

Relacionamento Interpessoal e seus Aspectos Motivacionais

Pedro Germano¹
Higor Correa Gimenes²

Resumo

Este artigo visa mostrar que o relacionamento interpessoal é um dos aspectos que interfere diretamente em nossa qualidade de vida. Portanto podemos dizer que o ambiente de trabalho também pode influir no comportamento das pessoas, nas relações interpessoais e consequentemente nos resultados das empresas. Como podemos ver, dos relacionamentos interpessoais dependerão as realizações de objetivos individuais dos funcionários. O ser humano é feito do meio em que vive, têm emoções, sentimentos e age de acordo com o ambiente, seja o espaço físico ou social; e para tanto, há que se aperfeiçoar na arte do relacionamento. Relações interpessoais e clima organizacional influenciam no comportamento dos colaboradores, sendo fatores de motivação, fundamental para estimular a criação de um ambiente agradável e estimulante, ou desagradável e averso.

PALAVRAS-CHAVE: Relacionamento Interpessoal, Ambiente, Comportamento

Abstract

This article aims to show that the interpersonal relationship is one of the aspects that directly interferes with our quality of life. Therefore we can say that the work environment can also influence people's behavior, interpersonal relationships and consequently on business outcome. As we see, interpersonal relationships depend on the accomplishments of individual employees' goals. The human being is made of environment they live in, have emotions, feelings and acts according to the environment, whether physical or social space, and to do so, we must master the art of relationships. Interpersonal and organizational climate influence the behavior of employees, and motivating factors, essential for stimulating the creation of a pleasant and stimulating, or disagreeable and disgust.

KEY WORDS: Interpersonal Relations, Environment and Behavior

¹UNIP – Instituto de Ciências Sociais e Tecnologia. Campus Magalhães Teixeira – Campinas, SP. CST em Gestão de Logística, 4º semestre noturno, sala DTB 08. Aluno: Pedro Germano RA: A16ADF-1 pedrogermano@yahoo.com.br

²UNIP – Instituto de Ciências Sociais e Tecnologia. Campus Magalhães Teixeira – Campinas, SP. Professor Higor Correa Gimenes higorcg@hotmail.com

1. Introdução

O ambiente em que vivemos influencia o ser humano, portanto podemos dizer que o ambiente de trabalho também pode influir no comportamento das pessoas e, influenciar nas relações interpessoais e nos resultados das empresas.

A comunicação entre as pessoas hoje é um dos aspectos que ganha muito destaque por sua relevância em nossa qualidade de vida.

A nossa maneira de expressão no processo do relacionamento social é determinante. O convívio coletivo garante a saúde do grupo e enriquece, sobremaneira, todos os indivíduos que se dispõem a dedicar-se na arte da conversa.

Hoje em dia as relações interpessoais estão cada vez mais difíceis. A falta de comunicação deve ser percebida pela empresa e o relacionamento interpessoal incentivado.

As pessoas se destacam não apenas pelo lado profissional, mas também pela capacidade de relacionar-se com seus colegas de trabalho, trabalhando em grupo.

Para uma empresa atingir suas metas e lucrar, precisará de funcionários motivados e para tanto, é necessário um ambiente de trabalho agradável, em que seus funcionários se sintam à vontade, o que pode ser mensurado através de uma Pesquisa de Clima Organizacional que, aplicada corretamente, de forma imparcial e isenta, proporciona à direção da empresa a tomada de medidas administrativas positivas que evitam o surgimento de problemas ou seu agravamento.

Estudos tem mostrado que a motivação humana provém de energias que as pessoas já possuem em seu interior, não sendo possível motivar apenas por incentivos externos. Há que se compreender as diferenças de cada pessoa, seus valores e maneiras próprias e com isso, integrar os objetivos pessoais e organizacionais.

2. Relacionamento Interpessoal

É o relacionamento entre os indivíduos de um grupo social, familiar ou profissional, cujos membros estejam integrados em torno de um objetivo comum.

De acordo com Bom Sucesso (1997, p.36) a valorização do ser humano, a preocupação com sentimentos e emoções, e com a qualidade de vida são fatores que fazem a diferença. O trabalho é a forma como o homem, por um lado, interage e transforma o meio ambiente, assegurando a sobrevivência, e por outro, estabelece relações interpessoais, que teóricamente serviriam para reforçar a sua identidade e o senso de contribuição. Portanto podemos dizer que o comportamento humano pode ser influenciado pelo clima organizacional e afetar os resultados das empresas.

