

**XVI CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE
INVESTIGADORES DA COMUNICAÇÃO**

**COMUNICAÇÃO, VIOLÊNCIAS E TRANSIÇÕES
IBERCOM 2019 LIVRO DE ANAIS**

**Maria Immacolata Vassallo Lopes
Gisela G. S. Castro
Marisol Cano Busquets
Andrea Cadelo Buitrago
(Organizadoras)**

**São Paulo
Assibercom
1a Edição
2021**

A VIOLENTA FELICIDADE: Paradoxo da vida organizacional contemporânea¹

*Lisbeth Araya Jiménez²
Maria Aparecida Ferrari³*

Resumo: A centralidade normativa que tanto o trabalho quanto a felicidade têm adquirido nas sociedades contemporâneas ocidentais perverteu a finalidade de ambas dimensões, convertendo-as em paradoxo da vida organizacional. Neste artigo refletimos respeito da felicidade como um tipo de violência no trabalho e do papel da comunicação nesse processo.

Palavras-Chave: Felicidade, comunicação organizacional, violência no trabalho.

1. Introdução

Pensar a felicidade como uma forma de violência no trabalho oferece a possibilidade de avaliar criticamente dois discursos que têm tomado cada vez maior abrangência na vida contemporânea: *a procura da felicidade* e *o trabalho como espaço de autorrealização*.

Em um contexto de recrudescimento dos conservadorismos (SILVA, 2010), aumento sistemático do desemprego (SEADE, 2019), da violência e da desigualdade (OXFAM, 2016, 2019) é importante que comunicadores e comunicadoras se preocupem com discursos organizacionais que vem sendo produzidos nos últimos anos e como eles têm influenciado o comportamento dos empregados com relação à felicidade no trabalho.

O artigo problematiza, de maneira crítica, atributos que a felicidade passa a assumir na contemporaneidade e, que de certa forma, podem se transformar em violência nas organizações. A preocupação central diz respeito às implicações que as demandas organizacionais, por meio do discurso e das práticas do *trabalhador feliz e realizado* podem causar na saúde emocional das pessoas.

¹ Resumo expandido submetido à DTI 9 Estudos de Comunicação Organizacional do XVI Congresso IBERCOM, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 27-29 de novembro de 2019.

² Doutoranda em Comunicação e Cultura, Universidade Federal de Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil. Professora e pesquisadora na Universidade da Costa Rica. Bolsista da Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación Externa (UCR). arayalis@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação. Livre-Docente. Professora e pesquisadora na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), Brasil. maferrari@usp.br

Metodologicamente, trata-se de um artigo teórico-conceitual que analisa a felicidade como uma violência a partir da perspectiva crítica. Nossa interpretação apropria reflexões de renomados teóricos do âmbito do trabalho (DEJOURS, 1999; VASCONCELOS, 2004; ANTUNES 2009; DALPONTE, 2018; ALONSO e FERNÁNDEZ, 2018); do campo da comunicação (ROMEU, 2018; FERRARI, 2016; ROSENBERG, 2006); dos estudos da felicidade (McMAHON, 2006; FREIRE FILHO 2010a, 2010b; VAZ, 2010; FERRER, 2010; SIBILIA 2010; BIRMAN, 2010; BAKKER, 2012; MAZETTI, 2014; VOLOTÃO, 2015) e da violência organizacional (GALTUNG, 2003; BRITO, OLIVEIRA, 2005, 2006; FARIA e MENEGHETTI, 2007; ROSA, MENDONÇA e LOURENÇO, 2006).

Nesta reflexão afirmamos que na sociedade contemporânea, caracterizada por um narcisismo exacerbado (BAUMAN e DONSKIS, 2015), a violência se assenta a partir de valores como o individualismo e o consumismo (FARIA e MENEGHETTI, 2007). Vista como parte do cotidiano, a violência é amplificada pelos meios de comunicação que difundem, sem misericórdia, imagens de catástrofes, mortos, acidentes ao redor do mundo, roubos e furtos, como consequência da desigualdade.

Outra violência que também ocorre é contra os corpos humanos e diz respeito a estética, Paula Sibilia reflete sobre esse tipo de violência quando afirma que: “assim, em nome de valores bem contemporâneos, como a autoestima e a felicidade, a carne humana é obstinadamente submetida a um conjunto de técnicas de modelagem corporal, que demandam enormes doses de esforço, tempo e dinheiro. Tudo isso na tentativa de atingir uma das metas mais desejadas do momento: criar para si um “corpo perfeito” (SIBILIA, 2010, p. 197).

Além da violência física e que normalmente envolve agressão, há também a violência cultural que se esconde por trás dos discursos sociais, institucionais e produtos culturais é, muitas vezes invisível e, neste caso, nem o autor/agressor nem a vítima são efetivamente visíveis, o que faz com que a violência seja naturalizada pelas pessoas, como coloca Galtung (2003). Por trás do discurso proferido no contexto da ideologia gerencial, característica dos tempos atuais, há jogos de poder e desejos manifestos, de forma de sedução, na qual a organização coloca a felicidade como um atributo para seus empregados.

