

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CERRO LARGO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

LETICIA FERREIRA

**ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE INVEJA ORGANIZACIONAL NA BASE
DE DADOS DO GOOGLE ACADÊMICO ENTRE OS ANOS DE 2011-2021.**

CERRO LARGO

2023

LETICIA FERREIRA

**ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE INVEJA ORGANIZACIONAL NA BASE
DE DADOS DO GOOGLE ACADÊMICO ENTRE OS ANOS DE 2011-2021.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para aprovação na disciplina de —Trabalho de Curso de Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Cerro Largo.

Orientadora: Prof^a. Dr.^a Louise de Lira Roedel Botelho

CERRO LARGO

2023

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Ferreira, Leticia

Estudo bibliométrico sobre inveja organizacional na base de dados do Google Acadêmico entre os anos de 2011-2021. / Leticia Ferreira. -- 2023.
51 f.:il.

Orientadora: Doutora Louise de Lira Roedel Botelho

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Cerro Largo,RS, 2023.

I. Botelho, Louise de Lira Roedel, orient. II.
Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

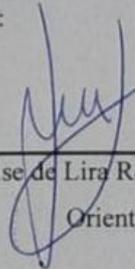
LETÍCIA FERREIRA

**“ESTUDO BIBLIOMETRICO SOBRE INVEJA ORGANIZACIONAL NA BASE
DE DADOS DO GOOGLE ACADÊMICO ENTRE OS ANOS DE 2011- 2021”.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de
Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul,
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel
em Administração.

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi defendido e aprovado pela banca em:
16/02/2023

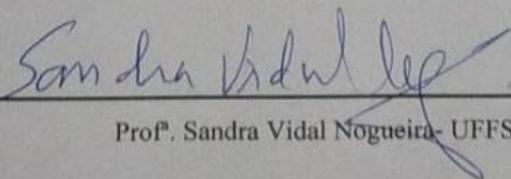
BANCA EXAMINADORA:



Profª. Louise de Lira Roedel Botelho - UFFS
Orientadora



Profº. Carlos Eduardo Ruschel Anes – UFFS



Profª. Sandra Vidal Nogueira- UFFS

Direi do SENHOR: Ele é o meu Deus, o meu refúgio, a minha fortaleza, e nele
confiarei. (Salmos 91:2).

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por sempre estar comigo me dando força e sabedoria para continuar realizando mais um sonho.

Agradeço, aos meus pais Vilmar e Sônia pelo amor, carinho e por sempre me apoiar em todos os meus caminhos, e aos meus irmãos Miriam e Josué, e ao meu namorado Roberto. Sou grata por todos vocês por estarem sempre presentes na minha vida me incentivando. Eu amo vocês!

Agradeço, aos professores do Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul- Cerro Largo pelos ensinamentos, em especial a minha orientadora Professora Doutora Louise de Lira Roedel Botelho pela dedicação na construção do estudo.

RESUMO

A inveja é um sentimento na qual tem o desejo de possuir o que o outro tem, é um sentimento infeliz diante da felicidade do outro. Nas organizações este sentimento não é diferente. Este trabalho tem como objetivo identificar o desenvolvimento dos estudos sobre o tema inveja organizacional na base de dados Google Acadêmico nos anos de 2011-2021. Para a realização deste estudo foi utilizada metodologia bibliométrico com método quantitativo e análise descritiva. Para selecionar os estudos, no banco de dados foi pesquisado por palavras-chave: "inveja organizacional", 10 estudos foram encontrados e analisados. Os resultados destes estudos mostraram que a inveja organizacional está presente em todos os ambientes onde se convive, nas organizações este sentimento é difícil compreendê-la. Embora a inveja seja um sentimento natural, nas empresas esse sentimento é utilizado como uma ferramenta estratégica. A inveja pode ser um fator desmotivador ou motivador dependendo de como cada um irá tratar este sentimento. A partir desta pesquisa, pode-se concluir que a inveja é um sentimento presente na vida de todas as pessoas e basta saber lidar com ela. Nas organizações, esse sentimento muitas vezes pode ser entendido como um incentivo para o grupo de trabalho tornar a empresa mais lucrativa. Os gestores também devem buscar o entendimento de como lidar com o sentimento para que não surjam conflitos na organização e não interfiram no funcionamento da empresa.

Palavras-chave: Inveja. Inveja organizacional. Saúde mental no trabalho

ABSTRACT

Envy is a feeling in which you have the desire to possess what the other has, it is an unhappy feeling in the face of the happiness of the other. In organizations this feeling is no different. This work aims to identify the development of studies on the subject of organizational envy in the Google Scholar database in the years 2011-2021. To carry out this study, a bibliometric methodology with a quantitative method and descriptive analysis was used. To select the studies, the database was searched for keywords: "organizational envy", 10 studies were found and analyzed. The results of these studies showed that organizational envy is present in all environments where people live, in organizations this feeling is difficult to understand. Although envy is a natural feeling, in companies this feeling is used as a strategic tool. Envy can be a demotivating or motivating factor depending on how each one will treat this feeling. From this research, it can be concluded that envy is a feeling present in everyone's life and it is enough to know how to deal with it. In organizations, this feeling can often be understood as an incentive for the work group to make the company more profitable. Managers should also seek to understand how to deal with the feeling so that conflicts do not arise in the organization and do not interfere with the functioning of the company.

Keywords: Envy. Organizational envy. Mental health at work.