No ambiente profissional, as atividades são compartilhadas por duas ou mais pessoas e há atividades predeterminadas a serem executadas, bem como interações e sentimentos recomendados, tais como: comunicação, cooperação, amizade e respeito.(figura – 1)

O relacionamento interpessoal pode ser harmonioso e prazeroso, permitindo cooperação entre a equipe, com integração de esforços ou então tornar-se muito tenso, conflitivo, desintegrando e dissolvendo o grupo.

As pessoas são produtos do ambiente em que vivem, têm sentimentos e comportam-se de acordo com o conjunto que as cercam, seja o espaço físico ou social. O alicerce das organizações é construído a partir das pessoas que delas fazem parte, e no mundo atribulado em que vivemos às vezes não nos damos conta disto. Passamos mais tempo em nosso ambiente de trabalho do que em nosso lar, é importante estar em um ambiente saudável, e isto depende de cada um de nós.

As empresas valorizam as características pessoais e não apenas profissionais de seus colaboradores. Em todo grupo de trabalho existem pessoas com maior ou menor facilidade para se relacionar, e isto torna-se fundamental para a sobrevivência profissional das pessoas, e na busca por uma melhor oportunidade, isto pode fazer a diferença.

figura - 1



fonte: <http://www.mentesaudevel.com.br/userfiles/image/relacionamento%20interpessoal.jpg>

DICAS PARA DESENVOLVER UM BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL (Mario Persona)

1. Procure ouvir diferentes opiniões antes de tomar uma decisão importante para você e para a empresa.
2. Negocie perguntando e obtendo informações antes de apresentar seus argumentos ou idéias.
3. Seja claro e objetivo , falando mais, usando menos palavras e tempo.
4. Procure entender o ponto de vista de seu interlocutor, mas aprimore sua capacidade de persuasão.
5. Busque o consenso entre seus amigos e colaboradores.
6. Acate sugestões.
7. Procure aprender o significado da empatia.
8. Procure elogiar, motivar e encorajar seus colegas.
9. Pratique a ética, respeitando as pessoas e construa credibilidade.
10. Sendo pontual, cumprindo sua palavra e seus compromissos você evita decepcionar quem observa sua atuação.
11. Permita um diálogo franco e aberto com os colaboradores, facilitando o feedback.

3. Metodologia

A pesquisa realizada foi a descritiva.

Segundo PRESTES (2002), na pesquisa descritiva, é observado, registrado, analisado, classificado e interpretado os fatos, sem que o pesquisador lhes faça qualquer interferência. Assim, o pesquisador estuda os fenômenos, mas não os manipulam.

O método de trabalho utilizado foi uma pesquisa bibliográfica, em obras pertinentes ao objeto de estudo, bem como pesquisas em fontes alternativas, como a internet e em estudos de casos, verificando-se a abordagem de diferentes autores, de forma a identificar as principais correntes teóricas sobre o tema.

4. Motivação

Segundo Bergamini (2006, p.31) “Motivação deriva originalmente da palavra *movere*, que significa *mover*”.

De acordo com Victor Vroom, autor da Teoria da Expectativa, o esforço depende do valor da recompensa, ou seja, existe uma associação entre esforço e desempenho e desempenho e recompensa.

“O problema da motivação torna-se mais difícil na medida em que o padrão de vida e o nível educacional das pessoas se elevam” (Kondo, 1994, P.13).

Segundo Bergamini (2006), existem pessoas que são motivadas pela participação, outras que são orientadas pela ação e satisfação no trabalho ou pela segurança e por fim aquelas que são orientadas pela conciliação.

Maslow (1970, apud GADE, 2003), faz na sua Teoria da Motivação, uma abordagem diferente: o que propulsiona o homem são suas necessidades; tão logo uma necessidade é satisfeita, outra a substitui. Este processo é contínuo, pois o ser humano é altamente insatisfeito e possuidor de uma série de necessidades, que se relacionam entre si por uma escala hierárquica (figura 2).