No âmbito de nosso interesse, a violência no trabalho, segundo Rosa, Mendonça e Lourenço (2006) sob a ótica da Psicodinâmica do Trabalho, os instrumentos de dominação

contemporâneos baseiam-se no nível subjetivo. Essa ideia⁴ é expressa também por Ricardo Antunes (1999) Paulo Vaz, (2010), Alain Ehrenberg, (2010), Joel Birman (2010), Eva Illouz (2011) e Byung-Chul Han (2017), entre outros autores e autoras. Para Dejours (1999), a *violence douce* é simbólica e orientada para o funcionamento psíquico e para o imaginário social. Na medida em que não se caracteriza pela objetividade coercitiva baseada na violência pela força, a dominação simbólica promove a violência e a torna “imperceptível”.

No cenário contemporâneo, a nova relação da pessoa com seu trabalho, com longas jornadas, somadas as horas extras, os finais de semana com atividades profissionais, assim como a perda de garantias trabalhistas, passaram a não serem vistas como um tipo de violência por parte das organizações.

As exigências das organizações com relação ao permanente aprimoramento profissional e pessoal do trabalhador para conseguir a meta de ser o empregado do mês, que é fluente em vários idiomas, domina a tecnologia, é flexível, resiliente e se adapta as condições adversas do entorno, passam a ser competências naturalizadas por aqueles que querem permanecer nas organizações.

A capacidade de fazer múltiplas tarefas, ao mesmo tempo sem perder qualidade (*multitasking*), de melhorar progressivamente o desempenho, a *performance* (EHRENBERG, 2010), de se manter com saúde, de não apresentar desculpas frente às demandas do empregador e, ao mesmo tempo, nunca deixar de sorrir (FREIRE-FILHO 2010a, 2010b), podem ser consideradas como um tipo de violência.

Portanto, a violência que perpassa as relações de poder no espaço organizacional, muitas vezes assume certas especificidades pouco percebidas, pois se apresenta como um discurso naturalizado, comum, corriqueiro e subjacente aos processos de socialização e manutenção dos padrões instituídos pela cultura, tanto a nível geral como organizacional⁵ e, por causa de seu *modus operandi*, acaba sendo reconhecido como legítimo pelos membros da organização (ROSA e BRITO, 2009).

⁴ Seguindo diretamente ou não a perspectiva Foucaultiana.

⁵ Sendo parte do que Foucault (2008) chama a *racionalidade neoliberal*; que perpassa da econômica e o mundo financeiro, à cultura e os processos psicossociais, para se inserir na subjetividade.

2. Abordagem teórica

2.1 Os tipos de violência e a violência organizacional

Como fenômeno polissêmico e multicausal, a violência apresenta inúmeras modalidades e níveis, o que dificulta a elaboração de um único conceito que abarque o fenômeno como um todo. Resultante de múltiplas determinações, esse fenômeno se articula com processos sociais, que se assentam em uma estrutura social desigual e injusta (OLIVEIRA, NUNES, 2008).

Para Johan Galtung (2003) a violência pode ser compreendida a partir da relação entre três diferentes tipologias ou formas de manifestação, a saber: direta, estrutural e cultural.

A violência *direta* é visível e se caracteriza por todo e qualquer ato que tenha como objetivo causar dano físico a alguém ou alguma coisa, na qual se identificam agressor e vítima e se refere ao ato ou acontecimento que pode ser registrado (fotografado, filmado).

O segundo tipo de violência é a *estrutural*, em que o autor/agressor não é visível, mas as vítimas sim, como por exemplo as vítimas da fome, os desempregados estruturais, os órfãos de um genocídio. Ela é constante e mais sutil e enraizada na sociedade fazendo com que, muitas vezes, ela seja naturalizada pelo sistema.

A violência *cultural* é o terceiro tipo de violência em que nem o autor/agressor nem a vítima são efetivamente visíveis, ou seja, é aquela violência que não pode ser registrada através de uma fotografia, filme, ou reportagem, mas que se esconde por trás de discursos sociais, institucionais e produtos culturais. Nasce na esfera simbólica, nas crenças e nos costumes dos seres humanos. A violência cultural não – necessariamente – está nas crenças e costumes em si, mas na forma como eles são utilizados para justificar ou legitimar formas de violência, sem que pareça ser errado. Essa violência está baseada em diferenças culturais, étnicas, de gênero, de classe e pode se manifestar por meio da arte, religião, ideologia, linguagens e ciência.

Para problematizar o conceito de violência, partimos da noção de *violência cultural* de Galtung (2003), conceito que influencia a compreensão da violência organizacional.

A violência organizacional é "qualquer tipo de comportamento agressivo ou abusivo que possa causar um dano ou desconforto físico ou psicológico em suas vítimas, sejam esses alvos intencionais ou envolvidas de forma impessoal ou incidental", segundo a Enciclopédia da Organização Internacional do Trabalho (OIT) (WARSHAW, 1998, p. 512). Assim, como mencionado nos tópicos anteriores, a *violência cultural* pode ter uma face na qual o discurso sedutor da racionalidade neoliberal, pode causar dano a pessoa, camuflando as violências que,

muitas vezes são negadas ou mesmo naturalizadas, como é da felicidade como um estado a ser alcançado pelas pessoas nas organizações, tal como propomos na seção a seguir.

