



Published under the following license: [Atribuição-Não-Comercial-Compartilhamento](#). Fonte: <https://clium.org/index.php/edicoes/article/view/1471>, Acesso em: 29 nov. 2023.

Referência

JORGE, Marcus Vinicius da Silva et al. Novos conceitos entre as relações interpessoais no ambiente de trabalho. **Concilium**, [S. l.], v. 23, n. 11, 2023. DOI: <https://doi.org/10.53660/CLM-1471-23G26>. Disponível em: <https://clium.org/index.php/edicoes/article/view/1471/1001>. Acesso em: 29 nov. 2023.

New concepts among interpersonal relationships in the work environment

Novos conceitos entre as relações interpessoais no ambiente de trabalho

Received: 2023-05-03 | Accepted: 2023-06-10 | Published: 2023-06-15

Marcus Vinicius da Silva Jorge

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4534-2392>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: marcusv@unb.br

Valmor Cerqueira Pazos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8268-6514>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: pazos@unb.br

Rejane Martins Viegas de Oliveira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1444-0125>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: rejane.martins@aluno.unb.br

Abner Luis Calixter

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6408-9708>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: calixter@brandeis.edu

ABSTRACT

The aim of this study is to employ scientific research and a case study to acquire qualitative data and assess the impact of interpersonal relationships in the work environment. These associations have been so influential and wide-ranging that previously disassociated concepts have come to occupy a prominent place for the proper functioning of companies. In the past, the humanization of interpersonal relationships and ethical issues in the work environment were not considered by corporations, however, currently, there is a social demand that makes these principles an integral part of the image that the company wants to convey in relation to its services and products, investing in valuing its workforce, making the corporate environment healthier and more productive.

Keywords: Interpersonal relations; Work; Humanization; Ethics.

RESUMO

O objetivo deste estudo é empregar uma investigação científica e um estudo de caso para adquirir dados qualitativos que revelem o impacto das relações interpessoais no ambiente laboral. Estas associações têm sido tão influentes e abrangentes que, conceitos antes desassociados, passaram a ocupar um lugar de destaque e se tornaram fatores cruciais para o bom funcionamento das empresas. No passado, a humanização das relações interpessoais e as questões éticas no ambiente de trabalho não eram consideradas pelas corporações, porém, atualmente, existe uma demanda social que torna estes princípios parte integrante da imagem que a empresa quer passar em relação aos seus serviços e produtos, investindo na valorização do seu corpo funcional tornando o ambiente corporativo mais salutar e produtivo.

Palavras-chave: Relações interpessoais; Trabalho; Humanização; Ética.

INTRODUÇÃO

O setor corporativo passa por uma revolução impulsionada pela globalização e avanços tecnológicos. A introdução de máquinas e automação transformou a forma como tarefas e serviços são realizados. O trabalho, antes exclusivo dos humanos, agora é compartilhado com máquinas inteligentes, resultando em reorganização do trabalho com foco na gestão coletiva e colaboração em pequenos grupos. A interação entre humanos e máquinas é essencial, exigindo adaptação das estruturas de gestão. Equipes interdisciplinares, integrando habilidades humanas e tecnológicas, são criadas para enfrentar desafios complexos. Essa abordagem coletiva enfatiza o trabalho em equipe, a colaboração e a adaptação em um ambiente empresarial em constante evolução.

A relação capital-trabalho sofreu modificações substanciais durante a última década. Terminologias como reestruturação, *downsizing*, empregabilidade e globalização causaram uma considerável perturbação nos vínculos entre empregados e empregadores.

As novas políticas de gestão de pessoal delineiam o novo perfil de sujeito empregável. Para Lima (1995):

O perfil traçado revela a contradição e a incompatibilidade dos comportamentos entre si, como ser: ser competitivo e ao mesmo tempo cooperativo, individualista e capaz de trabalhar em equipe, tomar iniciativa e conformar-se às regras, etc. (Lima, 1995 p.15).

Busca-se, através das políticas de gestão de pessoas, seduzir o sujeito a se adaptar ao trabalho e a comprometer-se nas dimensões que compõem o ser biopsicossocial, conforme Lima (1995). Como consequência da dinâmica contemporânea do mundo laboral, estamos diante de relações interpessoais que requerem um esforço permanente, seja qual for o nível ocupacional dos agentes trabalhistas, para que seja preservado o equilíbrio entre as pessoas, fomentando a atuarem de forma ativa, criativa e crítica.

