;
- São espontâneos nos pensamentos e comportamentos;
- São centrados no problema, em vez de em si mesmos;
- Têm um bom senso de humor;
- Altamente criativo;
- Resistentes à aculturação, embora não propositadamente inconventionais;
- Capazes de profunda apreciação das experiências básicas de vida;
- Estabelecem relacionamentos inter-pessoais profundos e satisfatórios com poucas, em vez de muitas pessoas;
- São capazes de observar a vida sob uma perspectiva objetiva;

Comportamentos que levam à auto-realização

- Experienciar a vida como uma criança faz, com plena absorção e concentração;
- Tentar algo novo, em vez de manter-se atado a modos seguros e garantidos;
- Atentar para os próprios sentimentos na avaliação das experiências, em vez de à voz da traição ou autoridade ou da maioria;
- Ser honesto; evitar farsas ou "jogos";
- Estar preparado para ser impopular se as próprias opiniões não coincidirem com as da maioria das pessoas;
- Trabalhar (treinar) duro, em qualquer coisa que se decida fazer;
- Tentar identificar as próprias defesas e ter coragem para desistir delas;

(<http://www.geocities.com/psicointernautas/psicologia/teorias/autorealizacao.htm>)



A História, tanto Moderna como Contemporânea, provam através de inúmeras vidas diferentes que pessoas apaixonadas pelo que fazem, capazes de se auto-realizar possuem desempenho muito superior a quem trabalha por obrigação. Interessante lembrar que é justamente “resultado” que efetivamente garante a estadia no posto de trabalho, ativo profissionalmente. O termo empregabilidade trata especificamente desta capacidade de manter-se ativo profissionalmente.

OLIVEIRA (2000) define como atividade profissional, “qualquer atividade humana exercida com certa regularidade e em troca de remuneração, capaz de prover benefícios a pessoas e organizações”.

Empregabilidade, termo utilizado por MINARELLI, e Atividade Profissional, por OLIVEIRA, pedem uma redefinição do conceito de trabalho, deixando de lado a idéia de emprego estável em uma empresa “protetora”, para se apegar à idéia de prestação de serviço.

A situação do mercado de trabalho não pode garantir emprego a todas as pessoas, daí tantos desempregados, mas quem procura oferecer trabalho em troca de remuneração tem grandes oportunidades pela frente.

Quem sabe os serviços que pode oferecer e tem uma boa estratégia de venda dos mesmos consegue clientes, seja uma empresa que o contrate com carteira assinada, atuando como consultor, terceirizado, temporário ou até como dono do próprio negócio. O fato é que somente pensando de maneira mais flexível se pode pensar em uma carreira profissional crescente.

“O trabalho é uma mercadoria comprada e vendida em um mercado influenciado pela oferta e procura” (OLIVEIRA, 2000). A manutenção da empregabilidade, da capacidade de atingir o cliente é o que define que fornecedor esse cliente escolherá.

É interessante salientar um paradoxo existente no mercado de trabalho brasileiro: se por um lado existe muita dificuldade por parte dos “disponíveis ao mercado” em encontrar uma colocação, as empresas também tem muitas dificuldades em contratar um profissional que atenda às suas necessidades. “Em 1997, o Sistema Nacional de Emprego (Sine), por exemplo, encaminhou apenas 11,29% dos trabalhadores inscritos em seu cadastro para concorrerem a vagas abertas anunciadas pelas empresas. A explicação do Sine para esse baixo volume de encaminhamentos foi justamente a constatação do baixo nível de qualificação média dos encaminhados que procuraram a entidade” (OLIVEIRA, 2000).



Essa não é a única fonte com esse tipo de referência. O contato com profissionais que atuam com recrutamento e seleção reforça essa realidade de despreparo na qualificação tanto técnica como na “venda” de si mesmo, da força de trabalho brasileira.

Para se manter ou entrar em condições de “brigar” por trabalho existem atitudes e posturas que precisam ser adotadas.

José Augusto MINARELLI, ainda em 1995, publicou em seu livro “Empregabilidade” a existência de seis conceitos que se apresentam como determinantes a quem pretende não ficar de fora do mercado de trabalho, adequando-se às novas regras do jogo e se preparando não para conseguir um emprego, e sim, para oferecer seu trabalho ao cliente que estiver ao se alcance e que melhor atender as suas exigências.

Essa realidade do mercado deu origem ao termo *Dejobbing* que conceitua esse fenômeno mundial do fim do emprego, seja pelo enxugamento do quadro de funcionários através de reestruturações ou pela inclusão de maquinário automatizado que substitui a mão de obra humana (OLIVEIRA, 2000). Porém, um olhar mais atento vislumbra a criação de oportunidades que antes não existiam, como as empresas terceirizadas que se espalham por inúmeras empresas.