Por trás do discurso proferido, no contexto da ideologia gerencial característica dos tempos atuais, há jogos de poder e desejos manifestos (SIQUEIRA, 2009), de forma que a sedução desse discurso organizacional pode desencadear crise no sujeito (seja de estresse, angústia, ansiedade, síndrome do *burnout*), ou pode representar frustrações pela perda do espaço de fala, da análise crítica e do conflito positivo que gera mudança.

2.2. A comunicação como processo de criação de significados e apoio (ou não) para os interesses da sociedade

A partir da chamada pós-modernidade, as organizações, fazendo parte do sistema sociocultural, econômico e político dominante; têm adotado renovações nos seus significados e novos arranjos de seus modelos de gestão que têm resultado em um exacerbado consumismo e individualismo das pessoas.

Os efeitos relativos a essa nova postura organizacional vão desde a violência agressiva e física⁶ até a violência social e cultural. Se no passado a violência era alimentada pela luta operária contra a exploração capitalista, caracteriza-se agora pelo repúdio à exclusão social, que se vê materializada nas altas taxas de desemprego e à “exclusão do consumo”, fruto do hiato entre as demandas internalizadas pelas pessoas e a oferta política, econômica, institucional e simbólica. Além disso, a sociedade contemporânea traz como característica mais marcante e surpreendente da violência, o fato de ela ser ao mesmo tempo globalizada e localizada, geral e molecular, mundializada e fragmentada (OLIVERIRA e NUNES, 2008).

Neste cenário, a função primordial da comunicação organizacional e as Relações Públicas, como áreas consultoras, é de colaborar na resolução de dilemas éticos que ocorrem cotidianamente nas organizações, porém pesquisadores da corrente crítica afirmam que a comunicação tem servido mais aos interesses das corporações que da sociedade em geral

⁶ Alguns exemplos dessa violência se encontram nos trabalhadores explorados pela Samsung em Manaus, Brasil, denunciados pelo Ministério de Trabalho em agosto de 2013; nos operários da indústria têxtil em Honduras obrigados – no mesmo ano – a usar fralda para reduzir o tempo de uso do banheiro. Seja nos casos mais dramáticos de suicídios laborais em Japão (chamados de *Karojisatsu*), ou das mortes causadas pelo excesso de trabalho (*karoshi*); e até nesse lugar do ocidente do mundo que temos compreendido historicamente como berço da alta cultura: temos os casos de suicídios na fábrica de autos Peugeot na França em 2007. “No mundo, ao final de cada dia, um milhão de trabalhadores sofre um acidente no lugar de trabalho, 5.500 morrem diariamente por um acidente ou doença laboral” (DALPONTE, 2018, p. 67 *Tradução nossa*).

(HOLTSHAUSEN, 2016; L'ETANG, 2006). Tais pesquisadores enfatizam que a produção simbólica de narrativas que os comunicadores passam a produzir servem para camuflar os interesses corporativos, como por exemplo, mostrar a felicidade como um atributo essencial para que o indivíduo se realize nas organizações. Os planos de comunicação e as estratégias estruturadas estão pensadas para que o trabalhador se sinta feliz e realizado com a sua atividade, principalmente no Brasil que o autoritarismo nas organizações e a atual precarização do trabalho são motivos para que o indivíduo se sinta obrigado a aceitar as regras impostas pelo sistema.

Apesar destas atividades serem responsáveis pela construção e manutenção das redes de relacionamento das organizações com seus diversos públicos (GRUNIG; FERRARI, e FRANÇA, 2011), essas áreas têm tido um desempenho aquém do esperado, talvez pelo desconhecimento dos altos executivos no que diz respeito ao processo de comunicação e, em outros momentos, pela falta de sensibilidade dos próprios comunicadores em entender que seus principais públicos são seus pares, ou seja, os demais membros da organização que ignoram a importância dos processos comunicacionais (FERRARI, 2016); em outros casos, trata-se do interesse produtivista naturalizado também nos discursos e nas práticas comunicacionais.

Apesar dos comunicadores, em várias circunstâncias atuarem em benefício próprio e da organização, fruto das pressões vividas no cotidiano, é natural que a empresa tem o poder de influenciar o comportamento dos empregados, mas também ela tem, em várias instâncias, seu comportamento influenciado por eles. Essa relação de forças reflete o cotidiano das instituições, sejam públicas ou privadas, em que as vulnerabilidades são uma constante nas trocas simbólicas entre seus participantes. Federico Dalponte (2018) assevera que ainda com as tensões, os trabalhadores e trabalhadoras, serão sempre a parte mais fraca e vulnerável da vida laboral, pela sua dependência da organização.

No atual ambiente das organizações, em que a violência passa a ser uma rotina nas práticas profissionais, o comunicador tem um papel de destaque como um analista de cenários (FERRARI, 2016) colaborando para desnaturalizar situações responsáveis pela perenidade de hábitos e crueldades que mortificam as pessoas ou diminuem suas possibilidades de crescer e se desenvolver integralmente.

