



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

FILOSOFIA NA ADMINISTRAÇÃO: Abordagens clássicas da administração à luz do pensamento filosófico

Rodrigo Ábner Gonçalves Menezes¹
Lorena Bezerra de Souza Matos²

RESUMO

O artigo objetiva apresentar a filosofia como uma ciência que possa ajudar o administrador na sua carreira profissional. Apresenta a influência que correntes filosóficas ocidentais exerceram sobre a administração e são abordados temas comuns à luz dos pensamentos filosóficos. Procurou-se mostrar: a importância da reflexão filosófica nas funções gerenciais com ênfase na filosofia de Sócrates; o método cartesiano elaborado pelo filósofo francês René Descartes em analogia com a ferramenta de qualidade elaborada por Ishikawa (o diagrama de Ishikawa) que por sua vez é colocada sob a ótica da teoria da complexidade de Edgar Morin; que a filosofia de Nietzsche relaciona-se com as características dos empreendedores, onde os pensamentos do filósofo se afinam com o perfil abordado por autores sobre empreendedorismo; como a filosofia de Aristóteles pode aumentar a produtividade da empresa.

Palavras Chave: Filosofia. Gestão. Administração. Empresa.

ABSTRACT

The article describes philosophy as a science that can help the administrator in his professional career. Shows the influence that had on western philosophical and administration are common themes addressed in the light of philosophical thoughts. We tried to show: the importance of philosophical reflection in managerial roles with emphasis on philosophy of Socrates; the Cartesian method developed by the French philosopher René Descartes in analogy with the quality tool developed by Ishikawa (Ishikawa diagram) which in turn is placed under the perspective of complexity theory to Edgar Morin; the philosophy of Nietzsche relates to the characteristics of entrepreneurs, where thoughts of the philosopher with the taper profile approached by authors on entrepreneurship; as Aristotle's philosophy may increase productivity.

Keywords: Philosophy. Management. Administration. Company.

¹ rodrigoabner@gmail.com

² lorenabmatos@gmail.com

1 Introdução

O estudo dos conceitos filosóficos clássicos se mostra de utilidade para empresários e estudiosos de administração que desejam enxergar por um prisma peculiar à origem, o estado e o caminho que toma os conceitos da área. Mattar (2010) ressalta que as teorias em administração estão, em parte, fadadas ao obsoletismo, ao contrário do que acontece com a filosofia onde ideias e princípios são solidificados e integrados a outras ciências. Nos estudos científicos, sobretudo nas ciências humanas, é dada a devida importância às ideias que se consolidaram no universo do conhecimento filosófico e epistemológico (BOAVA; MACÊDO, 2007) com o intuito de que abordagens sejam construídas em terrenos férteis para garantir a sua força teórica.

A reflexão filosófica e o estudo da epistemologia podem neste caso proporcionar ao gestor novas formas de raciocínio para resolver problemas contingenciais que muitas das ferramentas administrativas clássicas já não podem mais solucionar no século XXI, além de induzir a reflexão acerca dos modelos de gestão difundidos. Para o gestor e/ou estudioso que nega os paradigmas que a filosofia ajuda a quebrar na sociedade moderna, o mundo tende a tornar-se limitado e óbvio, podendo um trajeto reflexivo alternativo ajudá-lo a ter uma visão mais ampla tanto do mercado quanto das pesquisas na área da administração. Este ensaio teórico apresenta influências epistemológicas e filosóficas de autores notórios em estudos universitários da administração, além de apresentar filósofos e suas principais teorias. O artigo possui como objetivo geral apresentar a filosofia como uma literatura alternativa e reflexiva para o administrador de empresas e acadêmicos da área. De forma a atingir o objetivo geral, os objetivos específicos serão:

- Apresentar a importância dos estudos filosóficos e epistemológicos para a administração;
- Traçar a relação da filosofia clássica ocidental com os conceitos difundidos na literatura administrativa, mostrando a possibilidade de integração entre as duas áreas do conhecimento de forma a contribuir para o crescimento de um potencial crítico-reflexivo para o acadêmico e/ou administrador de empresas.