Pode-se afirmar que o fenômeno que ocorre é uma alteração nas características da relação de trabalho. O emprego aos poucos desaparece – assim como algumas profissões – o que não significa que não existam oportunidades de trabalho.

Os Seis Pilares da Empregabilidade (MINARELLI 1995), compreendem a base do que é necessário para se manter empregável. São eles: Adequação Vocacional, Competência Profissional, Idoneidade, Saúde Física e Mental, Reservas Financeiras e Fontes Alternativas e por último Relacionamentos.

Esses conceitos devem ser construídos de maneira equilibrada, pois são interdependentes. Manter qualquer um extremamente desenvolvido, mas de maneira isolada não possibilita uma boa empregabilidade. Como o corpo humano precisa de todos os órgãos funcionando bem e ordenadamente a empregabilidade também precisa de equilíbrio entre seus pilares, eles precisam estar alinhados para sustentá-la.



Os seis Pilares

A **Adequação Vocacional**, o primeiro pilar, reza que cada profissional precisa alinhar motivo e prazer no trabalho. A rotina tem que estar permeada de atividades para as quais se tenha aptidão. É preciso ter vocação.

“Não existe nada pior que um trabalho feito por obrigação, aquele para o qual você não tem jeito, do qual não gosta” (MINARELLI, 1995). Uma carreira conduzida sem esse princípio está fadada ao fracasso desde antes mesmo de surgir.

Descobrir o motivo que leva dada pessoa a se levantar da cama e enfrentar jornadas de nove, às vezes mais horas de trabalho longe de casa e da família é fundamental para se alcançar resultados que justifiquem sua contratação.

O Segundo pilar descrito é a **Competência Profissional**. Quando um cliente busca um fornecedor, ele busca o que há de melhor. Para alcançar este patamar, não basta estar no caminho apropriado, a vida cobra que se esteja preparado para ele, cobra conhecimentos específicos, habilidades físicas e mentais, posturas e experiência. “Quem descuida de sua qualificação e atualização perde a “atratividade”, não desperta atenção. Torna-se um profissional de segunda, de terceira.” (MINARELLI, 1995).

Na seqüência entra a necessidade de **Idoneidade**. Esse pilar é praticamente auto-explicativo afinal “quem contrataria um profissional comprovadamente envolvido em fraudes?” (MINARELLI, 1995)

Saúde Física e Mental também são considerados um pilar. Embora inicialmente pareça estranho que isso interfira na empregabilidade, tal conceito é facilmente inteligível se for observado de maneira mais ampla. Como já foi mencionado o mercado cobra resultados e qualquer tipo de doença debilita as pessoas, mesmo que seja uma mera dor de cabeça, que atrapalha o raciocínio e tira a concentração ou um enfarto que afasta por muito tempo das atividades, podendo ser para sempre.

Os males psicológicos vão para o mesmo caminho. Quem não tem cabeça para se dedicar ao trabalho no momento necessário, também não alcança os resultados esperados, nesse campo entra a doença dos tempos modernos o stress, grande vilão tanto da saúde física quanto



mental, já que uma estreita ligação une as duas, fenômeno comprovado por Freud há mais de 100 anos.

Ao contrario destes eventos, elevar sua saúde física e mental, através de inúmeras maneiras possíveis, proporciona acréscimo de resultado, tornando ainda mais interessante contratar tal pessoa.

Fontes Financeiras Alternativas e Reservas são também pontos de apoio para empregabilidade. Quando se está sem trabalho a fonte de dinheiro é justamente o principal problema, dinheiro necessário inclusive para, se manter os pilares, como o autodesenvolvimento e a saúde.

A solução é estar sempre preparado para uma emergência ou um período de ausência de trabalho remunerado, tanto por uma reserva criada mês a mês como por uma fonte de trabalho alternativa que muitas vezes pode ser obtida através de um hobby ou um dom que durante anos passaram despercebido.

O último pilar é chamado de **Relacionamentos**, também conhecido como Network ou rede de relacionamentos. A importância dessa rede é que ela literalmente amplia as possibilidades de encontrar trabalho. A rede de relacionamentos visa usar os olhos e ouvidos das pessoas para que elas espreitem possibilidades para quem é o centro da rede. No entanto, isso também deve ser uma relação recíproca, espreitando possibilidades para os membros da sua rede, para que ela se mantenha ativa e funcional.