Uma vez que o presente texto é de natureza teórico conceitual, a proposta é destacar a comunicação como fenômeno e processo, como mecanismo de relacionamento do indivíduo com o meio ambiente, no caso da comunicação humana. A comunicação humana deve focalizar

seu estudo na compreensão das dinâmicas inscritas nos processos de construção social da subjetividade contemporânea e, a partir daí, sua implicação nos processos históricos que demandam reflexão e ação e que permeiam, como já mencionamos, a configuração do sociocultural. Somente assim é possível entender sua marca nas organizações e na sociedade (ROMEU, 2018).

2.2 A violenta felicidade⁷

Segundo nossa linha argumentativa a felicidade no trabalho pode ser vista como um fenômeno violento e, para analisar como se dá, foram estabelecidas quatro categorias analíticas. A primeira categoria afirma que a felicidade se constrói como uma *responsabilidade do sujeito*, isto é, o sucesso no trabalho depende de cada um individualmente. Para isso, o sujeito deve ser autocontido, autodisciplinado⁸ e, como consequência, ele se autoexplora. A segunda categoria, diz que a felicidade é um *direito universal*; a terceira trata da felicidade quando se constitui em um *imperativo cultural* da contemporaneidade e, finalmente, a quarta categoria refere-se a uma suposta *autenticidade*.

Categoria 1 - Responsabilidade do individuo

Segundo Bakker (2012, p. 80) “(...) esta “fetichização do eu autônomo” que, como propõe Fontenelle (2011), exalta esta suposta capacidade dos sujeitos em se auto administrarem, recusando a imposição de limites sociais e assumindo a responsabilidade pelos seus atos” (BAKKER, 2012, p. 80) mostra que atualmente a felicidade passou a depender da vontade, do empenho, da escolha e de uma decisão individual das pessoas.

O controle individualizado da própria vida precisou da consolidação da ciência – como explicado por Weber – cujas medições e predições, apoiaram essa sensação de mando (McMAHON, 2007; BRIRMAN, 2010; MAZETTI, 2014).

O ‘si mesmo’ passou a ser o centro de todas as técnicas de aprimoramento, uma vez que o sujeito é agora inteiramente responsável pelo seu desenvolvimento e sucesso

⁷ As quatro categorias apresentadas fazem parte da abordagem teórica da tese de doutoramento de Lisbeth Araya, atualmente em andamento e que trata da felicidade dos indivíduos no trabalho. A pesquisa se desenvolve no Programa de Comunicação e Cultura da Universidade Federal de Rio de Janeiro, UFRJ. Orientador Prof. Dr. Paulo Gibaldi Vaz.

⁸ *Empreendedor de si* nos termos de Foucault (2008).

profissional. Ele deve desenvolver suas *competências* tanto emocionais (EHRENBERG, 2010; FREIRE-FILHO, 2010a, 2010b; BAKKER, 2012; VOLOTÃO, 2015) quanto cognitivas, pois são elas que permitirão as transformações nas ações cotidianas para se converter no empregado do mês e, de preferência, todos os meses do ano.

Nesse processo de aprimoramento permanente, **quase** todas as técnicas podem ser bem-vindas, desde a clássica psiquiatria, com a indicação de medicamentos (VAZ e PORTUGAL, 2013) ou outras técnicas contemporâneas de gestão do ‘eu’ como a psicologia positiva, a autoajuda e o famoso *coaching*. Mas as tradições do oriente também foram resinificadas, ocidentalizadas e apropriadas, sempre em busca do controle do ‘eu’. Desta forma, desde a ioga, até a medicina ayurveda⁹, todos esses são caminhos válidos para aprender a gerir com estrita disciplina a vida emocional e ser feliz. Asseveramos que **quase** todas as técnicas são bem-vindas porque coincidimos com Joel Birman (2010) e Paulo Vaz (2010), nas suas reflexões sobre o lugar atual da crítica. Segundo os referidos autores, o sujeito contemporâneo não admite questionamentos; a reflexão aprofundada sobre suas motivações, suas maneiras de ser e pensar e as críticas, não estão no cardápio do que sua sensível digestão admite.

A violência ao responsabilizar exclusivamente o sujeito (individualizado) de seu próprio aprimoramento, desempenho e sucesso têm vários desdobramentos: a) apaga ou “esconde” a desigualdade econômica e de acesso a recursos financeiros, materiais, educativos, tanto como aos bens culturais; b) cria um cenário propício para que as empresas garantam cada vez menos as condições materiais necessárias para o desenvolvimento dos trabalhadores e suas funções¹⁰ fomentando a chamada ‘uberização do trabalho’ (ABÍLIO, 2017)¹¹ e propondo, paradoxalmente, a flexibilidade e a adaptação do empregado como um valor positivo; c) é violenta na medida em que não tem limite possível, a exigência é “*você sempre pode ser melhor*” e, como consequência, gera ansiedade permanente, porque o sujeito parece nunca ser suficientemente bom naquilo que faz; d) é nefasta para o coletivo, porque cada um é responsável por si próprio e deve colocar nessa equação todas as suas energias, esquecendo

⁹ A medicina ayurveda tem como objetivo não só o vigor físico, mas a harmonia entre corpo, mente e alma – e olha que a ciência tradicional já colheu evidências de alguns dos seus benefícios. O propósito desse sistema é manter o equilíbrio do indivíduo consigo mesmo, com a natureza e com os outros seres. Só assim seria possível estar realmente saudável – e feliz.