Além desta introdução, apresentam-se nos primeiros subcapítulos do referencial teórico como a filosofia tem influenciado os conceitos difundidos em administração e como os princípios filosóficos podem ser utilizados pelo administrador de empresas. Nos subcapítulos seguintes é traçada uma linha de raciocínio dos pensamentos de Sócrates, René Descartes, Nietzsche e Aristóteles com as teorias e conceitos clássicos da administração. Por fim, as considerações sobre o trabalho são ponderadas.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

2 Referencial teórico

2.1 Influências da filosofia na formação do pensar em administração

Drosdek (2009) nos mostra a influência da filosofia na formação das teorias administrativas e toma como exemplo um grande nome da administração.

Quando desenvolveu suas primeiras teorias sobre administração, ele (**Peter F. Drucker**) atuava como professor de filosofia e política nos Estados Unidos. Ele desenvolveu, entre outros, o famoso conceito *Management by Objectives*, que deve ter se originado da filosofia de Hegel e Nietzsche (DROSDEK, 2009, p. 13, grifo nosso).

O autor ainda faz uma consideração sobre a linha de raciocínio dos principais mestres da administração e afirma que “eles estavam enraizados na história do pensamento ocidental, conheciam a doutrina dos filósofos mais importantes e desenvolveram como primeiro passo, juízos de valor filosófico antes de esboçarem suas teorias sobre administração” (DROSDEK, 2009, p. 13).

A filosofia, além de ter um papel fundamental na formação do pensamento administrativo, traz luz às certezas mais comuns da administração, reformulando-as criticamente. Permite que o administrador, bem como os estudiosos da administração, entre em contato com as várias partes de si mesmo, tomando-o como ponto de referência para o desencadeamento de ações que poderão modificar algumas partes da estrutura empresarial, neste ponto uma análise ontológica focada é mais indicada para revelar aspectos minuciosos, como fizeram Boava e Macêdo (2007). Clavo (2008) reconhece a vantagem de analisar filosoficamente a empresa, e dá a sua devida importância a análise a respeito do seu criador, o homem.

A grandeza do homem é definida por duas coisas: a primeira delas, ter a capacidade de se saber limitado e reconhecer que precisa dos demais; a segunda, sonhar em ser ilimitado e ter a possibilidade de melhorar o tempo e o espaço que lhe couberam habitar. Quando essas duas coisas se dão numa mesma pessoa, sem dúvida estamos diante de um empresário em potencial (CLAVO, 2008, p. 21).

Muitas são as variáveis que moldam o estilo gerencial de cada indivíduo. Na concepção de Morgan (2002) as vivências culturais, religiosas, afetivas, sociais e econômicas, são apenas alguns desses fatores e, quando nos juntamos com outros para construirmos algo que seja maior e mais duradouro do que nossa própria existência, estamos na verdade tentando negar a realidade da aproximação com a morte.

Esta inter-relação homem-administrador é inseparável e transacional. Mesmo que o gestor tente seguir padrões administrativos previamente estruturados, todas as suas decisões terão um toque íntimo. Esta linha de raciocínio nos leva a considerar que o homem que reflete sobre sua existência, o seu papel e a sua importância na sociedade, tem mais chances de ser um administrador em potencial. Morris (2004), seguindo a mesma linha de raciocínio de Clavo (2008), assinala que o segredo sustentável atual vem da antiga sabedoria sobre o espírito humano,



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

e que as organizações hoje em dia perdem um grande número de profissionais em potencial devido às crises de meia idade e crises profissionais.

As teorias filosóficas, ao embasarem o espírito empresarial, fundamentam as decisões, alicerçando-as em níveis, internos e externos, proporcionando firmeza e um maior entendimento nas tomadas de decisão.

2.2 Princípios filosóficos para administradores

Mas como seria o processo de integração das teorias e métodos filosóficos abstratos difundidos há tantos séculos, às teorias e práticas administrativas? Walls (2010), Phd em filosofia e consultor do Morris Institute deixa claro que deve-se estabelecer uma distinção entre a filosofia teórica e prática. Para ele, a filosofia teórica requer sentar e ponderar, enquanto que a filosofia prática procura levar as pessoas a uma ação inteligente.