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1- Matriz com conceitos referentes ao Comportamento Organizacional	26
Quadro 2- Conceitos usados pelos autores nos estudos selecionados	39

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Evolução dos estudos sobre inveja organizacional	30
Gráfico 2- Autores que tiveram mais publicações nos estudos selecionados.....	32
Gráfico 3- Evolução das quantidade de autores por publicação.....	33
Gráfico 4- Instituições que mais publicaram referente aos estudos selecionados.....	35
Gráfico 5- Metodologia mais usadas nos estudos selecionados	36
Gráfico 6- Levantamento de dados dos estudos selecionados.....	37

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	APRESENTAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DA PESQUISA	12
1.2	OBJETIVOS.....	13
1.2.1	Objetivo Geral	13
1.2.2	Objetivo Específico.....	13
1.3	JUSTIFICATIVA.....	13
1.3.1	Contribuições práticas e científicas	14
1.3.2	Adequação ao Curso de Administração	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1	CONCEITO INVEJA.....	18
2.2	INVEJA ORGANIZACIONAL	21
3	METODOLOGIA	23
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	23
3.2	ETAPA DA PESQUISA BIBLIOMETRICA	24
3.2.1	Definição da pergunta de pesquisa	24
3.2.2	Escolha da base de dados.....	24
3.3	MÉTODOS DE INCLUSÃO dos estudos.....	25
3.4	IDENTIFICAÇÃO DOS ESTUDOS SELECIONADOS	25
3.5	ANÁLISE DE DADOS.....	26
3.5.1	Elaboração e uso da matriz síntese	26
4	análise de resultados.....	30
4.1	evolução dos estudos sobre inveja organizacional.....	30
4.2	autores e instituições que mais publicaram	32
4.3	metodologia mais utilizadas nos trabalhos publicados nos últimos dez anos ...	35
4.4	Conceitos usados nos estudos selecionados	38
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
	REFERÊNCIAS	46

1 INTRODUÇÃO

O tema central deste estudo é a inveja organizacional, desta forma na apresentação do tema primeiramente um resgate sobre os conceitos que envolvem a inveja organizacional e como esta pode influenciar no cotidiano das organizações. Partindo desta contextualização verificou-se a necessidade de buscar na literatura subsídios teóricos afim de entender como a inveja organizacional se manifesta. Desta forma buscou-se através da metodologia da revisão bibliométrico constituir um arcabouço teórico ao longo dos tempos.

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DA PESQUISA

O tema de pesquisa para esse trabalho caracteriza-se por ser um estudo bibliométrico sobre inveja organizacional na base de dados do Google acadêmico entre os anos de 2011-2021.

Quanto ao problema da pesquisa verifica-se que a inveja é um sentimento que as pessoas têm em relação a outras pessoas, tanto na vida pessoal como no profissional. Ter inveja é um sentimento comum na espécie humana, que em muitas vezes ter esse sentimento pode trazer consequências ruins para vida, tanto na pessoa invejosa como também na pessoa que é invejada. A inveja é considerada, pela Igreja Católica, pecado capital e é um sentimento intrigante que poucos admitem sentir. Por definição literal, significa, basicamente, a infelicidade ao ver a felicidade dos outros. (MUNARI; LASTA,2018).

O tema da inveja tem sido foco de estudos dentro da área do comportamento organizacional na Administração. Com estes estudos ajuda a organização a melhorar e compreender melhor os perfis das pessoas na equipe permitindo identificar e resolver os pontos de conflitos.

Conforme pode ser visto o estudo de Aristóteles (1915) defende que o invejoso é aquele que se entristece ao ver a felicidade alheia, e se alegra com os males do outro. Ele afirma que as pessoas têm inveja daquelas que são parecidas consigo seja em qualquer aspecto. Dessa maneira, só conseguimos sentir inveja daquele que está num mesmo patamar e que pode concorrer conosco. Não é possível sentir inveja de alguém que tenha o extremo entre muito mais e muito menos. Quanto mais próximo um ser de mim, mais provavelmente terei inveja dele por caber uma relação de comparação entre nós.

A inveja pode ser vista como uma característica comum ao ser humano em seu cotidiano, independentemente do local que esteja inserido, o sentimento pode se fazer presente em qualquer local dependendo apenas de fatores que instiguem a sua

manifestação, sendo ela de forma benéfica ou maléfica para o indivíduo e para os indivíduos a sua volta (MARQUES, 2017).

Tomei (1997) complementa o conceito do sentimento da inveja observando uma necessidade de se obter algo do outro ou até de desejar situações em uma forma negativa para com o outro por ele obter algo que não está ao alcance do próprio indivíduo, buscando então algum meio para se conseguir aquele determinado objeto de desejo, ou impossibilitar que o outro continue tendo posse deste objeto. Tendo então dois lados completamente opostos nesta análise, na qual uma delas têm um desejo a ser suprido, sendo eles positivo ou negativo, e o outro lado é o do invejado que sofre de alguma forma por sentir-se ameaçado de forma por ter aquele objeto desejado.

Diante destes estudos na necessidade de aprofundar sobre a temática no campo da Administração surge a questão de pesquisa: De que forma pode ser identificado a evolução dos estudos sobre o tema da inveja organizacional na base de dados do Google acadêmico entre os anos 2011-2021?