¹⁰ Tanto em termos dos salários, espaços físicos, equipamentos, das férias pagas, licenças, decimo terceiro, entre outras

¹¹ Segundo Abílio (2017), a “uberização do trabalho” refere-se a um novo estágio de exploração, que traz mudanças qualitativas ao estatuto do trabalhador, à configuração das empresas, assim como às formas de controle, gerenciamento e apropriação.

dos outros, ou pior ainda, iniciando uma luta com os colegas, vivendo no campo minado da concorrência.

Categoria 2 - Direito Universal

A felicidade, como ironiza Birman (2010), se converteu em um bem universal, na ordem do *formal*, não do *real*, isto é, para o autor o *formal* quer dizer *teoricamente*, no entanto na vida *prática*, na realidade, a felicidade é um bem exclusivo e excludente, inacessível para uma ampla proporção de seres humanos.

Instituições como a ONU (2018), CEPAL (2018)¹² e OXFAM (2016) concluíram que a América Latina é a região mais desigual do mundo, tal resultado deve chamar nossa atenção e nos faz concordar com McMahon (2007, p. 218) quando afirma que “quando as pessoas são livres da cruel luta diária pela sobrevivência é que elas podem se dar o luxo de pensar em metas mais nobres”. Nesse contexto, aceitar a ideia da felicidade como um direito universal, resulta politicamente incorreto.

A noção de universalidade, do acesso geral e igualitário à felicidade, mesclada com a nossa primeira categoria - responsabilidade do indivíduo - cria, sustenta e promove imaginários como aquele que coloca no mérito a consecução da felicidade. A meritocracia precisa, tanto da pretensa igualdade, quanto do esforço individual, porque evidentemente, só entre iguais é que o empenho individual dará conta da diferença.

Se a felicidade é um bem passível para todas e todos, aqueles que não a alcançam têm um problema ou, então, não deram o máximo de si e não se esforçaram o suficiente. O *direito à felicidade* parece nos oferecer a figura do perdedor, do indivíduo não sorridente (FREIRE-FILHO, 2010), do tóxico, do pessimista, do falido, do desempregado e do malsucedido. Talvez não tenha havido outra época na história na qual o perdedor fosse tão visceralmente rejeitado, desvalorizado e inferiorizado como na atual sociedade.

Categoria 3 - Imperativo cultural

Um dos paradoxos do nosso tempo tem sido transformar a felicidade em uma imposição. Já em 1998 Dennis Prager¹³, refletindo a respeito, afirmava que a felicidade era um

¹² Ao longo da última década, a América Latina e Caribe alcançaram seu menor índice de concentração de renda, mas a região continua sendo a mais desigual do mundo, com um coeficiente de Gini estimado em 0,5. Dados divulgados pela CEPAL 2018.

¹³ (PRAGER apud McMAHON, 2006, p. 487)

problema sério, na medida em que havia se transformado em uma *obrigação moral*¹⁴. Darrin McMahon (2007) afirmou que a felicidade é hoje nossa *divindade*. Segundo o autor, “se para a maioria dos homens e das mulheres, dos primórdios da era moderna Deus era a felicidade, desde então a felicidade transformou-se em nosso deus” (McMAHON, 2007, p. 278); tal afirmação é confirmada por João Freire Filho (2010a) quando defende que vivemos na época da felicidade *compulsiva e compulsória*.

Na atividade profissional, ser obrigatoriamente feliz, diz respeito a não ter medo de ariscar, ser resiliente, uma vez que o destaque da resiliência se dá justamente por sua característica de enfrentamento e superação das adversidades, das limitações, evitando sequelas ou quedas de rendimento¹⁵.

A violência do imperativo cultural de ser feliz tem pelo menos duas faces, uma delas, pode ser pensada segundo a lógica Foucaultiana, levando a disciplina, outrora exercida pelas instituições sobre os sujeitos, para dentro do sujeito. O sujeito contemporâneo tem apropriando essa lógica (o dever de ser feliz, bem-sucedido, autorrealizado) na sua subjetividade, e em função dela procura ansiosa e permanentemente a perfeição.

A segunda violência acontece porque essa busca só pode ser bem-sucedida na medida em que as vulnerabilidades humanas sejam aplacadas, negadas, mitigadas e extintas; isto é ser obrigatoriamente feliz, ser bem-sucedido e sorridente, resiliente e vencedor sempre, é humanamente impossível. Afirmamos que a violência envolvida no dever de ser feliz, gera consequências indesejáveis, uma vez que todo ser humano enfrenta frustrações, medos, incertezas, perdas e dúvidas que fazem parte do processo natural da vida. Asseveramos que para aceitar a lógica da felicidade como obrigação e tentar apagar as vulnerabilidades humanas, é necessário viver a partir do auxílio de medicamentos ou de psicoterapias breves, do *coaching* e da autoajuda, ou no *rush* dos esportes e atividades extremas¹⁶.