Segundo Moscovici:

A competência interpessoal é a habilidade de lidar eficazmente com as relações interpessoais, de lidar com outras pessoas de forma adequada às necessidades de cada uma e às exigências da situação (Moscovici, 1985, p.27).

Perceber e analisar uma situação e suas variáveis permite que o colaborador desempenhe melhor seu trabalho, tanto em termos na dimensão técnica exigida pela atividade

exercida quanto na capacidade de se posicionar habilmente na sua rede de relações interpessoais dentro e fora do seu local de trabalho.

A percepção da realidade e suas variáveis são internalizadas por meio das interações mútuas, pois “educa-se através do trabalho, através da convivialidade, do relacionamento informal das pessoas entre si” (Saviani, 1994, p.158).

A educação informal na empresa pode promover o desenvolvimento interpessoal dos colaboradores dentro do local de trabalho. Uma possibilidade viável para expandir essas ideias é aplica-las dentro de um espaço coletivo de discussão sobre os conteúdos relevantes para os objetivos a serem alcançados por todos dentro da corporação.

Segundo Dejours:

É necessário abrir um espaço público interno de discussão que vá além do conhecimento técnico e da divisão de trabalho, “onde o trabalhador possa discutir as regras de consenso para trabalhar em conjunto e a elaboração das relações de confiança entre trabalhadores (Dejours, 1994, p.136).

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

a) Relacionamento interpessoal

As relações interpessoais são similares em diversos contextos, como no ambiente de trabalho, na escola, na família e nos grupos de amigos. Isso ocorre devido ao fato de que essas relações se estabelecem entre indivíduos que compartilham características, atitudes e emoções semelhantes, independentemente do ambiente em que se encontram reunidos. Porém, dependendo do tipo de organização social no qual se encontram, aspectos diferenciados devem ocorrer. Por exemplo, no contexto profissional, as pessoas geralmente não se comportam da mesma forma como o fazem em seu círculo familiar. Da mesma maneira, cada contexto, apresenta suas próprias características e dinâmicas interpessoais distintas.

Relacionamento interpessoal no trabalho pode ser definido como o processo de conhecer, interagir e criar laços com os agentes do mesmo grupo. Ter a capacidade de encontrar pontos em comum e cultivar afinidades. Envolve habilidades de comunicação e cooperação. Os pilares das relações Interpessoais são: empatia; diálogo e comunicação; alteridade e assertividade.

De acordo com o psicólogo Kurt Lewin, um dos primeiros a realizar pesquisas a respeito das relações interpessoais, MAILHIOT (1976: 66) ao referir-se a este pesquisador afirma que “A produtividade de um grupo e sua eficiência estão estreitamente relacionadas não somente com a competência de seus membros, mas, sobretudo com a solidariedade de suas relações interpessoais”.

Outro psicólogo pesquisador foi Schutz, que ao abordar a teoria das necessidades interpessoais, as definiu como: a necessidade de ser aceito pelo grupo, a necessidade de responsabilizar-se pela existência e manutenção do grupo, a necessidade de ser valorizado pelo grupo. Tais necessidades compõem o pensamento que fala MAILHIOT (1976: 67) ao fazer referência aos estudos de Schutz: necessidades de inclusão, controle e afeição, respectivamente.

Segundo Tourinho (1982), para que as relações interpessoais sejam estabelecidas dentro de uma organização, faz-se necessário a existência de um contato entre aqueles que nela trabalham, uma percepção entre e sobre os indivíduos. A partir do momento em que percebemos o outro, não apenas em suas características físicas, mas também em seus processos mais íntimos, passamos a nos relacionar com ele de forma positiva ou negativa, baseados em preceitos éticos ou não.

Os autores que tratam o tema são unânimes em admitir a grande importância das relações interpessoais, tanto para os indivíduos quanto para as corporações, no que diz respeito ao aumento da produtividade, qualidade de vida no trabalho e seu efeito sistêmico.

b) Humanização

A humanização da atividade laboral reconhece o campo das subjetividades como instância fundamental para a melhoria da compreensão problemática e a busca de soluções compartilhadas. A participação, autonomia, responsabilidade e atitude solidária caracterizam a melhora na saúde psicossocial do trabalhador resultando em aumento da atenção e eficiência nas atividades laborais. Sua essência é a aliança da competência técnica e tecnológica juntamente com a competência ética e relacional.