1.2 OBJETIVOS

O respectivo trabalho terá um objetivo geral e cinco objetivos específicos, apresentados a seguir:

1.2.1 Objetivo Geral

Elaborar uma bibliometria sobre os estudos científicos que abordam a inveja organizacional entre os anos 2011 a 2021 na base de dados do Google Acadêmico.

1.2.2 Objetivo Específico

- a) Identificar a evolução dos estudos sobre inveja organizacional;
- b) Descrever os autores, instituições que mais publicaram sobre o tema da inveja organizacional;
- c) Identificar as metodologias mais utilizadas nos trabalhos publicados nos últimos dez anos;
- d) Analisar os conceitos de inveja organizacional propostos nos trabalhos selecionados;

1.3 JUSTIFICATIVA

A inveja organizacional é um tema novo para o estudo da área de Administração, sendo pouco trabalhado e chegando a se constitui como um tabu, de modo a se tornar uma constante relativa ao sentimento que se manifesta no interior das organizações. A

justificativa da presente proposta está pautada em dois momentos, sendo eles: contribuições práticas e científicas e adequação ao curso de administração.

1.3.1 Contribuições práticas e científicas

As contribuições práticas poderão ser vistas como uma forma de auxiliar os gestores organizacionais no trato com suas equipes de trabalho. As organizações são formadas por pessoas e a mesma tem diferentes perspectivas, culturas e entendimentos. Cada pessoa desenvolve suas habilidades, a inveja é uma característica dos seres humanos que ao tratar os gestores com as pessoas, sua equipe de trabalho eles têm que estar ciente de que nas relações de trabalho podem acontecer a inveja de uma pessoa para a outra, e esse sentimento de inveja é tão prejudicial que pode afetar não só o fluxo de trabalho com também afeta a motivação dos empregados, fazendo com que a organização produza menos e tenha um desempenho agravado.

Então o gestor deve estar pensando e desenvolvendo as funções junto com a sua equipe de trabalho, se o gestor sabe que na sua equipe existe a inveja entre os funcionários, o mesmo pode melhorar o fluxo de conversa com os funcionários, fazer o papel de apaziguador entre os colaboradores. É interessante que o gestor saiba que a inveja é algo que ocorre e não é apenas trazida para a fofoca, a inveja é um sentimento de que se não for tratada, ela vai prejudicar toda a equipe de trabalho, pois interfere nos resultados.

Para o indivíduo é difícil reconhecer sua própria inveja no ambiente de trabalho, geralmente o sentimento é racionalizado ou negado para evitar uma experiência desagradável de ter que lidar com as próprias emoções analisando-as de forma negativa, Tomei (1994), é necessário responder algumas perguntas que serviriam como um diagnóstico preliminar do sentimento para gerenciar a inveja no nível do indivíduo:

- “Você frequentemente se compara com os outros?
- Já menosprezou suas competências ou talentos?
- Você se sente irritado quando alguém ganha uma promoção ou consegue novas mudanças?
- Já se sentiu tentado a falar mal ou sabotar alguém?

Se responde sim com frequência a todas essas questões você está encobrindo alguma coisa e, provavelmente, é a inveja. ”(TOMEI, 1994).

Segundo Tomei (1994) destaca que a inveja nas organizações podem ter tanto um caráter positivo quanto negativo, sendo possível buscar estratégias para gerenciar a inveja

a fim de encontrar melhorias na qualidade, produtividade e também no desempenho da empresa.

Segundo Sias et al., (2004) a promoção de um dos funcionários na organização para uma posição de autoridade formal em detrimento de outro se configura como uma das principais causas da deterioração da amizade no local de trabalho. Essa deterioração das relações entre indivíduos pode ser interpretada como uma manifestação de inveja. É importante notar, no entanto, que uma promoção não aciona sistematicamente a inveja, pois dois fatores parecem ter um papel decisivo frente a essa situação: altas expectativas de promoção e um alto nível de similaridade entre o indivíduo rejeitado e o promovido (Shaubroeck & Lam, 2004).

Para as contribuições científicas, a inveja é um tema pouco trabalhado nas instituições de estudos. O assunto inveja nas organizações tem sido pouco explorado nas empresas e entre os pesquisadores do Comportamento Organizacional, o que não significa dizer que seja inexistente, o mesmo é latente e pouco explorado (CHANLAT, 1992).

Falar sobre essa temática é considerada imoral, antiética e malvista não é uma tarefa fácil, principalmente no meio acadêmico. A dificuldade em se definir inveja e, desse modo, conseguir identificá-la de maneira clara e independente de outros comportamentos considerados antiéticos, reforça ainda mais a complexidade de se estudar um conceito que pode ser percebido ou não e, até mesmo, ser ou não assumido pelos indivíduos envolvidos em determinado contexto (CREPALDI, 2002). O sentimento invejoso tem se tornado cada vez mais predominante nas organizações, mas ainda pouco explorado pela literatura no campo gerencial (Maris, Saidabadi & Niazazari, 2016; Vidaillet, 2008).

A inveja, segundo De La Mora (1987), é o maior tabu humano não falado, todos a sentem, mas poucos admitem, o que torna o seu estudo difícil e indireto. Curiosamente, entretanto, quando honrosamente revestida desta carcaça ideológica da igualdade, ela se torna o baluarte da justiça humana. Este mesmo autor conclui seu brilhante livro, "Inveja igualitária", argumentando pela saudável necessidade da diferença e pelo absurdo de se imaginar que a igualdade possa ser conquistada pela coerção ou demagogia.