¹⁴ O autor nomeia assim seu livro *Happiness is a serious problem* cujo primeiro capítulo é *Happiness is a moral obligation*.

¹⁵ Essas ideias foram expressas em um artigo apresentado por Pablo Santana e Lisbeth Araya no VII Simposio Internacional: *Pensar los afectos*, promovido pela FLACSO e realizado na cidade de Buenos Aires, Argentina, em novembro, 2018.

¹⁶ Christian Ferrer (2010, p. 171) explica como essa lógica do prazer e do divertimento comporta uma *taylorização da subjetividade*, na medida na qual a coleção acumulativa de vivências espaciais diferentes, –distrair-se, viajar, participar de eventos de massa, um atrás do outro –, supõe o contraponto de uma lógica laboral na qual os humanos são solicitados a funcionar como máquinas; e nesse contexto, “torna-se necessária a instalação de um enorme circo romano para dar equilíbrio a vidas desgastadas”.

Parece, portanto, que estamos diante de um humano que mais parece um autômato, do que de um ser integralmente feliz.

Categoria 4 - Evidência de autenticidade

Ao pensar a felicidade como um tipo de violência, também é interessante refletir sobre a *autenticidade* vinculada à escolha de trabalho, a qual tem sido construída como requisito para a existência de uma felicidade “verdadeira”. Tal critério será atingido caso o sujeito seja fiel aos seus profundos desejos, aptidões, princípios e valores mais íntimos¹⁷ para atrelar a satisfação ao trabalho que, de agora em diante deve ser prazeroso, isto é, o ideal da *autorrealização* profissional (BAKKER 2012).

Assim, o trabalhador autorrealizado seria aquele que atinge as principais metas desejadas¹⁸ que são sua expressão mais genuína, que exerce sua *vocação*, nessa acepção, atrelada ao *propósito*: fazer do trabalho aquilo que a pessoa compreende como a razão¹⁹ da sua existência. Parece possível afirmar que, no critério de *autorrealização* os ideais neoliberais amarram as vidas humanas à essência organizacional e Freire Filho (2010a, p. 6) confirma com a seguinte afirmação:

Pretende-se que, doravante, as empresas sejam percebidas como um lugar de desenvolvimento pessoal e que o trabalho seja encarado como uma possibilidade de autorrealização, em vez de uma atividade calcada principalmente em estímulos pecuniários e competição acerbada. Conforme deixam transparecer os manuais de administração, a promessa da felicidade no trabalho fortalece o alinhamento entre objetivos individuais (aumentar o próprio bem-estar, a sensação de autodomínio, de virtuosismo e de superação pessoal) e metas organizacionais (aperfeiçoar o desempenho e a produtividade).

As violências envolvidas na ideia de um sujeito que expressa seu ser autêntico mediante o trabalho, dizem respeito: a) a distância abismal entre dita ideia e a realidade. Qual é a porcentagem de pessoas que têm a possibilidade de exercer seu trabalho no âmbito de seus desejos? b) pressupõe uma suposta uniformidade segundo a qual todos e cada um irão encontrar a vocação ou terão a clareza de distinguir o propósito, esquecendo as diferenças individuais, as

¹⁷ John Stuart Mill pensava, há um século, autenticidade como uma evidência de caráter.

¹⁸ (TAMAYO e ALBERTO apud VASCONCELOS, 2004).

¹⁹ No sentido aristotélico do termo.

crises, as dúvidas, as mudanças, naturalmente humanas²⁰; c) ao afirmarmos que o trabalho deve ser um lugar de prazer para atingir a autorrealização cabem os seguintes questionamentos, especialmente num contexto de crescimento sistemático do desemprego e subemprego, de perda de garantias laborais e aumento da informalidade e precarização do trabalho (ANTUNES, 2009, 2014; DALFONTE, 2018; ALONSO e FERNÁNDEZ, 2018): qual é a proporção da humanidade que consegue se autorrealizar no trabalho? que tipo de trabalho pode ser prazeroso?

Antunes (2009) seguindo afirmações formuladas por Vincent nos anos 1990, reflete sobre outro nível dessa autenticidade, que é a *autodeterminação*. O pesquisador brasileiro afirma que o sujeito não é autodeterminado, porque a lógica da produção para o capital elimina toda possibilidade de que ele indague pelo sentido do trabalho.

Nem *o que se produz* e, especialmente *para quem se produz*, parece ser passível de questionamento, por isso Antunes assevera que “a subjetividade que emerge na fábrica ou nas esferas produtivas contemporâneas é expressão de uma *existência inautêntica e estranhada*” (ANTUNES, 2009, p. 130). Para acolher a ideia do *sem sentido do trabalho* não parece necessário sermos observadores muito treinados, basta olhar as imagens do metrô, ou das principais avenidas, em todas as grandes cidades no mundo ocidental, nas horas em que as formiguinhas humanas vão ou voltam do trabalho.