O que pode impedir o gestor de levar em consideração o estudo filosófico no âmbito empresarial, é que ele passa a definir e tornar óbvio o que não o é, utilizando soluções e métodos pré-fabricados que podem não acompanhar a complexidade dos ambientes de mercado e da própria empresa. Uma empresa já é complexa em si devido, também, aos seus fatores humanos e burocráticos; além disso, não importa o tamanho da empresa pois o ambiente de mercado sempre será maior do que ela. Para se adaptar a tal realidade, a fuga da zona de conforto mental pode vir a ser um dos fatores de auxílio para obter êxito na atividade administrativa.

2.3 Sócrates e a limitação do saber

A pressão exercida por acionistas, bem como a acirrada hipercompetição (D'AVENI, 1994), faz com que as práticas e costumes gerenciais sejam repassados aos subordinados como uma espécie de sofismo contemporâneo. Sofismo este que reflete a falta de ética dos profissionais, como por exemplo, o problema de *agency* (GITMAN, 2010), onde os administradores colocam seus interesses pessoais acima dos corporativos. Dentre outras funções, os sofistas eram como professores, e costumavam ensinar à classe mais abastada da Grécia antiga a arte da retórica e argumentação.

Os sofistas não defendiam valores mais estáveis, a não ser o sucesso. Não se preocupavam em ajudar as pessoas a agirem de modo correto, orientando-as a partir de algum critério ético. (...) Segundo sua opinião, cada pessoa criava a sua própria verdade a seu bel-prazer e de acordo com os seus interesses pessoais. O que importava unicamente era a capacidade de convencer os outros de seu próprio ponto de vista (DROSDEK, 2008, p. 60, grifo nosso).

Os saberes desta natureza comprometem o sucesso do empreendimento, pois uma gestão composta de privilégio para poucos, faz com que o sistema fique ainda mais instável.

Quem, no âmbito de nossa economia do conhecimento, deseja liderar pessoas de modo eficaz, precisa expressar de forma autêntica uma autoridade natural. Lidamos com colaboradores extremamente inteligentes que podem ser manipulados apenas de um modo bem limitado (DROSDEK, 2008, p. 96).



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Walls (2010) corrobora com Drosdek (2008) e afirma que as melhores pessoas não querem trabalhar para um egomaniaco, e uma pessoa que só se preocupa com si própria, perderá o suporte dos melhores profissionais capazes de ajudá-la a fazer ótimas coisas. Podemos ver então que além da nossa capacidade profissional, nossas atitudes dentro da empresa são moldadas também de acordo com as nossas características pessoais. As nossas ações se tornam reflexo do nosso caráter, e se o novo gestor não for imparcial poderá prejudicar a toda uma estrutura organizacional. Não é possível fugir de si mesmo, e conseqüentemente impossível escapar de todas as variáveis internas e externas que afetam as decisões dos gestores.

Em um ponto específico, a filosofia socrática faz parte da reflexão grega que volta sua atenção diretamente para a investigação da essência humana, tomando-a como epicentro das mudanças sociais. A busca pela verdade através do reconhecimento do limite da sabedoria apresentado por Sócrates pode auxiliar neste processo decisório. Sócrates sempre procurou fundamentar-se em seus argumentos para testá-los, pois uma afirmação baseada apenas no óbvio não seria o suficiente. Ele também sempre parou diante de qualquer dúvida em sua linha de raciocínio, “tinha a convicção de que enquanto seres humanos, jamais devemos ignorar a dúvida (...)” (DROSDEK, 2008, p. 69). A principal reflexão de Sócrates para com o homem é questionar os fundamentos do raciocínio que dão origem à ação, pois uma gestão orientada em princípios socráticos será capaz de selecionar, através de um raciocínio crítico, o que, no meio da massificada e por vezes insignificantes métodos de gestão, realmente têm valor sustentável (Op cit, 2008, p. 33).

Ou autor ainda ressalta que:

A dedicação de Sócrates ao ser humano nos oferece pontos de referência fundamentais para uma gestão inovadora, prospectiva, numa época em que o colaborador se desloca para o centro do interesse do processo através do seu saber e sua criatividade. (...) Com o seu método, o foco de suas perguntas, e a seleção de objetos de verificação relevantes e a redefinição de objetivos desejáveis, Sócrates desenvolveu uma visão inovadora, duradoura e significativa para vários milênios (Op cit, 2008, p. 38/34).