Existe um senso comum, cultural que acha que a inveja é algo normal, cotidiana nas empresas, mas na verdade a inveja é algo muito complicada de se trabalhar, então é importante que seja desenvolvido estudos para que dê uma maior visibilidade sobre o tema e de sua importância para os gestores organizacionais e para a própria organização em si.

1.3.2 Adequação ao Curso de Administração

Realizou-se a busca entre os meses de Maio e Junho no acervo da biblioteca da Universidade Federal da Fronteira Sul- UFFS, e nesta busca não foi verificado nenhum trabalho sobre o tema inveja organizacional, assim sendo se faz interessante esse trabalho pois vai ser o primeiro da Universidade que vai abordar sobre temática.

Esta proposta de pesquisa faz-se relevante para o curso de Administração do campus de Cerro Largo em virtude de que em seu projeto político pedagógico (PPC) há disciplinas da área de Recursos humanos bem como a disciplina de comportamento organizacional no qual trata o tema da inveja organizacional em sua ementa. Desta forma, estudo em que enfoquem a questão da inveja inserida no ambiente de trabalho podem trazer diferentes vieses sobre o papel do gestor organizacional no processo de tomada de decisão, bem como um debate acerca das repercussões as quais a inveja pode trazer em diferentes níveis organizacionais, sendo essa individual, grupal e organizacional e como isto pode repercutir no próprio processo de desenvolvimento das empresas.

Para Schein (2009), a cultura organizacional é o conjunto de pressupostos básicos que determinado grupo tem inventado, descoberto ou desenvolvido no processo de aprendizagem para lidar com os problemas de adaptação externa e integração interna. Uma vez que os pressupostos tenham funcionado bem o suficiente para serem considerados válidos, são ensinados aos demais membros como a maneira correta para se perceber, se pensar e sentir-se em relação àqueles problemas.

Dentre os diversos sentimentos contraditórios vivenciados no processo de mudança organizacional pelas pessoas, tais como insegurança, medo da perda de identidade profissional, ansiedade com relação ao novo, amor e/ou ódio pelos colegas, grupos e organização, alegria de ser escolhida, motivação frente aos desafios, possibilidade de crescimento, dentre outros, há a inveja. Esta surge como um contexto importante para ser estudado e refletido, pois diz respeito a uma das principais manifestações do sofrimento psíquico na organização, principalmente nos momentos críticos de mudança, por estar associada às situações de competição e às desigualdades existentes nas relações interpessoais dos grupamentos humanos e, conseqüentemente, das organizações (CHANLAT, 1992).

Dentre outros fatores que podem desencadear processos de inveja, está a presença de lideranças que representam papéis de heróis ou até de mitos. A própria existência de mitos e heróis em uma organização já remete a um modelo de gestão centralizado

(benéfico ou não), que se contrapõe a uma liderança eficaz. Com isso, o líder passa a ser uma figura quase mítica e que propicia atitudes invejosas. (DE ARAÚJO, 2014).

De acordo com Tomei (1994, p. 113) os indivíduos estão em processo contínuo de ajustamento, ou seja, “um organismo relaciona seu comportamento interior com as exigências do meio que o cerca”. Quando as oportunidades de uma pessoa mudam dentro da organização, cria-se um conflito entre o ajustamento individual e as necessidades/exigências do grupo. A gerência desse conflito está ligada à gerência dos sentimentos de inveja.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta o tema da inveja organizacional em diferentes materiais Acadêmicos. Neste sentido trabalha- sê-a com os seguintes temas: Conceito Inveja e Inveja Organizacional.

2.1 CONCEITO INVEJA

Inveja é um sentimento humano que faz parte da estrutura psíquica do homem onde uma pessoa tem o desejo enorme de ter algo que a outra pessoa tem. Desde os tempos antigos nos livros bíblicos e na mitologia é falado sobre o sentimento de inveja. Esse sentimento de tanto se for em maior ou menor intensidade todos os seres humanos sentem, mas não se pode dizer que todos são pessoas invejosas. De acordo com o dicionário Aurélio (FERREIRA, 1999), a inveja pode ser definida como o desgosto pelo bem alheio e o desejo de possuir o que o outro tem (acompanhado de ódio pelo possuidor).

Para Ninivaggi (2010), a inveja está no centro da vida do ser humano como um ser social, a ação do sentimento ocorre à partir da interação dos indivíduos que têm a capacidade de fazer comparações entre eles. Este impulso das pessoas de se compararem umas com as outra vem de situações aleatórias, arbitrárias e são temporários, e podem ser supridos a ponto que as insuficiências e necessidades geradas em torno dele sejam sanadas.

A inveja pode ser vista como uma característica comum ao ser humano em seu cotidiano, independentemente do local que esteja inserido, o sentimento pode se fazer presente em qualquer local dependendo apenas de fatores que instiguem a sua manifestação, sendo ela de forma benéfica ou maléfica para o indivíduo e para os indivíduos a sua volta (MARQUES, 2017). A inveja pode ter a dificuldade em compreendê-la tanto negativo quanto positivo, e dentro das organizações aceitar e compreender torna-se mais difícil.

Na bíblia sagrada também é citada histórias que envolve o sentimento de inveja. No antigo testamento relata a vida de dois irmãos Caim e Abel, filho de Adão e Eva conforme a bíblia os primeiros habitantes da terra, depois de serem expulso do jardim do Éden tiveram filhos, primeiro nasceu Caim e depois Abel, Abel cuidava das ovelhas e Caim era agricultor. Tudo começou quando Caim e Abel trouxeram para Deus uma oferta, e a oferta que Abel presenteou a Deus trouxe inveja para Caim, com o coração cheio de ciúmes Caim assassinou seu irmão. Também é relatado a história de da inveja de Moisés por Josué diz ser preferível a morte à inveja.

