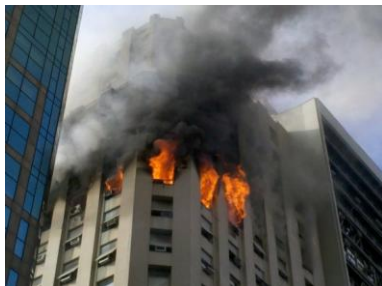


CAMPANHA MEDIDAS DE AUTOPROTEÇÃO

PLANO + OFERTA DA FORMAÇÃO/SIMULACRO



Se é proprietário ou arrendatário de um estabelecimento, edifício ou recinto, sabe que poderá ser surpreendido com uma coima que pode ir até €3.700,00 (caso de pessoa singular) ou de €44.000,00 (caso de pessoa coletiva), se não tiver procedimentos ou planos de prevenção e de emergência internos?

A Presmed – Segurança, Formação e Saúde no Trabalho, Lda. tem em curso uma campanha de elaboração de Projetos de Segurança Contra Incêndio e de Planos de Segurança Internos (no âmbito das Medidas de Autoproteção), nos termos do D.L. 220/2008, de 12 de Novembro, e apoia as empresas na sua implementação.

Tendo presente o risco de incêndio em edifícios, apoiamos as empresas na elaboração de procedimentos de atuação em situações de incêndio, evacuação e salvamento dos ocupantes em risco, e na intervenção eficaz e segura dos meios de socorro, de forma a limitar os respetivos danos.

Para que serve?

- Conhecer os edifícios e suas instalações (arquitetura e respetivas atividades), a perigosidade dos diferentes setores e dos meios de proteção disponíveis, as carências existentes e as necessidades que devem ser atendidas prioritariamente;
- Garantir a fiabilidade de todos os meios de proteção e instalações em geral;
- Evitar as situações que podem dar origem a uma situação de emergência;
- Dispor de pessoas organizadas, treinadas e capacitadas, de forma a garantir rapidez e eficácia nas ações a empreender para o controlo de situações de emergência;
- Informar e formar todos os utilizadores do edifício sobre os procedimentos descritos nas respetivas Medidas de Autoproteção.

Antes de este tema se tornar um requisito legal, já era e sempre foi senso comum, garantir a sua segurança e a de todos, bem como salvaguardar o património.

Por isso, aproveite já esta campanha!

Departamento de Segurança no Trabalho



A AUTENTICIDADE DAS PESSOAS EM CONTEXTO ORGANIZACIONAL



A possibilidade de agir de modo autêntico no trabalho condiz com perspectivas de carreira que tenham maior significado e sentido para as pessoas, alinhando-se a valores e aspirações. O comportamento autêntico ou autenticidade envolve um modo de agir e expressar-se que é consistente com crenças e experiências pessoais (pensamentos e/ou emoções).

Considerando que a cultura de uma organização influencia os comportamentos dos seus profissionais, este artigo serve para analisar as relações entre tipos culturais e o “agir autêntico” das pessoas nas organizações.

Tem-se enfatizado a ideia de que as pessoas têm almejado, cada vez mais, apropriar-se da construção das suas trajetórias profissionais, tornando-se os principais agentes na definição dos seus rumos. A possibilidade de um “agir autêntico” no trabalho tem sido tratada como uma dimensão importante para a construção de carreiras que tenham maior significado e sentido para a própria pessoa e também para a articulação de carreiras “sem fronteiras”, isto é, carreiras que transcendem as fronteiras das próprias organizações.

Por outro lado, as interações do adulto na vida em sociedade impõem limites ao comportamento autêntico. Alguns autores caracterizam o mundo das interações sociais como um “teatro” no qual os envolvidos se envolvem em papéis e encenações, sempre em função do contexto em que se encontram. Além disso, nas empresas, as pessoas devem adequar os seus comportamentos ao modo e ao ambiente em que trabalham, em função, entre outras, das relações de poder, ideologia, normas de conduta, visão de mundo e objetivos.

A busca por uma atuação profissional, que melhor se ajuste às necessidades e aos interesses da própria pessoa, nos diferentes estágios de sua vida, pode influenciar as decisões tomadas ao longo da trajetória profissional. Durante esse percurso, o perfil, a cultura e o ambiente de trabalho da empresa são elementos importantes no processo de escolha das organizações em que se deseja trabalhar.

De facto, o conceito de autenticidade é complexo e pode ser observado a partir de diferentes perspectivas. Para alguns estudiosos, as definições para autenticidade podem ser divididas em dois grupos: com base nas teorias humanistas e com base nas teorias de autodeterminação. Os teóricos humanistas focam o autorrespeito, a atenção às necessidades e aos valores pessoais. Para Maslow (1962), por exemplo, só após a satisfação das necessidades básicas, os indivíduos se orientariam pelas necessidades de crescimento. A satisfação de necessidades psicológicas de ordem superior levaria os indivíduos a descobrir a verdadeira.



Para outros autores afirmam que autenticidade é um conceito multidimensional, definindo-o da seguinte forma: uma expressão sem obstrução do *self* de um indivíduo, nas suas vivências diárias.

AUTENTICIDADE, EMPRESA E CARREIRA

Se articularmos estes três temas, verificar-se-á que a autenticidade é relativamente recente na pesquisa voltada para as organizações, não tendo sido abordada de modo sistemático por pesquisadores da área. Se fizermos uma pequena busca sobre esta articulação entre autenticidade e organizações, concluímos que existe um reduzido número de artigos que tratam especificamente da autenticidade nas organizações.

Na literatura voltada ao ambiente organizacional, normalmente o conceito tem sido discutido com ênfase em tópicos relacionados à liderança, com foco noutros aspetos relacionados ao “agir autêntico” nas empresas.

Um indivíduo que modifica o comportamento em diferentes contextos relacionais, não está necessariamente agindo de forma falsa. Na realidade, é adequado do ponto de vista social, que a pessoa altere a própria conduta de acordo com as demandas do contexto no qual está inserida. O “eu verdadeiro” seria fluido e dinâmico e não fixo e estável.

O debate sobre autenticidade tem implicações específicas para as organizações. A literatura tem mostrado, por exemplo, que incrementos na expressão autêntica favorecem a saúde psicológica e o bem-estar subjetivo das pessoas, inclusivé no ambiente de trabalho.

Quando os profissionais desempenham atividades nas quais podem expressar pensamentos, emoções e novos pontos de vista, eles tendem a estar mais presentes e envolvidos com os seus papéis.

Todavia, as mudanças intensas na sociedade nas últimas décadas, têm confrontado os jovens com o desafio pessoal de buscar autenticidade e singularidade. No caso das organizações, estas são um espaço privilegiado de definição do eu, e a promessa da possibilidade de um “agir autêntico” seria um elemento importante para as organizações atraírem e reterem talentos disputados pelo mercado.

Departamento de Recursos Humanos

Ficha Técnica:

Gestão de Conteúdos e Redação | Paula Domingues
Colaboração | Funcionários do Grupo 4Work
Conceção Gráfica | Ricardo Trindade
Periodicidade | Mensal

Grupo 4 Work

R. Tenente Espanca, nº 34 – 3º | 1050-223 Lisboa
Telef. (+351) 21 353 00 03 | Fax: (+351) 21 356 22 66 Home
Page: www.4work.pt | E-mail: geral@4work.pt