Manutenção e Movimento aos Pilares

A manutenção dos pilares é imprescindível para a condução de uma carreira de crescimento. Considerando carreira como a sucessão de atividades profissionais, geralmente atividades diferentes (OLIVEIRA, 2000), é importante que cada atividade promova aprendizado e possibilidade de realização, o que impulsionam para o passo seguinte.

A definição e o desenvolvimento dos pilares permite a sustentação da empregabilidade, mas não garante realização no trabalho; isso porque ele lida com todas as possibilidades possíveis e o tema se torna muito abrangente e apenas conceitual. Por exemplo, Adequação Vocacional, que é o pilar mais ligado à realização. Uma pessoa pode ter adequação para duas ou mais atividades, muitas vezes ligadas a carreiras opostas, ambas as possibilidades dão prazer e tem motivo, mas em qual delas está a paixão?

Com base nesse ponto de vista, o pensamento de RICHARD BOLLES (1998) propõe uma visão sobre a carreira que em si carrega o aspecto de realização, funcionando como complemento aos pilares descritos anteriormente. BOLLES diz ainda ser imprescindível a consciência de “O que” se quer fazer, “Onde” se quer fazer e “Como” você busca o que quer fazer.

O querer fazer está diretamente ligado a desejos a serem satisfeitos, a paixão pela atividade. Trabalhar em algo que se tem vocação simplesmente pode não realizar estes desejos.

Um processo eficaz deve auxiliar a identificar e delimitar que atividades criam paixão. Encontrando esse “O que”, estará se iniciando o desenvolvimento de uma base segura para desenvolver a Empregabilidade. Esse processo, por lidar com paixão, contém em si a energia e o desejo necessário para se levar adiante o trabalho e a vida profissional escolhidos. Metas e Objetivos claros funcionam como guias, impedindo o desperdício de energia com ações e projetos que nada agregam (BOOG, 1997)

O segundo passo que insere movimento à sustentação dada pelos pilares é tornar claro “Onde” trabalhar, que tipo de ambiente permite o desempenho mais amplo do potencial. Aqui o conceito refere-se desde geografia até cultura e características individuais das pessoas com que cada carreira “obriga” a se relacionar.



Parece brincadeira, mas uma pessoa que prefere um clima mais ameno e aprecia montanhas, tem maior possibilidade de demonstrar todo seu potencial em Campos do Jordão ou em Fortaleza? E se o mercado pede resultados, onde então esta pessoa deve estar?

Se um processo de seleção utiliza testes psicológicos que “medem” o quanto a pessoa está bem, pois ninguém quer contratar alguém que não esteja, em qual das cidades ela tem maior chance de apresentar as respostas mais favoráveis a sua contratação?

O ultimo conceito trabalhado por BOLLES (1998) é o mais diretivo e objetivo de todos, além de ser o mais demorado e que mais demanda investimento, inclusive financeiro: “Como” você está buscando esse “O que” e “Onde” fazer.

O primeiro passo proposto é aceitar esse “procurar trabalho” como o trabalho atual, e dedicar a ele e à manutenção da empregabilidade o tempo de um dia normal de trabalho, ou seja, o horário usual de expediente.

O segundo é estar preparado para o longo período - que pode demorar- para aparecer a oportunidade que atinja, ao menos minimamente, as pretensões e aspirações da carreira pretendida.

O terceiro e mais determinante passo é preparar e colocar em pratica a estratégia de busca e de exposição. É o ponto de criar sua estratégia de marketing, realizar a propaganda e buscar o cliente que contratará esses serviços.

Não existe uma fórmula mágica, muito pelo contrário, existe muito trabalho duro. Mesmo uma estratégia geral é prejudicial, pois as pessoas e suas relações são diferentes, assim como o mercado em que cada carreira e região está inserida.

Existe um todo que se desloca para frente quando há harmonia, muitas linhas diferentes de áreas diferentes pregam o mesmo pensamento. Para Jung, o universo conspira a seu favor, seja para seu bem ou para seu mal. Já CHOPRA (1994) conceitua o carma, onde se colhe o que se planta e mesmo Issac Newton compartilha da mesma base de raciocínio: Para toda ação há uma reação em sentido contrario e de igual intensidade, ou ainda no conceito de inércia, um corpo tende a permanecer em seu estado inicial.

Todos esse raciocínios com seus timbres diferentes pregam que deve haver uma intenção de se desenvolver e que atraímos situações que condizem com nossos estados mentais, emocionais e espirituais.



Ouvir a si mesmo e responder as questões “O que” se quer fazer, “Onde” se quer fazer e “Como” alcançar esse querer fazer contribui para a harmonia do todo.