

Motivação

Do compromisso de escrever, de partilhar ideias sobre os temas da comunicação, do design e da publicidade, surge a preocupação constante de abordar temas actuais e que possam interessar ao leitor. Seguindo este pressuposto, o tema deste artigo surgiu-me no imediato: A motivação.



Numa primeira abordagem, proponho explorar a motivação para levar o leitor, em tempo de "crise", à acção, a ser criativo e a contornar esta palavra que se tornou tão pesada e inerte. Interpreto motivar como o desencadeamento da vontade de agir, de desempenhar determinada tarefa de forma positiva.

Depois, fazendo algumas pesquisas sobre "isto de motivar" que tanto ouvimos falar na política organizacional das empresas, encontro algumas explicações na psicologia como esta que achei bastante interessante "Motivação é o processo responsável pela intensidade, direcção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta" (autor não referenciado). Busca as experiências emocionais positivas e evita as negativas.

Depreendo então que a motivação é algo que não se passa, não se transmite, está intrínseca a cada pessoa e está relacionada com as suas necessidades individuais, com os objectivos que busca alcançar. E afinal qual é o papel que as organizações desempenham para despoletar a motivação do seu capital humano? Elas poderão servir como meio facilitador para a concretização das necessidades dos seus colaboradores. Mas atenção, isso só será possível pela aproximação e valorização do recurso humano. Primeiro tem que se auscultar os seus desejos para depois lhes saber corresponder. À semelhança do que faz a publicidade.

Agora através destes exemplos, volto novamente ao primeiro motivo que levou a escolher o tema – Agir perante a crise. Certamente que a vontade de cada um será contornar estes factores negativos que estão a afectar a realidade de todos, directa ou indirectamente, e para a qual não podemos fazer de conta que não existe.

Perante a percepção do processo de motivação o que interessa realçar é "concentre-se nas suas necessidades, nos seus objectivos" e certamente irá encontrar caminhos mais criativos para fazer face a esta conjectura.

* *Account*

Cláudia Fonseca *

00:32 quarta-feira, 11 fevereiro 2009

 [Comentar esta notícia \[0 comentários\]](#)

 [Enviar a um amigo](#)

 [Imprimir esta notícia](#)

 [Criar alerta Flash-Mail](#)