2.4 O diagrama de Ishikawa e o método cartesiano, à luz do pensamento complexo

René Descartes, filósofo e matemático francês, propõe em sua obra O Discurso do Método um sistema para a resolução de problemas de âmbito filosófico. A administração sofre influências do método cartesiano, devido a forte presença do positivismo tanto na pesquisa da ciência em si quanto nas atividades de mercado. Os princípios do método podem ser descritos nos seguintes passos:

- a) “O primeiro consistia em nunca aceitar como verdadeira nenhuma coisa (...) evidentemente como tal (...).
- b) (...) dividir cada uma das dificuldades que devesse examinar em tantas partes quanto possível e necessário para resolvê-las.

- c) (...) conduzir por ordem os (...) pensamentos, iniciando pelos objetos mais simples e mais fáceis de conhecer, para chegar, aos poucos, gradativamente, ao conhecimento dos mais compostos, e supondo também, naturalmente, uma ordem de precedência em relação aos outros.
- d) (...) em fazer, para cada caso, enumerações tão completas e revisões tão gerais, que (...) tivesse a certeza de não ter omitido nada” (DESCARTES, 2005, p. 31/32).

Oliveira (1996) define o diagrama de causa e efeito (ou diagrama de Ishikawa) como uma ferramenta da qualidade onde as informações são organizadas de forma a identificar possíveis causas de um determinado problema ou efeito. O diagrama de causa e efeito deve ser utilizado sempre que se desejar ampliar o universo de causas prováveis, em relação aos efeitos encontrados. Podemos então fazer uma analogia clara a respeito do método cartesiano, com a ferramenta de qualidade desenvolvida por Ishikawa. Ambos os autores afirmam que para resolver efetivamente um problema, devemos tomar como base um objeto de estudo, e nele subdividir suas partes a fim de realizar uma análise filosófica sobre as mesmas, e sua relação com a causa final.

Esse modo de pensar positivista na opinião de Morin (2007) gera um reducionismo científico, sendo o pensamento simplista uma das causas dos atuais paradigmas da administração, para ele é impossível querer simplificar qualquer coisa, pois tudo é muito complexo em sua essência.

Considerando um erro a inteligência que só sabe separar, Morin (2007) declara que tal atitude ofusca o entendimento do todo, pois reduz o caráter complexo do mundo a vários fragmentos independentes. A ação de fracionar os problemas e unidimensionalizar o multidimensional compromete a capacidade de compreensão e reflexão. Assim uma inteligência cada vez mais míope, daltônica e estrábica é formada; eliminando dessa forma as possibilidades de um juízo crítico, corretivo e uma visão de longo prazo.

2.5 A filosofia nietzscheana e o espírito empreendedor

O filósofo alemão Friedrich Nietzsche, expôs o vitalismo alemão como um dos temas principais da sua filosofia. Podemos tomar algumas ideias e conceitos do filósofo ocidental como importantes suportes para os que aspiram empreender como opção de carreira, e iremos justificá-lo neste tópico. Sua filosofia aborda desde temas extremamente metafísicos até uma concepção geral da sociedade e do que fazemos enquanto ainda caminhamos sobre a terra. Drosdek (2009), através de sua obra *Nietzsche: a coragem como fator de sucesso*, se utiliza do pensamento nietzscheano para abordar temas que vão desde educação à gestão empresarial. Particularmente aqui, faremos uma relação de alguns de seus pensamentos com o perfil dos que almejam empreender.

Empreender é uma forma de enfrentar o mundo, uma maneira de entender a vida com a qual nem todo mundo se sente à vontade. (...) Um empreendedor reconhece a si mesmo porque tem um vazio interior. A única solução que existe para preencher esse vazio interior é criar conceitos (TRÍAS DE BES, 2009, p. 36/40).



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Nesta abordagem comportamentalista, é declarado então que o empreendedor é um agente inovador que não cede ao comodismo e procura deixar sua marca no mundo utilizando seus conceitos únicos que realmente façam a diferença. O empreendedor é além de tudo, alguém que acredita no seu potencial para concretizar um sonho e não enxerga a derrota. Este conceito se afina com o mais famoso pensamento de Nietzsche, o super-homem, onde este se declara pela coragem e risco, não temendo o fracasso quando o objetivo é a conquista de um lugar em no mundo (NIETZSCHE, 1998).

