

La felicidad en el trabajo ¿es posible?

Aportes de comunicación interna un objetivo desafiante

El trabajo es una actividad central en la vida de las personas, sin embargo desde tiempos inmemoriales ha generado numerosas contradicciones que incluso hoy provocan sentimientos encontrados. Observado desde un punto de vista comunicacional esta controversia presenta una lógica. En la antigüedad el significado del *trabajo* recibió connotaciones negativas, en su mayoría relacionadas a un castigo o sufrimiento físico. El origen del vocablo orienta al respecto.

Trabajo: lat. Tripaliare, vocablo que deriva de Tripalium -tres palos-, yugo hecho con maderos en los cuales amarraban a los esclavos para azotarlos.

Tal es la controversia que genera este término que ni siquiera los etimólogos se ponen de acuerdo con el origen de la palabra. Algunos especialistas en lingüística desvinculan sus raíces del latín y le otorgan al *trabajo* un origen en lenguas indoeuropeas, con contenidos muy diferentes, relacionados con una actividad productiva y la celebración de sus frutos. Pero más allá del debate etimológico, lo cierto es que semánticamente la palabra *trabajo* ha mantenido en la historia más significación negativa que positiva. Las estadísticas demuestran -aún en el siglo XXI- que las personas relacionan el trabajo con una actividad que, de ser posible, evitarían o, al menos, le dedicarían menos tiempo. Tal vez por esta razón los estudios que proponen relacionar la felicidad con el ámbito laboral suelen generar resistencias: parecen términos opuestos, casi antónimos. Pero a la luz de la relevancia que tiene el trabajo en nuestros días y de la cantidad de tiempo que los seres humanos dedicamos a la actividad laboral, creemos que es importante enfrentar el desafío. Aún cuando no encontremos respuestas definitivas, será lícito que los profesionales del tercer milenio renueven el debate y se pregunten si las organizaciones modernas pueden postular metas que procuren empleados felices. Al fin y al cabo al menos un tercio de nuestra vida transcurre dentro de ellas.



Diferentes concepciones le dieron a la palabra "trabajo" una semántica controversial. En occidente, la expulsión del Edén o la etimología de la palabra, fueron puntos de partida. Platón, Aristóteles, Juan Calvino, Adam Smith y Karl Marx profundizaron en el trabajo.

A lo largo de la historia, no sólo las religiones han alimentado el debate. Filosofía, política y economía se han ocupado del tema activamente. “*Ganaras el pan con el sudor de tu frente...*” no es la única sentencia que proviene de la antigüedad. Cuatro siglos antes de Cristo, los filósofos griegos determinaban que el trabajo era una actividad que debía evadirse por todos los medios. Para Platón, un “hombre libre” era el que tenía *skole*, vocablo que implicaba “tiempo disponible” [La República]. En Atenas el ocio era considerado una virtud, algo que posteriormente alcanzó sistematización en la Roma imperial. Aristóteles no difería con Platón y afirmaba que sólo un hombre que no tuviera que trabajar podía ser feliz. Este concepto creció a tal punto en la Grecia Helénica que luego, en el imperio romano, casi un 20% de la población masculina adulta llegó a liberarse por completo del trabajo. Los romanos encontraron en el ocio una importante meta social, vinculándola al sostenimiento de la vida republicana. Durante muchos años los miembros de este segmento de la sociedad entregaron su tiempo voluntariamente a la República. Pero como sabemos, con esta inercia también sobrevinieron siglos de vida fácil, donde la población ociosa poco a poco se alejó de la política y derivó en el lujo y la diversión determinando en gran medida la caída del imperio.