Rabuske (2006) elucida que na história do Cristianismo, a inveja foi desde cedo classificada como algo totalmente negativo. Sob o pontificado de Gregório Magno, foi incluída entre os pecados mais graves, na época denominados capitais. A inveja sobrevive na atual nomenclatura dos pecados capitais, mas não tem mais aquela importância que lhe era dada na Antiguidade.

Na mitologia Grega Romana usava-se a palavra *Ftono* (que significava inveja ou ciúmes que é um dos sete pecados de capitais) e também era uma figura de imagem de uma Deusa, chamada *Éris*. *Ftono* que os gregos usavam para cobrir a palavra inveja eram muitas vezes confundidas com a Deusa do caos e discórdia, usava dos ciúmes e inveja para criar brigas entre todos.

A visão tradicional sobre a inveja associa com negatividade e hostilidade para com os outros e consequências negativas para o próprio invejoso. Para estes estudiosos mais tradicionais, a inveja seria uma desagradável e às vezes dolorosa mistura de sentimentos.

Neste sentido a inveja é um tema trabalhado em diversas áreas do conhecimento, como por exemplo na Psicologia e Filosofia onde, a inveja é tratada como um sentimento que evidencia conflitos e que pode ser manifesto ou oculto, mas que está em maior ou menor grau presente nas relações entre as pessoas de um modo geral e, conseqüentemente, entre os atores dos processos organizacionais. Analisando fatores psicológicos referente a inveja, Tomei (1994) observa que a inveja é oculta por meio de objetos valiosos, como dinheiro e bens de posse, e o indivíduo satisfaz-se por atacar e destruir o prazer alheio com as suas conquistas. Esse tipo de situação ocorre pela falsa idealização da conquista de um estado de plenitude e felicidade ao adquirir tais bens, fato que não ocorre, pois, a concepção da estrutura do ser humano é de que ele é um ser incompleto.

Ninivaggi (2010) afirma que a inveja pode ser tratada como um problema psicológico individual, além de ser um problema sociológico que merece grande atenção. Por se tratar de um sentimento tão básico ao ser humano e estar presente emocionalmente o autor reforça que a inveja é representada basicamente por conceitos psicológicos e sociais.

Melanie Klein (1991) aponta que a inveja é uma emoção muito arcaica que remonta ao nascimento, no sentimento de frustração que surge no momento em que as necessidades não são atendidas. A frustração é o sentimento oriundo da ausência de gratificação, que remontaria ao sentimento de raiva por precisar de (ou desejar) algo inacessível (em dado momento).

Berman (2007, pp. 17-32), um psicólogo clínico contemporâneo, conclui, baseado na observação de crianças, que as pessoas que se beneficiam em situações de inveja são aquelas que admitem o sentimento, acreditam em sua capacidade e se acham igualmente merecedoras. Já aqueles que sofrem com este sentimento e ficam agressivos e destrutivos são aqueles que não reconhecem a inveja, sentem-se incapazes e especialmente merecedores, mais do que seus rivais.

Outra área que trata a inveja é o campo da Administração. Neste a inveja é assunto discutido dentro do comportamento organizacional (CO). O CO baseia-se no estudo do comportamento humano nas organizações. Segundo Bergue (2010), o comportamento organizacional pode ser conceituado como um campo de estudo que objetiva prever, explicar e compreender o comportamento humano nas empresas. Para compreender melhor essa conduta dentro das organizações é necessária entender o comportamento individual, conhecendo os estímulos de cada pessoa.

Para analisar o campo de comportamento organizacional do indivíduo existe, segundo Tomei (1994), diversas teorias que buscam compreender os fatores pelos quais o motivam em suas necessidades e ações. Compreende-se basicamente variáveis, são elas a necessidade dos indivíduos busca-se então os fatores que justificam a ação e os esforços realizados. Tomei (1994) cita ainda que a inveja é vagamente lembrada quando são analisados fatores como a competição, ambição, ética individualista, sucesso a qualquer custo, anseio por poder, estratégia de negociação entre outros temas que podem ser considerados tabu para a área de gestão.

Há uma relação entre o comportamento organizacional e a inveja. Para Chanlat (1992), comportamento organizacional, competitividade excessiva, premiação de desempenho, falta de diálogo, e principalmente diferença salarial são os principais motivos das manifestações da inveja entre os funcionários. Para analisar o campo de comportamento organizacional do indivíduo existem, segundo Tomei (1994), diversas teorias que buscam compreender os fatores pelos quais o motivam em suas necessidades e ações. Compreende-se basicamente em três variáveis, são elas as necessidades, atividades e as recompensas. Conhecendo as necessidades dos indivíduos, busca-se então os fatores que justifiquem a ação e o esforço realizado.

No nível organizacional, sentimentos de inveja são vistos como uma forma de criar entre funcionários conflitos, prejudicar relacionamentos, o desempenho organizacional, separar e sabotar equipes, e seus esforços (MENON et al., 2010). Organizações que adotam práticas gerenciais e motivacionais que se baseiam na

exploração da inveja desempenham um jogo perigoso. Quando a inveja é permitida em uma organização, dificulta a fluidez relacional e os indivíduos são levados a negligenciar aspectos, como a criatividade ou a colaboração, que são essenciais para a sobrevivência da organização (Vidaillet, 2008).