Para Nietzsche, o super-homem seria o ser superior intelectualmente, que não briga pela autoridade sobre outrem, mas pela potência em si mesmo. Conhece que é mais importante o autoconhecimento e o domínio de si próprio, do que mostrar-se um vencedor aos olhos dos outros.

Degen (2009) nos dá outra visão do empreendedorismo ao publicar que a “vontade dos empreendedores em vencer todas as dificuldades para desenvolver seu negócio, pagando o preço do sacrifício pessoal para ter sucesso, é função direta de sua necessidade de realizar” (DEGEN, 2009, pg. 14). Esta visão também se identifica com a ideia mostrada por Drosdek (2009):

Para Nietzsche, a realização ideal do potencial próprio era também sempre a melhor e mais honesta contribuição que um indivíduo pode dar para o bem da comunidade. Quem se desenvolve em sua grandeza plena serve de inspiração para os outros e dispõe com isso também da influência de efetivamente poder ajudar os outros no desenvolvimento de seu potencial próprio (Op cit. p. 47).

Podemos ver então que o ato de empreender envolve toda a estrutura emocional do empreendedor e as variáveis com as quais ele se relaciona. Quando alguém procura superar seus limites utilizando sua vontade e o seu amor próprio, está caminhando rumo ao encontro de si, assumindo toda e qualquer responsabilidade por eventuais acertos e erros que venham a ocorrer no meio do caminho. “Segundo Nietzsche, toda pessoa tem a responsabilidade de ser o que ela, em essência, já é potencialmente (...)” (Op cit. p. 146).

Podemos concluir então que o empreendedor é um agente extremamente dinâmico que se move criando e destruindo valores que constrói durante sua longa jornada, ou como declarava Schumpeter (1942), o empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, que aciona e mantém em marcha o motor capitalista. A força empreendedora é algo que só agrega valor, criando uma reação em cadeia que inova e dá forças aos que a ela se envolvem. O empreendedor entende que, no âmbito comportamental, precisa superar seus limites para conseguir realizar seu sonho que até então poderia parecer impossível aos/a olhos comuns.

Drosdek (2009) dá ênfase à leitura de Nietzsche quando fala que “cada um precisa encontrar o seu próprio caminho para o sucesso na vida, (...) a utopia da manhã é a realidade da tarde. É essa visão das coisas que torna o estudo de Nietzsche tão estimulante” (Op cit. p. 47).

O autor utiliza a filosofia nietzscheana para abordar o eterno desenvolvimento ao que o profissional está fadado a viver. “Nós podemos criar conjuntamente melhores empresas e melhores sociedades, na medida em que, nós mesmos, nos melhoramos enquanto pessoas. Essa era a mensagem central de Nietzsche” (Op cit. p. 281).

2.6 Aristóteles e as dimensões da excelência organizacional

Os dirigentes administrativos lutam incessantemente para que suas organizações concorram de forma competitiva no mercado global. Clavo (2008) lembra que “alguém com visão filosófica pensa antes de agir, analisa a essência de sua empresa, o que e como vende, o que querem seus clientes, qual é sua identidade empresarial, quais devem ser seus objetivos etc.” (CLAVO, 2008, p. 22). Aristóteles, filósofo nascido em 384 a.C, nos mostra pensamentos filosóficos que podemos utilizar de forma a obter a excelência nos diferentes níveis da empresa. Diz ele que devemos dar a devida importância às vontades e anseios das pessoas, entendendo que a sua satisfação pessoal consegue elevar seu desempenho em quaisquer tarefas que venham a realizar. Esta preocupação é fundamental na arte da gestão, pois sem as recompensas intrínsecas da felicidade, realização e sensação de valor e significado no trabalho, as pessoas nunca estarão inteiramente motivadas a obter e sustentar os altos níveis de excelência de que são capazes.

Para o filósofo citado deveríamos buscar um maior entendimento sobre a vontade humana para então tomar atitudes conscientes em relação às diferentes formas de personalidades com as quais nos relacionamos.

Quando olhou o mundo ao redor, Aristóteles viu, como todos nós vemos, que os seres humanos buscam algo diferente. Alguns buscam a riqueza. Outros sonham com a fama. Alguns anseiam pelo amor. Alguns, pelo poder. Os cautelosos almejam a segurança, os audaciosos buscam a aventura. Mas Aristóteles teve um *insight*: por trás de todas as diferenças superficiais no que parece ser o objeto de nossa busca, todos nessa vida na verdade buscam a mesma coisa: a felicidade. E o que Aristóteles percebeu muitos pensadores subsequentes confirmaram. (...) Portanto, a felicidade está conectada tanto à paz quanto ao prazer. Mas, no fundo, é encontrada na atividade. Está no trabalho (MORRIS, 2004, p. 24/31).