Ao discorrer sobre o tema humanização no ambiente de trabalho, COSTA (2002) considera que as relações interpessoais sejam um dos elementos que contribuem para a formação do relacionamento real na organização.

Com tudo, segundo este mesmo autor:

O desenvolvimento científico-tecnológico tem levado muitas organizações a buscar de forma desenfreada o lucro econômico-financeiro à custa da necessária valorização real do homem, notadamente dos indivíduos que nelas trabalham (Costa, 2002, p.21).

Esta forma de gerir a empresa visando somente o lucro econômico-financeiro considerando seu quadro funcional apenas como mero recurso físico a contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais ainda predomina em diversas corporações. Porém, várias empresas estão remodelando este conceito e introduzindo a abordagem sistêmica que estuda o homem como uma totalidade e não apenas como o profissional cuja vida deveria se restringir ao ambiente de trabalho.

O relacionamento interpessoal saudável nem sempre encontra apoio no ambiente organizacional, vindo a causar conflitos diversos e, conseqüentemente, “desumanizando” as organizações. A desconsideração dos valores humanos e da ética também são exemplos de realidades “desumanizadas”.

Ao se fazer referência à reengenharia, à terceirização e à globalização como modismos, dentre outros relacionados por ROMÃO (2002) onde afirma ser a desvalorização do ser humano o pior fruto gerado nas instituições que atuou nesses processos, tentando ajudar sua empresa, e hoje é descartado, como se somente números pudessem indicar lucros e ótimos resultados fossem o melhor diagnóstico de um negócio.

Atualmente, as corporações devem se atentar para a era emocional, onde a empresa tem de mostrar ao seu quadro de colaboradores da importância do seu trabalho profissional para a empresa atingir suas metas, lucros e dividendos, e que o mesmo é um ser humano com capacidades psicossociais que, agregadas à produção, formará uma equipe mais consistente trazendo melhorias na qualidade de vida e nos relacionamentos com os seus pares dentro do ambiente de trabalho. Dessa forma o próprio cliente da empresa sentirá essa transformação ao adquirir o produto ou serviço da empresa gerando a fidelização que tanto se busca no ambiente corporativo competitivo.

O ser humano é, sem dúvida, o melhor ativo de uma organização empresarial. Observar sua integração e participação ativa dentro da empresa como o principal agente trará não só maiores lucros e dividendos, mas também se tornará um fator primordial na geração de resultados. MORGAN (1996: 142) relata que “a natureza verdadeiramente humana das organizações é a necessidade de construí-la em função das pessoas e não das técnicas”.

O Papa João Paulo II *apud* MASLOW (2000) assevera que:

O propósito da empresa não é simplesmente lucrar, mas ser vista em sua base como uma comunidade de pessoas que, de várias formas, estão se esforçando para satisfazer suas necessidades básicas e que formam um grupo particular no serviço de toda a sociedade. O lucro é um regulador da vida de um negócio, mas não é o único regulador; outros fatores, humanos e morais, também devem ser considerados, pois, a longo prazo, serão igualmente importantes para a vida do negócio (Maslow, 2000 p.37)

Para VERGARA e BRANCO (2001: 20) a empresa humanizada é: [...] aquela que [...] agrega outros valores que não somente a maximização do retorno para os acionistas. Nesse patamar, são apresentadas empresas que aplicam internamente melhorias na qualidade de vida e das condições de trabalho dos seus colaboradores, visando à construção de relações mais democráticas e justas que expurgam as desigualdades raciais, religiosas e sexuais [e não apenas em tais aspectos], além de contribuírem para o desenvolvimento e crescimento das pessoas.

É mister encampar a discussão sobre o tema humanização no ambiente de trabalho, onde a efetiva convivência num ambiente organizacional cujos valores incluam a humanização trará grandes benefícios para os indivíduos, as organizações e a sociedade como um todo.