*“Sólo el hombre que no tenga que trabajar
podrá ser feliz”*

Aristóteles

Pero para ser ecuanímes con estas primeras posturas es necesario poner la situación en contexto. El trabajo en la antigüedad era vinculado meramente a un esfuerzo físico, relacionado directamente con la tarea que podía realizar un animal. El acto de trabajar era prioritariamente asignado a una bestia, a un esclavo, a un prisionero, o simplemente a alguien castigado. En el mejor de los casos podía asignarse como prueba para un héroe, como lo demuestra el mito griego de *Dodecathlos*, los doce trabajos que tuvo que realizar Heracles (Hércules en la mitología romana). Esta significación del trabajo permaneció más de mil años en occidente. Recién después del siglo XIII se abrieron otras posibilidades, cuando la tracción a sangre comenzó a liberarse de ciertos esfuerzos. Los molinos de agua primero, luego los de viento y después algunos mecanismos primitivos, empezaron a sustituir la fuerza física en las labores. Los posteriores avances científicos como la máquina de vapor o la electricidad, propusieron un giro casi completo al antiguo significado del trabajo. Ante este contexto fue dejando de ser una actividad rebajada al esfuerzo de una mula o de un buey, para pasar a ser una alternativa de desarrollo individual y de prestigio social, condiferentes rangos de especialización.

*La máquina de vapor y la electricidad le dieron un nuevo giro
al antiguo significado del trabajo.*

Poco a poco el trabajo comenzó a concebirse como una oportunidad única de realización personal en diferentes culturas. Este nuevo significado empieza a ser compartido, de manera transversal, por distintos pensadores políticos, económicos y religiosos. El teólogo Juan Calvino, precursor de la reforma protestante, se interesó específicamente por la actividad productiva y el ahorro emprendedor. El reformador francés reparó en una *ética del trabajo* que influenció a tal punto la economía, que derivó posteriormente en el capitalismo, hoy protagonista central en la globalización de los mercados. Pero por otro lado el propio Marx afirmó que la condición humana sólo podía realizarse a través de la actividad productiva. Para el filósofo alemán el trabajo era, antes que un medio para la producción, un fin en sí mismo, el cual además podía ser gozado. De manera extraordinaria diferentes pensadores de la humanidad, a pesar de las discrepancias

ideológicas, religiosas, políticas o económicas, comenzaban a darle igual significación al trabajo. Y aún más: esta nueva definición tampoco tenía un desacuerdo semántico con los antiguos griegos. Con la modernidad y los avances científicos, el trabajo empezó a generar más oportunidades creativas que el ocio.

*“Sólo a través de la actividad productiva
podemos realizar nuestra condición humana”*

Karl Marx

Ya en el tercer milenio el trabajo se impone como una actividad central en los miembros de todas las sociedades del mundo. No sólo porque sigue siendo un imprescindible medio de vida, sino porque potencialmente implica una finalidad única de creatividad, superación y autorrealización humana. Pero el antiguo concepto no cede en sus raíces y todavía está presente de manera latente en muchas organizaciones. En nuestra experiencia hemos observado que la connotación de “castigo” que tuvo el trabajo en la antigüedad aún influye en las comunicaciones laborales modernas. Si bien los trabajadores del siglo XXI acceden a la nueva definición del trabajo, parecen compartir ese significado sólo a un nivel informativo o intelectual. Aceptan el concepto, la información que contiene, pero no siempre logran llevarlo a un nivel emocional o factual. De esta manera el choque semántico puede estar latente dentro de la empresa, dentro de los equipos o dentro de un mismo trabajador. En las organizaciones modernas se desestima esta contradicción, sin embargo, cuando se propone vincular el “trabajo” a la “felicidad”, la controversia vuelve a emerger. ¿Por qué? En general el nuevo concepto de trabajo se da por consensuado en la comunicación interna formal (dimensión institucional). Sin embargo es posible observar que las viejas raíces semánticas aparecen de manera manifiesta en la comunicación informal (dimensión interpersonal) a través del rumor, y emergen con mayor fuerza aún en las emociones personales y contradicciones internas de los trabajadores (dimensión intrapersonal). En las aplicaciones de escucha participante a menudo lo hemos podido comprobar. Las primeras formas de “incomunicación” en el trabajo surgen de problemas semánticos: emisores y destinatarios usan el mismo vocabulario, pero le asignan significados distintos. En el caso del trabajo la situación se hace más compleja: un mismo trabajador puede otorgarle simultáneamente dos significados opuestos.