Sintetizando o que foi exposto até o momento, se propõe que a felicidade compreendida como um tipo de violência no trabalho, nos permite enxergar alguns de seus múltiplos processos e consequências nefastas: 1) explora o desejo humano; 2) estimula a insatisfação permanente e a inquietação sem fim; 3) responsabiliza o indivíduo, apagando o coletivo, o Estado e o mercado; 4) pressiona para a auto-superação constante; 5) dispõe para a concorrência e para a defesa; 6) promove o aumento do individualismo; 7) nega a humana vulnerabilidade; 8) explora a necessidade de pertença; e 9) usufrui do excessivo cerne na imagem e na necessidade de reconhecimento.

Também são óbvias as questões políticas inseridas nessa lógica: quando tudo depende de você, da sua perspectiva, da sua opinião; as condições materiais e concretas de possibilidade, de desigualdade e diferença, são ativamente apagadas. Ao tempo que a possibilidade de crítica

²⁰ Podemos inclusive adicionar a ideia de inconsciente, de um sujeito que não sabe tudo sobre seu próprio ser e fazer (nem sempre).

e especialmente de autocrítica é minimizada, desvalorizada, até ser construída como im procedente.

3. Considerações finais

Depois de apresentar as quatro categorias analíticas através das quais caracterizamos a felicidade no trabalho como um tipo de violência, e refletir sobre a violência e sua tipologia (GALTUNG, 2003) asseveramos com os autores e com as autoras mencionados, que as emoções, (incluída a felicidade) são uma construção sociocultural, que acontece em contextos, tempos e geografias particulares, politicamente determinados, mediados pelas relações de poder e inseridas em estruturas socio-históricas específicas, das quais as organizações fazem parte ativa.

Ao declararmos que as emoções são relacionais e, portanto, dizem respeito aos vínculos, na medida em que nos relacionamentos se apreende a sentir, a perceber e representar o sentido, a vivenciar a emoção, a definir que, como, quando se sente e se expressa cada emoção. Afirmamos necessariamente que a vida na organização é também afetiva e vincular, pois acontece em função dos relacionamentos; ditos relacionamentos tem sido, por sua vez, um dos campos de trabalho da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas.

Afirmamos que as organizações têm a possibilidade de enxergar o discurso do *trabalhador feliz e autorrealizado*, pelo menos em uma medida, como uma consequência da racionalidade neoliberal que procura a máxima rentabilidade e produtividade e cuja lógica passou de fora para o interior do sujeito, sendo causa potencial de desconforto, e até de doenças como o estresse laboral, a ansiedade, chegando inclusive à síndrome de *burnout*. Como afirmamos no título de nossa reflexão, a felicidade no trabalho na contemporaneidade, paradoxalmente parece ter sido construída como um sinônimo de desconforto, adversidade e moléstias.

As reflexões expressas neste artigo evidenciam que a preocupação central diz respeito às implicações que as demandas neoliberais apropriadas pelas organizações, por meio do discurso e das práticas do *trabalhador feliz e realizado*, podem causar na saúde emocional dos empregados e empregadas. Acreditamos que as organizações podem fazer as mudanças necessárias para promover *um outro tipo de felicidade*.

A anterior reflexão, acrescenta sua importância ao compreender a dimensão na qual as emoções são humanas e humanizadoras (MILLER 1987; NUSSBAUM, 2006) porque têm a

ver, como afirmado com anterioridade, com nossa vulnerabilidade, isto é, a dimensão de nós mesmos e do mundo sob o qual não temos controle (NUSSBAUM, 2006).

Na influência das emoções nas relações sociais, no comportamento social²¹ em geral e organizacional em particular, tecidas complexamente pelas relações de poder, nessa influência radica a *dimensão política* da cultura afetiva das nossas sociedades neoliberais. Acreditamos que em tal construção social, o papel da comunicação, na sua compreensão, estudo e desconstrução, adquire cada dia mais relevância. A pesquisa acadêmica e o trabalho prático da comunicação organizacional e das relações públicas, pode apoiar processos destinados a desnaturalizar a compreensão da felicidade no trabalho como construída na nossa contemporânea, como explica Sara Ahmed “precisamente porque aquilo que está em acordo não tende a ser registrado pela consciência” (AHMED, 2015, p. 219).

4. Referências

ABILIO, C. Ludmila. **Uberização do trabalho**: subsunção real da viração. 2017. Disponível em: <<https://blogdaboitempo.com.br/2017/02/22/uberizacao-do-trabalho-subsuncao-real-da-viracao/>>. Acesso em: 20 de maio.2019.

AHMED, Sara. **The Cultural Politics of emotion**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2014.

ALONSO, Luis Enrique.; FERNÁNDEZ, R. Carlos, J. **Poder y sacrificio**: Los nuevos discursos de la empresa. España: Siglo XXI Editores, 2018.

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do Trabalho**: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 2da Ed., São Paulo: Boitempo, 2009.

BAKKER, Bruna. **Trabalhando para si: Felicidade e capital humano no cinema dos anos 2000**. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2012.

BAUMAN, Zygmunt y DONSKIS, Leonidas. **Cegueira moral**: la pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida. Barcelona: Paidós, 2015.

²¹ (Abu-Lughod e Lutz em Harding e Pribram, 2009, p.102. Tradução nossa).