Percebe-se que a humanização no ambiente de trabalho significa respeitar o trabalhador profissional como ser humano, valorizando-o em razão da sua dignidade e respeitabilidade. Este conceito apresenta vários desdobramentos, como por exemplo, o relacionamento interpessoal como necessidade social, conforme MASLOW (2000), ou fator higiênico, segundo a teoria Herzberg Iana – deve se pautar pelo diálogo, sem o qual as relações entre os indivíduos resvalam para conflitos diversos.

c) **Ética**

A disseminação de fatores éticos dentro das organizações é cada vez mais exigida pela sociedade e as corporações estão atentas a sua aplicabilidade nas relações trabalhistas. As empresas, a fim de atender os anseios gerados pela sociedade, buscam dessa maneira ganhar pontos na imagem que a empresa quer passar para seus consumidores, fornecedores e público em geral. Por isso a necessidade da conscientização de todos sobre a importância da ética nas relações humanas faz-se importante, fazendo com que o tema seja uma constante na pauta das discussões sociais e corporativas devido a sua relevância, tornando-se uma das necessidades básicas da sociedade atual.

As corporações têm buscado passar a sociedade uma imagem mais humanizada, voltada para a moral dos costumes atuais de forma ética e transparente. Seguindo essa linha Sour (2000), afirma que as empresas éticas seriam aquelas que subordinam suas atividades e estratégias a uma prévia reflexão ética e agem de forma socialmente responsável.

As diversas nuances de relacionamentos da vida humana em sociedade resultam na necessidade inevitável da discussão sobre ética, pois “A dimensão ética começa quando entra em cena o outro. Toda lei, moral ou jurídica, regula relações interpessoais, inclusive aquelas com um Outro que a impõe.” (ECO, 2002: 9).

Segundo Moreira (2002), Ética, enquanto filosofia é o estudo da conduta humana, essencial à vida em todos os aspectos, seja no pessoal, familiar, social ou profissional. Ela envolve os estudos de aprovação e desaprovação da ação dos homens, levando em consideração o valor do que poderia ser real nas ações honestas.

O autor ZOBOLI considera a ética como uma questão de sobrevivência:

“[...] uma vez que a empresa, enquanto uma organização social, deve dar conta das funções que a sociedade dela espera e exige assumindo suas responsabilidades neste âmbito, ela está obrigada a tomar decisões com implicações éticas”. Daí ser possível afirmar que “a empresa que busca somente os resultados ou as vantagens imediatas é suicida, a responsabilidade a longo prazo é uma necessidade de sobrevivência e neste aspecto a ética

constitui um fator importante para os ganhos. Por si só, a ética não é condição para um bom negócio, mas o propicia.” (ZOBOLI, 2002, p. 8).

Devido a maior conscientização dos consumidores sobre a necessidade de defender seus direitos e considerando os pontos abordados, concluímos que a sociedade atual exige das corporações um comportamento mais ético e humanizado a fim de atender os seus anseios em geral.

[...] a economia de mercado e o sistema econômico em que vivemos como que alijaram valores fundamentais ao convívio social: o bom cedeu lugar ao útil; o correto, ao funcional; o futuro, ao imediatismo; e o social, ao individualismo exacerbado. Nesse contexto, há uma verdadeira inversão valorativa [...]. (CARAVANTES, 2002, p.105)

Portanto, antes de qualquer quebra de paradigma, devemos repensar os valores e atitudes ora vigentes ao permitir que o útil venha a subordinar ao bom; a especulação desenfreada ao trabalho sério e honesto; do operacional ao social; da racionalidade funcional à substantiva.

Citando Teixeira (1998) “Numa empresa, a diversidade de caráter dificulta a relação interpessoal, sendo necessário que a cultura da empresa predomine, estabelecendo padrões, normas, valores, que possam reger tais comportamentos. Para que exista uma interação ética é necessário ainda, que haja transparência nas relações, é preciso que cada parte dê exatamente o que está disposta a dar e o que deseja receber, sendo assim faz-se necessário que as pessoas responsáveis pela empresa coloquem limites e regras para o bom funcionamento, sem tirar o senso crítico delas e a liberdade das pessoas.”

Nas corporações, o exercício da ética é a virtude do companheirismo profissional, da solidariedade entre os pares dentro dos preceitos da moralidade e do direito. Procurar agir sempre com lealdade, honestidade, compreensão, sinceridade, cooperação mútua, tolerância, cordialidade, pois dessa maneira, evitaremos enxergar em nosso colega de trabalho um adversário ou concorrente, evitando assim o desrespeito aos preceitos éticos.