“Incomunicación Interna”

*Las causas más profundas pueden ocultarse en problemas semánticos:
Los interlocutores usan el mismo vocabulario, pero le asignan significados distintos.
La situación es más compleja cuando a una misma palabra
se le otorgan dos significados exactamente opuestos.*

Según nuestras observaciones, la palabra *trabajo* puede significar para un empleado “una gran oportunidad de superación y autorrealización personal” y/o también “un esfuerzo que está obligado a cumplir por no tener suficiente dinero”. En diversas experiencias de campo hemos hallado esta paradoja. No sólo a nivel interpersonal (diferentes personas le atribuyen significados opuestos), sino también a nivel intrapersonal (una misma persona le asigna al trabajo significados antagónicos). Esta contradicción (“dicción en contra”), limita a las organizaciones, a los equipos de trabajo y cada individuo en su capacidad creativa y de superación. Con técnicas específicas es posible escuchar a los empleados en los niveles más profundos de sus intereses. En el nivel QND: “lo que quieren y no dicen”, o en el QNS: “lo que quieren y no saben” [Sistema de Comunicación 1A], es posible distinguir cómo los arcaicos resabios del *tripalium* aún contaminan los mensajes

laborales. En escuchas participantes hemos hallado esta paradoja incluso en diferentes niveles jerárquicos. En grupos focales y entrevistas en profundidad la controversia puede aparecer en jefes, supervisores e incluso en gerentes y directivos. De manera sutil el germen etimológico logra mantener su influencia y originar patologías organizacionales que se manifiestan en falta de motivación, escaso trabajo en equipo y creciente liderazgo autocrático. En la vertiginosa vida moderna, la influencia negativa que pueden generar las palabras (sobre todo los vocablos controversiales y de significados antagónicos) no suelen ser mayormente considerada, incluso cuando se sepa que es un arma clave de dominio para el *Gran Hermano* [“1984”, G. Orwell].

Sin embargo, en materia de trabajo moderno, el choque semántico está mucho más presente de lo que imaginamos. Uno de los ejemplos más claros se da al observar con detenimiento los diferentes vocablos que eligen como jerga los mismos trabajadores para nombrar el trabajo. Distintas intervenciones que realizamos en organizaciones de hispanoparlantes nos permitió corroborar este fenómeno cultural.

*“Camello”, “chamba”, “yugo”, “pega” y “curro”
son algunos de los apelativos que recibe el vocablo “trabajo”
en Colombia, México, Perú, Argentina, Uruguay, Chile y España.*

Es difícil hallar el origen etimológico preciso de estos términos, ya que surge de raíces populares. Pero en la mayoría de los casos tampoco es necesario hacerlo ya que aludende manera bastante evidente a los significados más arcaicos del trabajo. El término “*camello*”, de costumbre en Colombia, es lo suficientemente sugerente. La palabra “*chamba*”-que a priori no parece tener la misma connotación- se origina entre los braceros mexicanos que se trasladaban a la *Chamber of Commerce* en el oeste de EEUU a solicitar trabajo en tareas agrícolas. Para anunciar que se dirigían allí, los trabajadores decían, mezclando el español y la fonética del inglés, “voy a la Chamba”, o sea “voy a la *Chamber*”. Si bien esta palabra no parece tener una semántica negativa, la connotación empieza a cambiar cuando se profundiza en la historia del trabajador migrante que llegaba por entonces a EEUU. El libro *Latin Americans in Texas*, del año 1948 expresa: “*Juzgando por el trato que se le da [al bracero] en esa parte del estado, uno puede asumir que no es un ser humano del todo...*” Por su parte el tango rioplatense, cargado de lunfardo, hace sostenidas referencias al pesado “*yugo*” que implica el trabajo. Acaso sin saberlo un trabajador argentino o uruguayo apela a los “palos” etimológicos, provenientes del arcaico *tripalium*, con la diferencia que los yugos son para atar bueyes y aquellos eran para atar seres humanos. La palabra “*pega*”, en Chile, también hace sugerentes connotaciones hacia una tarea en la que se está *atrapado*. Finalmente, tampoco conocemos con certeza el origen del término “*curro*”, usado en España, pero al buscarlo en el diccionario aparece un galicismo que hace referencia a un *recinto cercado a donde se conducen los caballos criados en libertad para enlazarlos y marcarlos con hierro*. [RAE - 22° edición - primera acepción de *curro*]