Figura – 2 – Pirâmide de Maslow



Fonte: <http://novo-mundo.org/ciencia/wth-e-piramide-de-maslow.html>

A figura 2, acima, mostra que as necessidades humanas estão organizadas em cinco níveis, classificadas numa hierarquia de importância como:

1 – Necessidades Fisiológicas

São necessidades primárias, essenciais à sobrevivência, inatas e instintivas. Estão no nível mais baixo da pirâmide e exigem satisfação periódica e cíclica.

2 – Necessidades de Segurança

São as necessidades secundárias, raramente são satisfeitas em sua plenitude, conduz à uma busca sem fim da tranquilidade pessoal e de uma situação segura.

3 – Necessidades Sociais

O homem é um ser social, e necessita estar sempre participando de alguma coisa, de associações, clubes, novas amizades, aceitação pelos amigos, interagindo a todo momento com o meio e com outras pessoas.

4 – Necessidades de Auto-Estima

São as necessidades de respeito, autoconfiança, status, boa reputação, reconhecimento. É decorrente da auto avaliação de cada indivíduo e para que essas necessidades apareçam, as demais devem estar razoavelmente satisfeitas.

5 – Necessidades de Auto Realização

Tratam-se das necessidades mais elevadas, está no topo da hierarquia, as necessidades de crescimento, incluem dar vazão às próprias potencialidades, é o desejo de realizar plenamente aquilo de que é capaz.

A teoria de Maslow é bastante simples em sua concepção, uma vez que se baseia em uma lista de necessidades comuns a todas as pessoas e indica que uma necessidade satisfeita não é motivadora de comportamento, apenas aquelas não satisfeitas influenciam o comportamento. A motivação provém de necessidades intrínsecas ao indivíduo, não podendo ser implantadas em seu interior. Sozinha, ela não consegue explicar os vários aspectos envolvidos no complexo campo motivacional e para que se possa explicar melhor a motivação, torna-se necessário uma análise de outras teorias.

Considerações sobre Teorias Motivacionais

Teoria de campo de Lewin

Baseia-se em duas suposições fundamentais:

- a) O Comportamento humano é derivado da totalidade de fatos coexistentes.
- b) Esses fatos coexistentes têm o caráter de um campo dinâmico, no qual cada parte do campo depende de uma inter-relação com as demais partes.

Kurt Lewin instituiu o termo ambiente psicológico e afirma que o comportamento humano independe do passado ou do futuro, mas do atual e presente.

Teoria dos dois fatores – Frederick Herzberg

De acordo com suas pesquisas, os aspectos satisfatórios estavam mais relacionados ao conteúdo do trabalho (fatores intrínsecos), e os aspectos insatisfatórios às condições de trabalho (fatores extrínsecos ou higiênicos).

Herzberg afirma que as pessoas são motivadas apenas pelos fatores intrínsecos, ou seja, apenas o trabalho em si e os fatores que lhe são diretamente relacionados podem motivar as pessoas (CHIAVENATO, 1998).

Teoria da Expectação - Lawler

O dinheiro pode incentivar o desempenho, o companheirismo e a dedicação à organização, porém tem pouca potência motivacional em virtude da sua incorreta aplicação pelas organizações. O dinheiro pode motivar as pessoas se elas acreditarem haver ligação direta ou indireta entre o desempenho e o aumento de remuneração.

Teoria da Motivação – Vroom

Teoria de Victor H. Vroom reconhece a evidência de que pessoas diferentes reagem de maneiras diferentes, conforme a situação em que estejam, enfatizando assim as diferenças individuais. De acordo com Vroom, três fatores determinam a motivação:

- a) Os objetivos individuais.
- b) A relação que o indivíduo percebe entre a produtividade e o alcance dos seus objetivos. .
- c) A capacidade de o indivíduo influenciar seu próprio nível de produtividade.

O homem possui valores que precisam ser respeitados, tornando-o, com seu trabalho, mais auto-suficiente e senhor de si, condições que o levam a um desempenho superior.

Não adianta o uso de força ou estímulos externos, para se obter a motivação, estes fatores só conseguirão colocar a pessoa em movimento mecânico, será necessário respeitar suas diferenças individuais, seus valores e maneiras próprias e garantir a ela um trabalho que lhe permita conciliar seus objetivos individuais com os objetivos organizacionais.