Para realização deste estudo foi utilizada análise bibliográfica de obras relevantes com recortes teóricos a respeito da importância do relacionamento interpessoal no ambiente de trabalho, principalmente para a eficiência das relações entre os colaboradores e gestores responsáveis por fazer cumprir metas e objetivos comuns.

O presente estudo parte do princípio de que para se estudar um fenômeno, deve-se primeiramente buscar a sua compreensão para depois interpretá-lo a partir dos seus significados analisando o contexto em que o mesmo está inserido.

A pesquisa qualitativa denota o uso de metodologias que auxiliam uma visão mais ampla dos problemas, pressupondo o contato direto com o objeto analisado mantendo um enfoque diferenciado para a compreensão da realidade.

Pazos (2023, p. 28) afirma que a metodologia de pesquisa qualitativa corresponde a um compilado de informações baseadas na observação de comportamentos naturais, discursos, respostas abertas para uma posterior interpretação e significados de modo científico. Com base no conceito de método qualitativo, analisa-se o conjunto do discurso entre os sujeitos e a relação de significado para eles, conforme contextos culturais, ideológicos e sociológicos.

Conforme Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa é um conjunto de atividades práticas e interpretativas que dão visibilidade ao mundo, seja ele, representado por entrevistas, conversas, fotografias ou gravuras, uma vez que cabe ao pesquisador apresentar o entendimento e/ou interpretação dos fenômenos a partir dos significados que as pessoas atribuíram a ele.

[...] a pesquisa qualitativa envolve o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos – estudo de caso; experiência pessoal; introspecção; história de vida; entrevista; artefatos; textos e produções culturais; textos observacionais, históricos, interativos e visuais – que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos. Portanto, os pesquisadores dessa área utilizam uma ampla variedade de práticas interpretativas interligadas, na esperança de sempre conseguirem compreender melhor o assunto que está ao seu alcance [...]. (DENZIN E LINCOLN, 2006, p.17).

As informações adquiridas nesta pesquisa bibliográfica e na sua análise podem possibilitar uma melhor compreensão sobre o tema, aplicando-a em cenários reais, na transformação das relações de trabalho, ou ainda, fornecendo vantagem competitiva para a empresa gerando aumento da produtividade e melhoria dos seus produtos ou serviços oferecidos, assim como uma melhor visão e fidelização dos seus parceiros de negócio, fornecedores e consumidores finais.

Portanto, é necessário construir o entendimento entre as pessoas de que, mesmo com as diferenças culturais e de cunho religioso é possível manter relações saudáveis entre as equipes de trabalho, demonstrando respeito e atenção, pois a união entre as pessoas é o grande mote para o desenvolvimento pessoal e profissional, onde quer que elas estejam.

Os relacionamentos interpessoais no trabalho, quando aprovados de forma positiva por todos os níveis da organização permite que todos os agentes (fornecedores, colaboradores, gestores) saiam ganhando, além de promover o desenvolvimento e crescimento profissional e pessoal de todos os envolvidos no processo.

A análise bibliográfica demonstra a importância das relações interpessoais para os indivíduos quanto para as organizações, relativizando à produtividade, qualidade de vida no trabalho e efeito sistêmico.

Devido às mudanças ocorridas na estrutura organizacional das empresas, a humanização no ambiente de trabalho tornou-se ponto relevante para o bom desempenho dos colaboradores e para as boas relações interpessoais.

Concomitantemente, a sociedade atual estabelece critérios mais rígidos de confiabilidade para com as empresas e seus produtos, emergindo assim o conceito de ética nas relações de trabalho, fortalecendo a imagem da empresa junto aos seus consumidores.

Com a análise sistêmica dos efeitos da humanização no ambiente de trabalho juntamente com a ética e o relacionamento interpessoal entre os diversos agentes, torna-se fácil perceber os pontos de contato entre esses temas e a necessidade imperiosa de se ter respeitada a dignidade das pessoas, incluindo-se os trabalhadores (chão de fábrica), dos quais sempre é exigido alto grau de produtividade sem que, em contrapartida, se dispense a eles um tratamento adequado.

