



FELICIDADE E MOTIVAÇÃO: UMA INTERAÇÃO PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

Carlos Roberto Lima do Amaral
Felipe Peixoto de Almeida Dias

O ambiente econômico-social em que vivemos hoje nos revela obstáculos que temos que vencer a todo momento: fome, falta de moradia, baixos salários, desemprego fazem com que as pessoas tenham seus pensamentos e anseios moldados por esse quadro, procurando um objetivo para a vida: ser feliz. Pode-se dizer que elas lutam para serem felizes. Esse é um propósito que está presente em todos os seres humanos; essa busca é o combustível para se galgar objetivos. Sendo o trabalho o responsável por inserir o homem na sociedade, este artigo vai tratar da influência da felicidade no âmbito empresarial, colocando a motivação como um elo entre funcionários, felicidade e sucesso organizacional.

Verdade e paradigma influenciam a felicidade. Isso porque os filósofos acreditam que não é possível ser feliz sem conhecer a verdade. E mais: a verdade não pode ser conhecida.

A definição de felicidade, muito importante para que haja uma compreensão do que vai ser proposto, deve ser esclarecida, pois é relacionada a outros conceitos, como verdade e paradigma. É muito interessante pensar sobre esse assunto: se perguntássemos a várias pessoas o que é ser feliz, certamente as respostas seriam diferenciadas e muitas simplesmente não conseguiriam responder. Como foi cita-

do acima, verdade e paradigma influenciam a felicidade. Isso porque os filósofos acreditam que não é possível ser feliz sem conhecer a verdade. E mais: a verdade não pode ser conhecida. Vem então o paradigma, que é a visão individual de um fenômeno, ou seja, acredita-se em algo provisório, que se modifica de acordo com cada pessoa. Essa verdade provisória é o paradigma usado na busca da felicidade. Poderíamos definir então um indivíduo feliz como aquele que conhece a verdade e tem total consciência da realidade.

É possível perceber que a maior parte dos funcionários, atualmente, não tem uma certa liberdade em suas funções. A liberdade é vista algumas vezes somente em empregados especializados. Essa visão, no entanto, é incompleta, já que todo funcionário necessita de autonomia em seu trabalho, conquistando mais confiança em si próprio e mostrando o seu valor no processo organizacional. Mais importante ainda é o comprometimento das empresas em conseguir que seus funcionários sintam-se como parte dela. Para isso começou-se a investir em um aspecto muito importante: a motivação, uma força impulsionadora do indivíduo para um objetivo. O termo motivação vem do verbo latino *mov-eo*, que significa mover, daí as palavras remover, mobilizar, comover, etc... Assim, pode-se dizer que existe um

estado interior de desequilíbrio que faz com que o indivíduo se mova para alcançar um objetivo, uma meta. E é exatamente isso que chamamos de motivação: a ação de prover. Conclui-se então que essa motivação não nasce de fatores que estejam no ambiente, mas das necessidades, que variam de pessoa para pessoa a todo instante. Isso equivale a dizer que a fonte de energia motivacional é interna e individual.

A motivação vem, nesse aspecto, para conquistar a satisfação das pessoas; muitas vezes, está inserida em pontos tão simples que a estrutura organizacional nem precisa ser modificada.

O aspecto motivacional nos dá a certeza de que qualquer funcionário beneficia sua empresa quando trabalha motivado. Essa análise não é algo novo, várias teorias foram escritas sobre o assunto. O psicólogo Abraham Maslow propôs, em 1948, um tipo de classificação ou hierarquia para as necessidades humanas, definindo-as como fisiológicas, de segurança, de associação, de reconhecimento e de auto-realização. Essas necessidades eram a explicação para o comportamento humano, ou seja, a cada necessidade satisfeita outra surgiria. A partir daí

o estudo da motivação foi evoluindo, até chegar nos programas motivacionais usados hoje nas organizações, visando às variações comportamentais dos funcionários e à análise do que realmente os motiva.