5. Clima Organizacional

Para Fleury (1993) o clima organizacional é a qualidade ou propriedade do ambiente que é percebida pelos membros da organização e, segundo ele, seria responsável pelos seus comportamentos ou seja, refere-se a atmosfera coletiva do ambiente de trabalho.

Lourenço (2003) afirma que o clima organizacional é um conjunto de valores ou atitudes que afetam a maneira com que as pessoas se relacionam.

O clima organizacional é o ambiente humano dentro do qual as pessoas fazem seu trabalho e leva à provocação de diferentes espécies de motivação nos seus participantes, afeta o desempenho e a satisfação no trabalho e é capaz de afetar o comportamento organizacional.

Para medir e apurar o grau de satisfação dos colaboradores diretos da empresa, utiliza-se a Pesquisa de Clima Organizacional, ferramenta administrativa integrante do Sistema de Qualidade, que pode ser aplicada isoladamente ou de forma conjunta com outras ferramentas que bem utilizadas, possibilitam a direção das empresas detectar fatores, procedimentos

adotados e problemas de relacionamento hierárquico que podem representar pontos de atrito no processo organizacional.

Os indicadores do Clima Organizacional são:

- Envolvimento das pessoas com seus trabalhos,
- A média do tempo que as pessoas permanecem nas organizações,
- O índice de absenteísmo,
- A qualidade e a eficiência dos trabalhos realizados,
- Os rumores,
- A participação nos eventos promovidos na empresa,
- As greves,

Também a apatia, a integração os conflitos, o entusiasmo, a cooperação entre grupos podem ser avaliados na pesquisa.

A Pesquisa de Clima Organizacional pode ser aplicada de diversas maneiras, através de questionários distribuídos na empresa ou enviados a residência dos funcionários ou através da internet (on-line), sua periodicidade é estabelecida pela direção da empresa, de acordo com uma programação prévia (semestral/anual).

O clima organizacional afeta a motivação e o desempenho humano e depende das condições econômicas, da estrutura e da cultura da empresa, das oportunidades de participação pessoal, do estilo de liderança, da remuneração, enfim o desempenho é o efeito da combinação dos recursos disponíveis com a administração dos mesmos.

A apuração do nível de satisfação dos colaboradores se faz necessária para indicar e apoiar as decisões dos gestores e mensurar como está a qualidade de vida no trabalho dos colaboradores.

6. Conclusão

O objetivo deste artigo foi identificar os fatores que levam um grupo de profissionais a manterem um relacionamento interpessoal agradável em seu ambiente de trabalho. Sabemos que existem pessoas em todo grupo de trabalho, que possuem maior ou menor facilidade de se relacionar e que as organizações valorizam cada vez mais, as características pessoais e não apenas profissionais e técnicas de seus colaboradores.

Para o Gestor, é importante conhecer as causas e fatores que influenciam no comportamento humano, assim como suas necessidades, uma vez que as estratégias motivacionais adotadas devem estar vinculadas aos objetivos dos funcionários e da empresa.

Os benefícios oferecidos pelas empresas para reter e motivar pessoas, são apenas estímulos externos e não são determinantes, pois após um determinado período de tempo o empregado estará insatisfeito novamente.

Não existe uma fórmula ideal para a motivação humana, porém a realização de objetivos pessoais dos funcionários reflete diretamente no seu desempenho dentro da organização.

O clima organizacional influi diretamente na produtividade, pois o grau de saúde de uma empresa depende de sua atmosfera psicológica, que é fruto do conjunto de percepções das pessoas que compartilham seu dia a dia com a mesma.

7. Referências

BOM SUCESSO, Edina de Paula. Trabalho e Qualidade de Vida. 1 ed. Rio de Janeiro: Dunya, 1997, 36 p.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Motivação nas Organizações. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006. 214 p.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: edição compacta. 5. Ed. São Paulo Atlas. 1998.

MOSCOVICI, Fela. Desenvolvimento Interpessoal: treinamento em grupo/Fela Moscovici – 9.ed.-Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

VROOM, Victor H. Gestão de pessoas, não de pessoal. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 274 p.

http://www.portalbrasil.net/2006/colunas/administracao/outubro_16.htm

<http://www.dvseditora.com.br/blog/?p=1115>