O autor supracitado acrescenta que “são as pessoas dentro das empresas e sua interação umas com as outras que acabam gerando excelência ou mediocridade” (Op cit, p. 34). Para este autor o estudo das dimensões da excelência aristotélica é relevante, pois abre a mente do gestor para novas formas de pensamento, onde cada dimensão da excelência serve de alicerce para relacionamentos verdadeiros, sólidos e duradouros. São elas:

- a) Dimensão Intelectual, que almeja a Verdade
- b) Dimensão Estética, que almeja a Beleza
- c) Dimensão Moral, que almeja a Bondade
- d) Dimensão Espiritual, que almeja a Unidade (Morris, 2004, p. 33).

A verdade é um elemento chave que rege qualquer relacionamento podendo a sua ausência tornar o espírito empresarial fragilizado, por isso não devemos negligenciar o seu valor. É importante que ela não se torne um bem escasso na organização pois é condição para existência de respeito no ambiente de trabalho.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

A verdade é o fundamento da confiança, e a confiança é a qualidade mais importante nas relações comerciais: não há nada mais importante que a confiança. (...) Se as pessoas que precisam trabalhar juntas em uma empresa confiam umas nas outras porque estão agindo segundo um conjunto comum de normas éticas, o custo empresarial diminui (Morris, 2004, p. 36/42).

A aplicação da dimensão estética no âmbito organizacional pode trazer benefícios tanto para os colaboradores como para a empresa. Uma das formas mais claras de visualizarmos a sua importância no mundo empresarial é através das palavras de Morris (2004), quando ele reflete que:

(...) existe beleza na resolução de um problema de forma elegante, na criação de uma estrutura de negócios, grande ou pequena, permanente ou efêmera; e existe beleza em oferecer excelência de qualidade em um serviço ou produto. (...) E é disso que tratam, fundamentalmente, os negócios: a arte da criação, manutenção e aperfeiçoamento de estruturas de relacionamentos e atividades (...). Aí está à beleza do negócio (MORRIS, 2004, p. 93/112).

A dimensão moral que almeja a bondade além de se ocupar com outros temas, procura mostrar o lado ético que rege as relações, ou seja, pessoas espiritualmente saudáveis em relacionamentos socialmente harmônicos.

O maior desafio que enfrentamos atualmente em nossa sociedade mundial está intrinsecamente conectado a ter preocupações éticas verdadeiramente universais. E o tribalismo ético, em várias manifestações, é um dos maiores perigos da vida empresarial nos dias de hoje. Sempre que se estabelece em um círculo interno, a bondade deve servir como base para o desenvolvimento externo, ampliando-se ao máximo a todos os nossos relacionamentos (Op cit, p. 150).

Clavo (2008) enfatiza a importância de a organização ser dirigida com sabedoria e virtude, sendo a “virtude uma predisposição para fazer o bem, uma motivação interna que nos leva a fazer o que é correto” (CLAVO, 2008, p. 130). Morris (2004) nos mostra a visão de Aristóteles e corrobora com o pensamento de Clavo (2008): “Como tomar boas decisões? Como nos conduzir corretamente da forma mais ética? Aristóteles dá a resposta: precisamos de sabedoria e virtude em nossas vidas” (Op cit, p. 160). É importante ter cautela nas tomadas de decisão em qualquer nível organizacional, pois nossa personalidade também é moldada pelas atitudes tomadas diariamente e que formarão o caráter do administrador.

O administrador deve ter a consciência de que “moralidade não é privação, negação e limitação artificial; pelo contrário, é viver tão bem quanto um ser humano é capaz de viver” (Morris, 2004, p. 27).

A dimensão espiritual, que almeja a unidade, está diretamente relacionada com as necessidades espirituais dos colaboradores. É a dimensão que sustenta as anteriores.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

A essência da espiritualidade é a conexão. O alvo definitivo da dimensão espiritual é a unidade: conexão ou integração íntima entre nossos pensamentos e nossas ações, entre nossas crenças e emoções, entre nós e os outros, entre os seres humanos e o restante da natureza, entre tudo da natureza e a fonte da natureza. Conexão ilimitada. Unidade definitiva (MORRIS, 2004, p. 189).