É preciso lembrar que uma das maiores exigências sociais na atualidade, no campo dos negócios públicos e privados, é a vivência irrestrita de valores não hedonistas, voltados para o bem-estar da coletividade e que têm o ser humano como a maior e incalculável riqueza de uma sociedade. As implicações daí decorrentes devem ser profundas na escala de valores individuais, organizacionais e sociais, de sorte que a cidadania no âmbito das organizações não seja ignorada, mas sim preservada, estimulada e promovida.

d) Conclusão

O comportamento ético e moral desempenha um papel fundamental na orientação dos princípios de uma organização. Ser ético significa preocupar-se com o bem-estar pessoal e coletivo, uma qualidade que se tornou escassa em uma sociedade que muitas vezes negligencia os valores morais. Nesse contexto, a humanização das organizações torna-se uma necessidade urgente, pois estas devem lembrar-se da razão primordial de sua existência, a partir da qual se constrói o seu modelo de negócio.

Reconhecemos que a valorização humana em todas as suas dimensões vai além dos aspectos econômicos, financeiros, científicos e tecnológicos. Ela abrange a consideração das necessidades emocionais, sociais e psicológicas dos colaboradores, bem como a promoção da diversidade, inclusão e igualdade de oportunidades. Ao adotar princípios éticos, as organizações podem estabelecer um ambiente de trabalho fundamentado na confiança, respeito e integridade.

Nesta sociedade moderna, onde os valores morais muitas vezes são esquecidos, é ainda mais imperativo que as organizações se esforcem para serem agentes de mudança positiva. Ao humanizar as organizações, elas desempenham um papel relevante no desenvolvimento sustentável da sociedade. Ao equilibrar os objetivos organizacionais com o bem-estar dos

indivíduos, as organizações promovem um ambiente de trabalho saudável, motivador e produtivo.

Valorizar a humanidade em todas as suas formas não apenas fortalece a reputação e o relacionamento das organizações com seus colaboradores, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais justa e equilibrada. Ao adotar práticas de gestão que priorizem a ética, moral e humanização, as organizações estabelecem um modelo de negócio sólido e sustentável, alinhado com as demandas da sociedade contemporânea.

Portanto, é imprescindível que as organizações adotem um comportamento ético e moral, ao mesmo tempo em que buscam a humanização em todas as suas práticas e decisões. Ao fazer isso, elas não apenas se beneficiam, mas também desempenham um papel fundamental na construção de um futuro mais promissor para todos.

REFERÊNCIAS

CARAVANTES, G. R. **O ser total: talentos humanos para o novo milênio**. 3. ed. Porto Alegre: AGE, 2002.

COSTA, W. S. **Resgate da humanização no ambiente de trabalho**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo: PPGA/FEA/USP, v. 09, n. 2, p. 13-23, abr.-jun. 2002.

LIMA, M.E.A. (1995). **Os equívocos da excelência: Novas formas de sedução na empresa**. Rio de Janeiro: Vozes.

MAILHIOT, G. B. **Dinâmica e gênese dos grupos**. 3. ed. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1976.

MASLOW, A. H. **Maslow no gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

MOREIRA, J. M. **Ética Empresarial no Brasil**. 1a.ed. São Paulo: Pioneira, 2000

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MOSCOVICI, F. (1985). **Desenvolvimento interpessoal**. (3ª. ed., Rio de Janeiro: LTC.

PAZOS, Valmor Cerqueira. **A educação para a sustentabilidade do curso Reabilita e a Agenda 2030: perspectivas e influências na vida profissional dos egressos**. Dissertação de Mestrado - Universidade de Brasília, 2023.

ROMÃO, C. **Empresa socialmente humanizada**. Acadêmica – Revista Virtual de Administração e Negócios, [s.l.: s.n.], ano 2, jul.-set. 2001.

SAVIANI, D. (1994). **O trabalho como princípio educativo frente às novas tecnologias**. Em C.J. Ferreti e cols. (Org.) Novas tecnologias, trabalho e educação: um debate multidisciplinar. São Paulo: Makron Books.

SROUR, R. **Ética Empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TEIXEIRA, E. **As Três Metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa.** 4.ed. Belém: Unama, 2001.

TEIXEIRA, G. N. **A Ética no Mundo da Empresa.** 2a.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

TOURINHO, N. **Chefia, Liderança e Relações Humanas.** 2a.ed. São Paulo: Ibrasa.

VERGARA, S. C.; BRANCO, P. D. **Empresa humanizada: a organização necessária e possível.**

ZOBOLI, E. L. C. P. **A ética nas organizações. Reflexão: a ética nas organizações.** São Paulo: Instituto Ethos, ano 2, n. 4, p. 5-18, mar. 2001.