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XVI Congresso IBERCOM, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 27 a 29 de novembro de 2019

BIRMAN, Joel. Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In: FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo de felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

DALPONTE, Federico. **El trabajo como tragedia universal**: Aportes para entender la naturaleza transnacional de la explotación y las normas laborales. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2018.

DEETZ, Stalney. Conceptual foundations. IN: JABLIN, M. Fredric & PUTNAM L. Linda (Eds). **The New Handbook of Organizational Communication**: Advances in Theory, Research and Methods. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.

DEJOURS, Christophe. Violence ou domination? **Travailler**, v. 3, pp. 11- 29, 1999.
Disponível em: <http://www.comprendre-agir.org/images/fichier-dyn/doc/violence_domination_dejours.pdf> Acesso em: 15 jun. 2019.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: Da aventura empreendedora à depressão nervosa. São Paulo: Idéias & Letras, 2010.

FARIA, H. José e MENEGHETTI, K. Francis. A Instituição da violência nas relações de trabalho. IN FARIA, H. José (Org.). **Análise crítica das teorias e práticas organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2007.

FERRARI, M. Aparecida. Relações Públicas: gestão de relacionamentos. IN KUNSCH, M. K. Margarida (Org.). **Comunicação Organizacional Estratégica**: Aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2016.

FERRER, Christian. Consumo de espetáculos e felicidade obrigatória: técnica e bem-estar na vida moderna. In: FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo de felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

FREIRE FILHO, João. **Fazendo pessoas felizes**: o poder moral dos relatos midiáticos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 19., 2010a, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2010a.

_____. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo de felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010b.

GALTUNG, Johan. **Violencia cultural**. Gernika-Lumo: Gernika Gogoratz, 2003.

GRUNIG, E. James, FERRARI, M. Aparecida. FRANÇA, E., Fabio. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamentos. 2ª. edição, São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XVI Congresso IBERCOM, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 27 a 29 de novembro de 2019

HOLTZHAUSEN, Derina. **Relaciones Públicas como activismo**. Barcelona: Editora UOC, 2016.

ILLOUZ, Eva. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

MAZETTI, M. HENRIQUE. **As marcas da felicidade**: transformações do bem viver na publicidade brasileira (1960-2010). 2014. 247 Folhas. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

McMAHON, Darrin M. **Felicidade**: uma história. São Paulo: Globo, 2006.

MILLER, William Ian. **The anatomy of disgust**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1997.

NUSSBAUM, Martha C. **El ocultamiento de lo humano**: Repugnancia, vergüenza y ley. Buenos Aires: Katz Editores, 2006.

OXFAM. **Desterrados**: Tierra, poder y desigualdad en América Latina. Resumen Ejecutivo. 2016. Disponível em: <<https://www.oxfam.org/es/informes/desterrados-tierra-poder-y-desigualdad-en-america-latina>>. Acesso em: 09 maio. 2019.

ROMEU, Vivian. **La comunicación**: ¿Producto o motor de la sociedad? Hacia una comprensión del papel de la comunicación en la configuración histórica de lo social-cultural. 2018. Texto libre.

ROSA, R. Alexandre.; BRITO de, M. José. Ensaio sobre a violência simbólica nas organizações. **Revista Organizações & Sociedade**. Salvador, v.16, n. 51, Outubro/Dezembro pp. 629-646, 2009. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/4006/400638319003.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2019.

ROSA, R. Alexandre.; BRITO de, M. José.; OLIVEIRA de, M, Flávio. A violência do dia-a-dia no trabalho: uma autobiografia da condição feminina na polícia militar de Minas Gerais. In: **ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS DO TRABALHO**, 9., 2005, Recife. Anais... Recife: ABET, 2005.

ROSA, R. Alexandre; MENDONÇA, S.; LOURENÇO, C. Os sentidos da violência na organização de saúde: uma análise construcionista da história de vida de uma profissional de enfermagem. In: **ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS**, 4., 2006, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: ANPAD, 2006. 1 CD.

SIBILIA, Paula. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo de felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

SILVA, A.O. da. O pensamento conservador. **Espaço Acadêmico**, v. 9, n. 107, pp. 53-55, abr. 2010.

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XVI Congresso IBERCOM, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 27 a 29 de novembro de 2019

VASCONCELOS, F. Anselmo. Felicidade no ambiente de trabalho: Exame e proposição de algumas variáveis críticas. **REAd Revista Eletrônica de Administração**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v. 10, n.1, pp. 1-18, 2004.

VAZ, Paulo. A vida feliz das vítimas. In: FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo de felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

VAZ, Paulo e PORTUGAL, Daniel **A felicidade é química e pode ser vendida?** as dimensões éticas e mercadológicas da razão farmacêutica. *Anais do XXI Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Juiz de Fora: Compós, 2012.

VOLOTÃO, Amanda. **O modo Coca-Cola de ser feliz**: ideais de bem viver nas campanhas publicitárias dos anos 1960 e 2000. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2015.

WARSHAW, L. J. Violence in the workplace. In: STELLMAN, J. M. (Ed.). **Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo**. Geneva: International Labour Office, 1998. Disponível em: <<http://www.mtas.es>> Acesso em: 25 maio 2019.