Si bien el nuevo milenio y las corrientes más progresistas de gerenciamiento le dan nueva semántica a esta actividad, las jergas populares -y otros tantos ejemplos- mantienen vivo el viejo significado de la palabra trabajo. La comunicación interna informal está cargada de estas antiguas connotaciones laborales. Las organizaciones del siglo XXI tienen una gran oportunidad de aumentar la motivación, creatividad y autorrealización de su gente a través de una comunicación interna realmente significativa, que evite o minimice este tipo de choques semánticos y libere el gran caudal de energía retenido en las contradicciones del lenguaje laboral. En este escenario, será posible asociar el trabajo a un goce, como

postulaban Calvino y Marx, quienes tenían posturas antagónicas en la mayor parte de sus postulados, pero en este coincidían. La actividad laboral podría ser, sin paradojas ni dicciones en contra, una oportunidad de lograr lo que toda persona anhela en la vida: ser feliz.

*La “S” de Salario, representa la primera forma de contraprestación laboral.
[Modelo 2S - Sistema de Comunicación 1A].*

Sin embargo, la situación se complejiza cuando reparamos en el significado que los integrantes de la organización le asignan al término felicidad. En algunas escuchas participantes también hemos hallado fuertes controversias semánticas, fundamentalmente vinculadas al dinero o a la posesión de bienes materiales. Esta concepción hace que los trabajadores vinculen directamente la felicidad con el trabajo, pero de una manera limitada. Según nuestras observaciones el trabajo suele ser considerado como un “medio” para la felicidad, pero no un “fin” en sí mismo (como, por ejemplo, postulaban Calvino y Marx). Al igual que con los conceptos de “calidad de vida”, hemos hallado que los encuestados suelen vincular la felicidad a la adquisición de bienes, a la prosperidad material personal o de sus familias y al confort físico en general. Esta concepción de una vida de mayor calidad, si bien podría formar parte de un estado de “fluidez o felicidad”, definitivamente es insuficiente para darle real significado al concepto. Sin embargo debemos admitir que incluso los países más desarrollados del mundo miden los índices de calidad de vida de sus habitantes por la posesión de bienes como refrigeradores, automóviles, computadores, aire acondicionado, acceso a internet, etc. Al revisar estos indicadores de Calidad de Vida resulta evidente que las limitaciones semánticas no están sólo en nuestros trabajadores. Al profundizar en nuestro trabajo de campo hemos encontrado que las personas que trabajan confunden el significado del término “felicidad” con el de la palabra “placer”. Esta analogía es otra de las causas que los lleva a asociar felicidad con dinero, con la “S” de Salario, la primera forma de contraprestación laboral [Modelo 2S - Sistema de Comunicación 1A]. Prosperidad material, confort, placer y comodidad son palabras que obstaculizan, o al menos limitan, la conexión de los trabajadores con el concepto más elevado de felicidad.

*De la correcta significación de ambos términos (trabajo y felicidad),
surge la segunda “S”, el Sentido, la forma más elevada de compensación laboral.
[Modelo 2S - op. cit.].*

Según nuestra experiencia, el manejo superficial del lenguaje laboral limita de manera extraordinaria las capacidades de autorrealización de los trabajadores y el potencial creativo de las organizaciones. Muchos empleados -que al profundizar en comunicación interna cambian de parecer- en lo cotidiano resumen su actividad laboral a una contraprestación material. En este sentido, hasta el diccionario de nuestra lengua puede contribuir a la confusión. La *Felicidad* es un “estado del ánimo que se complace en la posesión de un bien” [RAE - op. cit.- primera acepción]. ¿Esta definición se refiere sólo a “poseer físicamente” un “bien material”? Creemos que no. En etimología, la palabra felicidad proviene de *felicitis*: fértil, fecundo. Esta raíz semántica se refiere a una fertilidad más que material, que permite “poseer otros tipo de bienes”. Propone alcanzar un bien superior, intangible pero muy valorado, con la felicidad que puede generar el trabajo. La “fecundidad” que lleva en su semántica la palabra felicidad, también está presente en el significado profundo del vocablo trabajo. La felicidad es un estado del ánimo (ánima) al que solo puede acceder la especie humana. Los animales pueden (podemos, también los somos) sentir placer, comodidad, confort, pero la felicidad es sólo para un pináculo