Morris (2004) ainda enfatiza que:

As questões do espírito estão, e devem estar sempre, conectadas a preocupações com a verdade, a beleza e a bondade. A verdade é o elo mais resistente e duradouro para conectar pessoas e organizações, se a verdade for dita sempre com base no amor. (...) Da mesma forma, a beleza é um elemento de conexão espiritual. Quando conectamos nosso trabalho aos significados e propósitos associados a nossas aspirações mais profundas, descobrimos que o resultado é belo em um dos sentidos mais profundos. (...) Finalmente, a bondade conduz às necessidades do espírito (...). Assim, há conexões profundas e interligadas entre os alvos respectivos das quatro dimensões básicas da experiência humana. Mas a maior delas é a espiritual, a dimensão da profundidade e da conexão (Op cit, p. 191).

Podemos então afirmar que as dimensões da excelência empresarial, são o conjunto da excelência humana, produzida pelo esforço e pela superação individual.

Verdade, beleza, bondade e unidade: esses quatro alicerces devem ser, em última análise, o suporte da vida organizacional (...). Como exatamente eles se aplicam à circunstância específica do momento em que estamos vivendo? Como admitiu Sócrates certa vez sobre si mesmo, o fato de eu ser filósofo não significa que eu tenha todas as respostas. Significa apenas que posso ajudá-lo a fazer todas as perguntas certas (MORRIS, 2004, p. 224).



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

5 Considerações

A formulação do artigo se baseou em um tema pouco considerado no estudo em administração de empresas. O levantamento bibliográfico é escasso, e não foram encontrados artigos semelhantes e com tal abordagem na base de dados da *Ebsco*, *SciELO*, *Spell*, e nos anais da ANPAD. Porém, sendo esta uma apresentação inicial dos aspectos epistemológicos da administração e utilização da filosofia clássica como literatura alternativa à área, servirá de introdução para outros estudos mais aprofundados posteriormente. Além do cunho gerencial, os autores ainda ressaltam a utilização deste trabalho como bibliografia extra para disciplinas de filosofia nos cursos de Administração nas universidades, de forma a apresentar a importância e o alinhamento da disciplina para com o curso.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Referências

- BOAVA, D. L. T. MACEDO, F. M. F. Constituição ontoteleológica do empreendedorismo. In: **XXXI EnANPAD**, 2007, Rio de Janeiro. Anais do XXXI Encontro da Anpad, 2007.
- CLAVO, Luis Carreto. Aristóteles para Executivos: Como a filosofia ajuda na gestão empresarial. São Paulo: Globo, 2008.
- D'AVENI, R. A. Hypercompetition. New York: Free Press, 1994.
- DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DESCARTES, René. Discurso do Método Regras para a Direção do Espírito. São Paulo: Martin Claret, 2005.
- DROSDEK, Andreas. Sócrates: O poder do não-saber. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
_____, Nietzsche: A coragem como fator de sucesso. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- GITMAN, L. J. Princípios de administração financeira. São Paulo: Prentice Hall, 2010.
- MATTAR, João. Filosofia e Ética na Administração. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- MORGAN, Gareth. Imagens da Organização: edição executiva. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MORIN, E. Educação e Complexidade: os sete saberes e outros ensaios. Cortez Editora, São Paulo, 2007.
- MORRIS, Tom. E se Aristóteles dirigisse a General Motors?: A nova alma das organizações. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- OLIVEIRA, Sidney Taylor. Ferramentas para o aprimoramento da qualidade. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 1996.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. Capitalism, Socialism and Democracy. Nova York: Harper and Brothers, 1942.
- TRÍAS DE BES, Fernando. O livro negro do empreendedor: Depois não diga que não foi avisado. Rio de Janeiro, BestSeller, 2009.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

WALLS, Jerry. Gestão cabeça: levar a filosofia para a empresa pode ajudar a encontrar o melhor caminho de cada um, segundo Jerry Walls. Disponível em: <<http://revistamelhor.uol.com.br/textos.asp?codigo=11983>>. Acesso em: 01/01/2010.