2.2 INVEJA ORGANIZACIONAL

A inveja está presente em muitas situações cotidianas, no ambiente organizacional com as políticas de recompensa e promoções entre seus colaboradores, com o objetivo de aumentar a qualidade e a produtividade de seus produtos é que surge o sentimento de inveja. Se a política não for gerenciada convenientemente podem gerar conflitos entre os colaboradores. A competição tem duas aparências que podem ser analisadas, uma delas é que pode sustentar determinadas motivações de trabalho, e por outro lado, pode criar um clima de inveja dentro da organização.

A inveja penetra gradual e inevitavelmente no ambiente da organização sendo frequentemente descrita como um ‘veneno’. O que a torna tão tóxica é difícil de detectar no início, uma vez que se expressa de forma oculta, muitas vezes inconsciente, e de maneira disfarçada. Por exemplo, pode manifestar-se sob a forma de agressividade em relação a uma pessoa e, no entanto, é difícil saber com certeza que essa agressividade é causada pela inveja. Surge em sujeitos que são levados a imaginar que podem ou devem estar no lugar de outra pessoa, mas não estão assim, o lugar do outro passa a ser algo invejável (VIDAILLET, 2008).

Quando a inveja individual rompe as barreiras colocadas pelo indivíduo e passam a impactar diretamente aqueles que com este convivem, como no ambiente de trabalho, por exemplo, a situação ganha mais importância e é necessário que haja uma intervenção por parte dos que compõem o corpo gestor ou que lideram o ambiente no qual o indivíduo invejoso está inserido. (RIBEIRO, 2017).

Segundo Sias *et al.*, (2004), a promoção de um dos funcionários na organização para uma posição de autoridade formal em detrimento de outro se configura como uma das principais causas da deterioração da amizade no local de trabalho. Esse desgaste das relações entre indivíduos pode ser interpretado como uma manifestação de inveja. É importante notar, no entanto, que uma promoção não aciona sistematicamente a inveja, dois fatores parecem ter um papel decisivo frente a essa situação: altas expectativas de promoção e um alto nível de similaridade entre o indivíduo rejeitado e o promovido.

O clima organizacional nos indicará os resultados dessa gerência da inveja em nível dos indivíduos, já que é esse clima organizacional que nos define o “espírito da

organização”, as percepções e opiniões imediatas dos seus membros no que diz respeito à sua satisfação quanto a políticas, diretrizes, normas e procedimentos. Em nível de organização, a gerência da inveja inclui mais do que opiniões e percepções. É importante desvendar como essas pressuposições são compreendidas e compartilhadas na dinâmica da vida individual e organizacional. (Tomei, 1994).

A inveja pode se tornar um fator motivador ou frustrante se os gestores não conhecerem os colaboradores da organização, assumindo que a motivação é pessoal, íntima, interna, compreendida e compreendida por poucos. Como a inveja está concentrada no domínio sentimental, o trabalho em equipe pode se tornar um verdadeiro desastre, um jogo de vaidade com resultados contraditórios, mas ao mesmo tempo em que certos colaboradores se sintam motivados pelo sucesso outros se sintam humilhados, ressentidos, gerando um clima de tensão, revolta e um desejo constante de suprimir os outros bem-sucedidos. Percebe-se que a inveja organizacional se torna uma tentativa de crescimento profissional com o desejo de se tornar o melhor da equipe.

A inveja dentro do âmbito organizacional pode ser o *hybris* da organização, pois pode desequilibrar e fazê-la entrar em colapso, pois funciona como um sistema vivo que quando uma só parte adoece, as outras também vão adoecendo. E o profissional de Relações Públicas, nesse cenário, ao identificar esse sentimento e perceber que ele pode causar um desequilíbrio organizacional, pode – de maneira estratégica – propor resoluções para o conflito antes que este tome proporções maiores. (MUNARI, 2018).

De acordo com Melo (2007), a relação trabalho/vida envolve as condições de trabalho, a própria satisfação com este, as características individuais e com a vida como um todo. O ambiente de atuação profissional permite ao indivíduo um status social e a realização pessoal, além de servir como ponte na busca por seus objetivos pessoais e profissionais. Dessa forma, a satisfação com o trabalho contribuiria para a melhoria de vida dentro e fora da organização ao influenciar atitudes, comportamentos e os relacionamentos sociais (GUIBEL; KLIJN, 2003).

Nota-se que as empresas no que surge a inveja trata-se como algo comum por ser um ambiente competitivo, com isso torna-se explicável a inveja entre os colaboradores.

3 METODOLOGIA

O caminho metodologia neste trabalho serão apresentados pela: Classificação da pesquisa bibliométrico (definição da pergunta de pesquisa e escolha da base de dados), Métodos de inclusão dos estudos, Identificação dos estudos selecionados e Análise de ção e uso da matriz síntese).

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

O objetivo dessa sessão é relatar os critérios metodológicos usados neste trabalho para alcançar os seus objetivos. Sendo assim, essa é uma pesquisa de dados bibliométrico que está disponível nos bancos de dados do Google Acadêmico- de modo igual é um mecanismo virtual com o livre acesso onde organiza e lista os textos completos ou metadados da literatura acadêmica com uma extensa variedade de publicações.

