

O desafio do engajamento para o voluntariado em tempos de crise

Giuliana Preziosi *

Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

Vivemos em um mundo em que a tecnologia passou a dominar a nossa 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 a gente se perca em nossos processos de escolhas devido a quantidade exorbitante de opções. O engajamento requer interação, envolvimento, é o famoso “jogar junto”. Só que para “jogar junto” é preciso querer participar do time.

Com tantas as 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 filtrando aquilo que queremos. O nosso filtro está ligado com aquilo com o qual nos identificamos ou o que procuramos em determinado momento. Na hora de estabelecer estratégias para engajar e motivar voluntários, poucos gestores pensam nisso. As estratégias de engajamento e motivação estão intimamente relacionadas à comunicação. Como vencer essas barreiras e conquistar voluntários para que eles de fato queiram jogar junto e se sintam 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, 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.

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

Se a gente exercer o poder de influenciar pessoas para que elas possam ter mais emoções positivas, a gente aumenta 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 de seus voluntários.

Para definir quais ferramentas utilizar neste processo é preciso pensar um pouco fora da caixa. Lembre-se: é preciso repensar as estratégias de comunicação. Sair das estratégias 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 troca de informações e maior aproximação com os envolvidos. Só não vale criar ferramentas e não as utilizar.

Em grupos menores pode-se fazer pequenos eventos ou reuniões, até um bate papo com o objetivo de conhecê-los, entender suas angústias e buscar os 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 você só oferece ações, demanda tarefas, faz gincanas, lança desafios e não para um momento para valorizar as ações, para escutar o que os voluntários têm a dizer, isto diminui o senso de pertencimento e conseqüentemente enfraquece o engajamento.

A partir do momento em que você conhece seus voluntários fica mais fácil criar estratégias de comunicação e propor atividades que estimulem 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 3 pessoas por dia e dê uma nota de 0 a 10 para sua conexão com cada uma delas. Pense em sintonia e proximidade. No final da semana avalie as notas que você se deu. Isto vai fazer você prestar atenção no seu poder de engajamento e também em como se relaciona com as pessoas.

Dicas para aumentar o engajamento com os voluntários:

- Utilize a estratégia do positivismo 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, 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.

Texto REVISTA FILANTROPIA

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



* **Giuliana Preziosi**

Trabalho com Sustentabilidade e Responsabilidade Social há 13 anos. Sou formada em Comunicação Social, tenho especialização em Planejamento Estratégico pela Universidade da Califórnia em Berkeley (EUA) e MBA em Gestão da Sustentabilidade pela FGV. Na Arno e Bradesco atuei na Área de Responsabilidade Social, Área de Sustentabilidade e responsável pela criação e coordenação dos Programas de Voluntariado Corporativo.

Em 2014, com meu marido viajamos pelo mundo por 530 dias: visitamos 37 países e mais de 229 cidades. Criei o site Histórias pelo Mundo.com e escrevi mais de 40 artigos sobre essa experiência. Atualmente meu foco de estudos é Psicologia Positiva e Programação Neolinguística.