Filosoficamente, satisfação não é felicidade, apenas fornece aos indivíduos, junto a outros aspectos, a impressão de ser feliz.

É possível afirmar que o trabalho pode ser uma fonte de satisfação para alguns indivíduos, mas se uma empresa não se importa com seus funcionários, dando-lhes o mínimo de condições para o trabalho, terá sempre um rodízio de pessoal, pois não conseguirá mantê-los. A motivação vem, nesse aspecto, para conquistar a satisfação das pessoas; muitas vezes, está inserida em pontos tão simples que a estrutura organizacional nem precisa ser modificada. Como exemplos desses pontos podemos citar a iniciativa de uma empresa em delegar mais autoridade aos gerentes, deixando que assumam responsabilidades e apresentem resultados; ou ainda o reconhecimento de um trabalho bem feito de um simples funcionário. São atos desse tipo que fazem com que as pessoas trabalhem satisfeitas e se sintam felizes, percebendo o "algo mais" que as organizações lhes fornecem.

Filosoficamente, satisfação não é felicidade, apenas fornece aos indivíduos, junto a outros aspectos, a impressão de ser feliz. Isso ocorre porque a motivação é inteiramente individual. A satisfação aparece quando os indivíduos alcançam necessidades que julgam importantes. Por exemplo, um empregado que tem boas condições de trabalho pode se sentir satisfeito com o ambiente, mas não motivado para suas tarefas. Mesmo assim é preciso ressaltar que só através da satisfação o funcionário chega à motivação. As organizações procuram cada vez mais dar aos empregados todas as condições para trabalharem satisfeitos, pois com isso os benefícios serão crescentes. Elementos como produtividade, custos, lucros podem ser modificados com grande significado quando uma empresa visa ao bem-estar tanto da sua estrutura interna, quanto da externa. Vê-se atualmente que a relação empregado/organização está ligada não só à parte individual do funcionário, mas também ao ambiente em que essa empresa está inserida. A partir disso é necessária uma mudança favorável. Um exemplo claro é a implantação do balanço social, uma prestação de contas que mostra as realizações em benefício do trabalhador, do meio ambiente e da sociedade, passando informações que podem ser úteis para o futuro das organizações.

No momento atual, as organizações pedem mudanças, e o primeiro paradigma a mudar é a forma de conseguir que as pessoas façam aquilo que precisa ser feito.

É fácil encontrarmos empresas com dificuldades em organizar seus projetos motivacionais. Isso ocorre porque elas não o estão fazendo corretamente. A confusão entre motivação e satisfação leva várias delas a colocarem, por exemplo, o elemento "salário" como sendo motivacional. Resultado: os empresários aumentam os salários, mas os funcionários continuam desmotivados para o trabalho. Para que esse tipo de erro não aconteça, é necessário um estudo coerente das necessidades dos empregados, colocando-as em primeiro plano.

No momento atual, as organizações pedem mudanças, e o primeiro paradigma a mudar é a forma de conseguir que as pessoas façam aquilo que precisa ser feito. E é através da felicidade resultante da motivação que isso será possível. Dessa forma, as empresas poderão chegar a resultados positivos. A evolução do meio empresarial não pára; todos os dias surgem novos concorrentes. Assim, as empresas

que não se adequarem à realidade atual estarão ameaçando sua continuidade no mercado. Essa adequação vem através da conquista de objetivos individuais dos funcionários, independentemente do cargo que ocupam, pois a felicidade deles hoje será, no futuro, o sucesso da empresa.

-
- Minicussi, Agostinho. *Psicologia aplicada à Administração*. São Paulo: Atlas, 1995.
- Bergamini, Cecília Whitakey. *Psicologia aplicada à Administração de Empresas*. São Paulo: Atlas, 1982.
- Bergamini, Cecília Whitakey. *Motivação nas organizações*. São Paulo: Atlas, 1997.
-

Carlos Roberto Lima do Amaral e Felipe Peixoto de Almeida Dias são alunos do Curso de Administração da FACE-FUMEC