A relação entre pesquisa e conhecimento remonta aos primórdios da humanidade Aristóteles propunha que novas ideias surgem por meio da contraposição e contradição de ideias anteriores. Tal concepção tem como premissa o fato de que devemos saber o que todos falam a respeito de um tema para evoluirmos em termos de conhecimento. (Chueke; Amatucci, 2015).

Os estudos bibliométrico podem colaborar na tarefa de sistematizar as pesquisas realizadas num determinado campo de saber e endereçar problemas a serem investigados em pesquisas futuras. Desta maneira, nos filiamos a perspectiva de que o conhecimento científico é desenvolvido de forma gradual. (Chueke; Amatucci, 2015).

Conforme Knechtel (2014) reverbera que esta é um modo específico de pesquisa que opera a respeito de um problema de âmbito humano ou social. Baseia-se na avaliação de uma teoria, miscigenada por variáveis e dados quantificados e registrados em números apresentados de forma estatística para determinar se as generalizações previstas na teoria se sustentam ou não. A pesquisa quantitativa, desse modo, pode ser empregada para quantificar perfis populacionais, indicadores socioeconômicos, preferências, comportamentos dos indivíduos, entre outros.

A pesquisa é classificada como método quantitativo. Para Silva e Simon (2005), a concepção de pesquisa quantitativa só terá significado mediante um problema com definições claras e objetivas e com informações teóricas e práticas tendo o objeto do conhecimento como o foco da pesquisa ou do estudo a ser dirigido. Portanto, só se faz pesquisa de natureza quantitativa quando se conhece as qualidades e se tem controle do que será pesquisado.

Portanto, esta pesquisa é classificada como descritiva. Esse tipo de pesquisa, segundo Selltiz et al. (1965), busca descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abranger, com exatidão, as características de um indivíduo, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos.

A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

3.2 ETAPA DA PESQUISA BIBLIOMETRICA

Esta seção mostrará as etapas que foram realizadas e utilizadas ao longo da pesquisa.

3.2.1 Definição da pergunta de pesquisa

Foi aplicada uma pergunta central para o estudo e a pergunta da pesquisa foi: De que forma pode ser identificado a evolução dos estudos sobre o tema da inveja organizacional na base de dados do Google acadêmico entre os anos 2011-2021?

3.2.2 Escolha da base de dados

A escolha da base de dados foi o Google Acadêmico (GA), que é uma ferramenta gratuita do Google, é uma empresa multinacional de serviços online e software dos Estados Unidos. Utilizada para fins de estudos proporcionando aos estudantes e pesquisadores conteúdos capazes de atribuir um fundamento teórico e referencial, criado em 2004 e traduzido para o português em 2006. Para se buscar um conhecimento para que tenha informações que deseja para o pesquisador dentre tantos outros recursos, o Google Acadêmico foi o escolhido para auxiliar na elaboração dessa pesquisa.

Conforme Gaudêncio, Figueiredo e Leite (2009, p. 16): O Google Acadêmico fornece uma maneira simples de pesquisar literatura acadêmica de forma abrangente. Você pode pesquisar várias disciplinas e fontes em um só lugar: artigos revisados por especialistas (peer-reviewed), teses, livros, resumos e artigos de editoras acadêmicas, organizações profissionais, bibliotecas de pré-publicações, universidades e outras entidades acadêmicas. O Google Acadêmico ajuda a identificar as pesquisas mais relevantes do mundo acadêmico.

Percebe-se que o GA possui amplos direcionamento de estudo, inclusive na exploração de citações, como é posto por Caregnato: “[...] o Google Acadêmico pode ser instrumento extremamente útil para os estudos de citação, especialmente nas ciências humanas, sociais e sociais aplicadas [...]” (2012, p. 75).

Para a execução dessa estratégia, foi utilizado uma busca onde se examinará a base de dados do Google Acadêmico. Esse recurso organiza diversos livros, artigos e citações apenas usando as palavras-chaves e assim criando uma lista com tudo que está relacionado com a pesquisa que e se caso estiver disponível libera um documento para a melhor visualização, se no caso for paga ela providencia o fornecimento do site onde mostra o direito sobre o documento.

Vale ressaltar que o Google Acadêmico tem a oportunidade de escolher um período de tempo específico que deseja usar na pesquisa, um exemplo é este trabalho, onde a data específica é de 2011 a 2021, com base nesta alternativa, serão listados apenas trabalhos nesses períodos. E também tem a opção de incluir patentes ou citações relacionadas ao assunto da pesquisa.

Jacsó (2005), explana sobre a busca em índices criados com base no texto completo do documento primário, como uma das grandes vantagens da recuperação por intermédio do GA; pois facilita e agiliza a busca do conteúdo, já que os índices são fundamentados na própria obra. No que tange os conteúdos pagos, indexa-se os trabalhos publicados, contudo o usuário somente acessa gratuitamente os resumos e sumários.

Podemos facilmente incluir o GA como aliado do Letramento Informacional, pois, este originou-se da preocupação “com o uso da informação em contexto de trabalho e da resolução de problemas.” (SILVA, 2010, p. 2), portanto, o Google Acadêmico auxilia na ideia de trabalhos científicos.

3.3 MÉTODOS DE INCLUSÃO DOS ESTUDOS

Nesta parte da pesquisa foi buscado os critérios da inclusão e exclusão. Para o método de inclusão foram definidas as etapas dos conteúdos que estão relacionados ao tema proposto e mostrar quais estarão aptos. E assim foi a escolha da base de dados do Google Acadêmico, é um site acadêmico com ferramentas gratuitas e com muitas fontes de pesquisas de trabalho científico da área de Administração.