evolutivo, un tesoro reservado sólo para los seres humanos. Salvo que esos seres humanos confundan el significado de la palabra. Gracias a la Ontología del Lenguaje se sabe que resulta improbable que un hombre acceda exitosamente a un objetivo mal redactado, construido con conceptos definidos superficialmente, a partir de significados difusos o antagónicos. Desde las *Sagradas Escrituras* hasta el moderno *Coaching* se declara que “el verbo precede a la creación” y que por tanto “la palabra crea realidades”. En esta definición la humanidad no ha tenido controversia: *lo que dices, será*. En nuestra gestión de comunicación interna de dimensión intrapersonal hemos comprobado que con la correcta significación de ambos términos (trabajo y felicidad), surge una segunda “S”, la del “Sentido”, que resume una de las formas más elevadas de compensación que puede brindar la actividad laboral [Modelo 2S - op. cit.].

La “palabra oral” que surge espontáneamente en la escucha participante y la “palabra pensada” que aparece en los espacios de reflexión en capacitaciones de Comunicación Interna, muestran un camino claro para medir y minimizar los choques semánticos. Es por eso que los planes tradicionales de comunicación interna, basados exclusivamente en mensajes escritos o mediáticos no pueden advertir, y aún menos revertir, las problemáticas surgidas en la significación de vocablos. Pero el famoso mito de la Torre de Babel desaparece cuando las organizaciones planifican una estrategia integral para que sus integrantes se comuniquen, compartan sentidos y se meta-comuniquen hasta unificar la significación. Una estrategia integral de comunicación interna contempla las tres dimensiones comunicativas de una organización: Institucional (palabra escrita), Interpersonal (palabra oral) e Intrapersonal (palabra pensada). En esta integración muchos problemas que son difíciles de advertir -no sólo los semánticos- pueden solucionarse.

Nadie ha definido la felicidad como sinónimo de placer. Ningún diccionario, de ninguna lengua, asegura que la felicidad no conlleva sacrificio. Ninguna etimología sugiere que sin dolor un ser humano llegará a ser feliz. Por el contrario, filosofías, mitos y religiones de todos los tiempos advierten que el premio máximo del hombre se hallará después de atravesar retos y desafíos. El mencionado Heracles y su Dodecathlos (doce trabajos) o la misma vida de Jesús, Moisés, Mahoma y Buda, son algunos ejemplos. El Cristo descendió a los infiernos para poder ocupar un lugar privilegiado, de felicidad plena, a la derecha del Padre. Y hasta el Dante recorrió ese camino para llegar al paraíso. Todo desafío conlleva cierto sufrimiento, pero si ese sufrimiento tiene un sentido (significado profundo) puede derivar hacia la realización personal y la felicidad. El trabajo humano no es una excepción: requiere un esfuerzo físico, emocional e intelectual que nos desafía diariamente a significarlo. Y la Comunicación Interna Integrada puede ayudar en ese propósito, puesto que incluye a la felicidad como forma de contraprestación. Se dice que cuando se le pidió a Sigmund Freud una definición breve de Felicidad, respondió: “Amor y Trabajo”. En la actividad laboral hay un camino certero hacia la felicidad. Y, como vimos, la comunicación puede ayudar a alcanzarla. Una comunicación interna integral permite transmitir visión (conocimiento-información), motivación (emoción-compromiso) y acción (coordinación-sinergia). Los niveles cognoscitivos, afectivos y conativos de una planificación integrada permiten que los empleados “sepan, sientan y hagan”, de manera alineada y por propio convencimiento. Ese auto-convencimiento individual, encaminado colectivamente hacia un objetivo superior común, se parece mucho a lo que buscaban Platón, Aristóteles, Calvino, Marx, Smith, Mayo, Maslow y tantos pensadores de la humanidad. No cejemos, entonces, en la búsqueda de una forma de trabajo que nos haga felices.

Manuel Tessi



Sumate a la conversación
sobre este tema en Facebook

¿Qué haces para ser feliz en tu trabajo?



*Los 5 comentarios más votados hasta el viernes
3 de Mayo inclusive se llevan un libro
“Comunicación Interna en la Práctica. Siete
premisas para la comunicación en el Trabajo”
de Manuel Tessi de regalo.*