



◀ **GIULIANA PREZIOSI** é graduada em Comunicação Social, especialista em Planejamento Estratégico pela Universidade da Califórnia (EUA) e com MBA em Gestão da Sustentabilidade pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). É membro do Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial do Centro de Voluntariado de São Paulo (CVSP).



O DESAFIO DO ENGAJAMENTO

Voluntariado em tempos de crise

Vivemos em um mundo em que a tecnologia passou a dominar a forma de nos conectarmos com as pessoas. E o engajamento, de maneira geral, virou um dos principais desafios do mundo moderno. A era do excesso de informações dá voz a todos, mas faz com que nos percamos em nossos processos de escolhas devido à quantidade exorbitante de opções. O engajamento requer interação, envolvimento, é o

famoso “jogar junto”. Só que, para isso, é preciso querer participar do time.

Com tantas opções disponíveis, a escolha do time fica ainda mais difícil. Quantas mensagens você recebe por dia? Sejam elas e-mails, correspondências, SMS, WhatsApp e comunicados de forma geral. Esse bombardeio de informações nos deixa sem tempo e sem interesse em analisar tudo o que recebemos, e acabamos

Um gestor que conhece seus voluntários é capaz de valorizar suas ações e pode desencadear uma série de emoções positivas, com alto potencial de aumentar a motivação deles

filtrando aquilo que queremos. Nosso filtro está ligado com o que nos identificamos ou procuramos em determinado momento.

Na hora de estabelecer estratégias para engajar e motivar voluntários, poucos gestores pensam nisso. Essas estratégias estão intimamente relacionadas à comunicação. Como vencer as barreiras e conquistar voluntários para que eles, de fato, queiram jogar junto e sintam-se parte do time? As estratégias de comunicação convencionais visam somente passar a mensagem, sem se preocuparem em causar emoções que despertem esse sentimento de pertencimento.

Vivemos em um contexto extremamente desmotivador. Desemprego batendo recorde, crise política, bolsa de valores “brincando” de roleta russa; tudo isso faz com que a tensão no ambiente corporativo só vá aumentando. A desmotivação é geral dentro das empresas, e programas de voluntariado e projetos sociais são dolorosamente afetados. Esse ambiente angustiante e tenso é contagioso e dificulta qualquer ação de engajamento. A boa notícia é que dá para reverter esse círculo vicioso. Como? Fazendo o círculo girar para o outro lado, estimulando emoções positivas.

Barbara Fredrickson, renomada psicóloga americana e escritora do livro *Love 2.0*, afirma que o aumento de emoções positivas na vida é capaz de melhorar a nossa conexão com os outros, gerando felicidade e até beneficiando nosso sistema imunológico e evitando doenças. Erramos ao acreditar que sentimos emoções de forma passiva; nós podemos, sim, influenciar nossas atitudes para que, ao final do dia, as positivas sejam superiores às negativas. E o resultado disso pode ser impressionante.

Se exercermos o poder de influenciar pessoas para que elas possam ter mais emoções positivas, aumentamos nosso engajamento com elas. Um gestor que conhece seus voluntários é capaz de valorizar suas ações e pode desencadear uma série de emoções positivas com alto potencial de aumentar a motivação deles.

Para definir quais ferramentas utilizar nesse processo, é preciso pensar um pouco fora da caixa. Lembre-se: é necessário repensar as estratégias de comunicação, libertar-se das ideias convencionais e buscar formas de utilizar a tecnologia a nosso favor. Para um programa com grande número de voluntários, é preciso criar ferramentas de interação, visando à troca de informações e maior aproximação com os envolvidos. Só não vale criar ferramentas e não utilizá-las.

Em grupos menores, pode-se fazer pequenos eventos ou reuniões, ou até um bate-papo com o objetivo de conhecê-los, entender suas angústias e buscar caminhos que os levem a sentir mais emoções positivas. A chave do sucesso é conhecer o seu voluntário.

É muito importante ter momentos de troca quando se está acostumado a oferecer ações, demandar tarefas, fazer gincanas, lançar desafios, e não com momentos de valorizar as atuações e escutar o que os voluntários têm a dizer. Isso diminui o senso de pertencimento e, conseqüentemente, enfraquece o engajamento. A partir do momento em que você conhece seus voluntários, torna-se mais fácil criar estratégias de comunicação e propor atividades que estimulem as emoções positivas.

Exercite a sua conexão com as pessoas. Experimente controlar suas emoções e fazer a balança pender mais para o lado positivo. Faça um teste: avalie a sua conexão com as pessoas ao seu redor. Escolha três pessoas por dia e dê uma nota de 0 a 10 para sua conexão com cada uma delas. Pense em sintonia e proximidade. Ao final da semana, avalie as notas que você se deu. Isso fará você prestar atenção como se relaciona com as pessoas.

DICAS PARA AUMENTAR O ENGAJAMENTO COM OS VOLUNTÁRIOS:

- ✓ Utilize a estratégia da “positividade” em toda a sua comunicação. Estimule emoções positivas.
- ✓ Comece a avaliar a sua conexão com as pessoas diariamente.
- ✓ Mantenha um canal de diálogo aberto com os voluntários e incentive-os a utilizá-lo.
- ✓ Crie iniciativas, programas, ações e políticas de forma participativa e envolvente.
- ✓ Estabeleça momentos periódicos de *brainstorming* com outras pessoas de seu time ou com um grupo de voluntários somente para terem ideias.
- ✓ Conheça seus voluntários.

Claro que ninguém vive somente do positivo; o negativo também é importante para aprendermos e nos fortalecermos. O segredo é fazer a balança pender para o lado que te favorece.

Lembre-se que todo problema, por mais difícil que seja, também vem acompanhado de uma oportunidade. Tudo está na nossa forma de ver as coisas. 📖