

Se Aristóteles administrasse a General Motors...

A nova alma do negócio – como a filosofia
pode melhorar a produtividade de sua empresa

Tom Morris, Editora Campus, São Paulo, 1998, 237 p.

Como, infelizmente, tem sido comum, o título original dessa obra, *Se Aristóteles administrasse a General Motors*, nos diz mais sobre ela do que sua adaptação ao português e a adição de um subtítulo, para transformá-la em algo atrativo, na linha da “literatura de negócios”.

O autor foi professor de filosofia, por quatorze anos, na Notre Dame University e, hoje, é presidente do conselho do Morris Institute for Human Values, na Carolina do Norte. O que o levou à “busca da sabedoria” foi o primeiro curso universitário, no qual ingressou para se preparar para o mundo executivo: o de Administração. E foi exatamente nesse curso que sentiu que havia uma ausência das coisas realmente importantes sobre a natureza e a condição humana. Essas coisas são, em sua visão, os alicerces interiores das práticas dos negócios e dos relacionamentos profissionais. Seu objetivo é tirar o foco daquilo que é externo aos nossos estados interiores, tais como: globalização, mudança tecnológica, instabilidade econômica, reestruturação organizacional, e levá-lo para aquilo que realmente importa, que são as bases da excelência humana.

Ao refletir sobre a insanidade da corrida dos líderes empresariais em busca de técnicas novas e modismos para obter maior eficiência e excelência empresarial – e aqui encontramos todas as formas de reengenharia e reconcepção dos processos de trabalho –, chega à conclusão que, o que mais acontece nesses casos é a queda da motivação, o aumento da desconfiança e do de-

sespero. Mesmo as organizações que trabalham com sistemas modernos de remuneração utilizam como base a “teoria das motivações extrínsecas”, que não ajudam a gerar criatividade e energia.

Para Morris, a longo prazo, isto pode minar o “espírito da empresa”. Os indivíduos, em sua opinião, são o único alicerce da excelência duradoura no trabalho e o que deve ser focado, nessa direção, são as questões humanas da felicidade, do contentamento, do significado do trabalho e da satisfação no local de trabalho.

Bem, então o que faria Aristóteles se fosse o dirigente da General Motors? Duas ressalvas são feitas pelo autor e é importante que as reproduzamos aqui: a primeira que não é uma obra sobre a General Motors, ela é usada como exemplo em algumas situações, como outras empresas também o são. Apenas usou seu nome no título da obra porque ela é considerada “paradigmática”, sua história se confunde com a história do moderno capitalismo americano e com a própria história dos Estados Unidos, neste século. A segunda ressalva se refere a Aristóteles. De fato, Aristóteles é o filósofo que mais fundamenta os *insights* do autor, mas não é o único. Temos Sócrates, Platão, Sêneca, Kant, Confúcio, Voltaire, Sto. Agostinho, e muitos outros, com um peso específico maior aos filósofos da chamada “antiguidade clássica”.

Morris soma, à sabedoria dos filósofos antigos e modernos, o que de mais novo existe na filosofia contemporânea sobre motivação e excelência humanas e propõe um novo caminho para, através do entendimento do espírito humano, atingir a excelência individual e, por conseguinte, a excelência empresarial.

O ponto de partida é a felicidade. A partir do ideal aristotélico de felicidade (“a felicidade é uma forma de ação”), mais do que a idéia hedonista de felicidade (= prazer) e mais do que a visão estoíca (= paz pessoal), remete-nos à representação de participação em algo que nos dá a sensação de preenchimento e realização. Ela representa a participação em algo satisfatório e, esse algo satisfatório é a atividade, *o trabalho*.

Mas as pessoas envolvidas em qualquer atividade ou empreendimento só vão se sentir realmente motivadas se forem respeitadas as quatro dimensões fundamentais da experiência humana. Para cada uma dessas dimensões existe uma meta, e, é no seu somatório que está o fundamento para a satisfação humana duradoura. As quatro dimensões, com seus quatro alvos, para o autor,

têm um elemento de universalidade, pois estão enraizadas na natureza humana, em seu nível mais básico.

As quatro dimensões e suas metas são: 1) *a dimensão intelectual*, que tem como alvo a *verdade*; 2) *a dimensão estética*, que tem como alvo a *beleza*; 3) *a dimensão moral*, que almeja a *bondade* e 4) *a dimensão espiritual*, que almeja a *unidade*. São quatro dimensões da experiência com quatro alicerces da excelência, que são as *virtudes*, importantíssimas na relação “eu – outro” (sujeito – sujeito) e, portanto, alicerces para a “excelência humana sustentável”. Elas são a chave para a redescoberta tanto da satisfação humana no trabalho como para a “re-invenção do espírito da empresa” nos tempos atuais. Isto porque são as pessoas dentro da empresa, ou melhor, a interação das pessoas que pode gerar ou excelência ou mediocridade. Para quem teve uma aproximação com a abordagem proposta pela Teoria da Complexidade isto soa mais familiar: o todo não é compreendido apenas como um sistema que reúne partes, ele é mais do que isto e a interação entre as partes é que nos dá sua dimensão real.

A partir desse ponto o autor analisa cada uma das virtudes em todas as suas interações com a dimensão do mundo do trabalho e, conseqüentemente, com a dimensão empresarial. Os exemplos reais são inúmeros e se coadunam com perfeição ao contexto conceitual.

É uma obra, no mínimo, instigante. Digamos que não seja original ao focalizar e partir da “condição e satisfação humanas”, no mundo do trabalho. Com relação a esse enfoque temos todo o pessoal do Groupe Humanisme et Gestion, da École des Hautes Études Commerciales de Montreal, sob a coordenação do Prof. Chanlat; temos ainda Max Pagés, Eugène Enriquez, Claus Möller e alguns outros. Porém, o que faz a diferença é a utilização da “pura filosofia” na busca de excelência individual e empresarial.

Um grande defeito a ser destacado é a falta de Bibliografia, pois, sendo uma obra que se vale de tantas outras obras e de tantas citações, o leitor acaba se frustrando ao buscar as referências e descobrir que elas não existem, para uma grande parte dos casos.

Elisabete Adami Pereira dos Santos
Mestre em Administração – PUC-SP, professora FEA/PUC,
doutoranda em Ciências Sociais, PUC-SP