A realização da pesquisa dos estudos na ferramenta do Google acadêmico, foi selecionada pelos títulos e pelos anos de 2011 a 2021, usando as palavras chaves e na utilização de somente estudos em português.

3.4 IDENTIFICAÇÃO DOS ESTUDOS SELECIONADOS

Nesta etapa quando o tema já estava definido foram selecionados só os estudos completos dos artigos, monografias, TCCs e tese dos estudos que estão de acordo com o tema, e posteriormente realizado uma leitura dos mesmos juntamente com os títulos

publicados, resumos, as palavras-chaves, datas das publicações para assim serem organizados.

Foi realizada uma leitura bem aprimorada, uma leitura bem detalhada dos resumos palavras-chave e títulos, a fim de ter uma boa adaptação e contribuição dos estudos buscados visando alcançar os objetivos propostos.

A busca obteve um total de 6 Artigos, 2 Monografia, 1 Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e 1 Tese, pois como relatos antes é um tema novo para a área de Administração e pouco trabalho, portanto não foram encontradas muitas pesquisas com essa temática.

3.5 ANÁLISE DE DADOS

Com os estudos selecionados, foram traçados pontos com bastante relevância e clareza de acordo com que foi relato na identificação dos estudos.

3.5.1 Elaboração e uso da matriz síntese

Essa etapa da matriz síntese foi realizada com os 10 estudos selecionados relatando a quantidade de artigos selecionados, tipo de trabalho, título, foi colocado o nome do primeiro autor e a quantidade, o ano da publicação, instituição de ensino, a metodologia do artigo, área estudada e um breve conceito sobre o tema inveja organizacional.

A matriz está apresentada no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1- Matriz com conceitos referentes ao Comportamento Organizacional

Nº	Tipo de trabalho	Título	Autores	Ano	Instituição	Metodologia	Área	Conceito
----	------------------	--------	---------	-----	-------------	-------------	------	----------

1	Artigo	Inveja, Bem-Estar Subjetivo e Saúde Mental nos Locais de Trabalho	Mary Dayane Souza Silva Nº de Autores: 4	2020	Universidade Federal do Amazonas	Método Qualitativo através de uma meta-análise	Recursos Humano	A inveja tem consequência destrutiva sobre cada pessoa na organização, com isto pode representar uma ameaça à saúde mental no trabalho.
2	Artigo	Bem-Estar e Saúde mental com o Preditores da Inveja Docente em Instituições de Ensino Superior Públicas	Mary Dayane Souza Silva Nº de Autores: 2	2020	Centro Universitário Santo Agostinho	Método Quantitativo através de questionário	Recursos Humano	A inveja seja um sentimento desconfortável e as pessoas tentem se livrar das emoções desagradáveis que sentem.
3	Artigo	A Inveja no Âmbito Organizacional	Luiz Munari Nº de Autores: 2	2018	Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS	Método Quantitativo de caráter exploratório formulado com um questionário online	Administração Geral	Esse tipo de inveja, de alguma maneira, “move” o indivíduo a querer a ajudar o próximo, o que revela que a inveja nem sempre se trata somente de um sentimento ruim. Logo, como a organização é sistema que depende do exercício das funções de seus sujeitos, a mediação do profissional de relações públicas se faz necessária para manter a organização em equilíbrio.
4	Monografia	A Influência das Relações Interpessoais no Desenvolvimento e Desempenho de Engenheiros : Um Estudo de Caso nas Industrias Química	Murilo Ferreira Chaguri Nº de Autores:1	2018	Universidade de São Paulo	Método Quantitativo através de questionário	Recursos Humano	As relações interpessoais são fatores responsáveis pela boa formação de um ambiente de trabalho favorável, impactando diretamente no desempenho dos colaboradores ali presentes.
5	Trabalho de Conclusão de Curso	A Inveja Como Fator Motivacional nas Organizações	Henrique Araujo dos Santos Nº de Autores:1	2018	Instituto Federal de São Paulo, Câmpus Caraguatatuba	Método Qualitativo através de pesquisa	Recursos Humanos	O sentimento da inveja é um fator motivacional para cada pessoa dentro da organização, podendo ser algo

								cotidiano organizacional.
6	Artigo	“O Monstro de Olhos Esverdeados”: Gestão da Inveja em Uma Organização Educacional	Ricardo Ribeiro Rocha Marques Nº de Autores: 3	2017	Instituição Técnica do Estado de Pernambuco	Método Qualitativo através de uma entrevista	Recursos Humanos	Segundo os membros da gestão da escola abordada é destacado que a principal consequência do sentimento de inveja é a perda da eficiência e da produtividade da organização, e o aspecto negativo é a emoção, mas também compreendem que a pessoa não nasce invejosa pois é um sentimento que aflora ao longo das experiências vividas
7	Artigo	Classificação do Sentimento Inveja em 133 Gestores	Nilton César Pasquini Nº de Autores:2	2015	Universidade Federal de São Carlos	Através do Teste das Relações Objetivas (TRO) de Herbert Phillipson	Recursos Humano	Foi constatado que esse sentimento em uma organização é prejudicial e que os gestores devem formular estratégia para esse conflito e filtrar, diagnosticar no processo de seleção para ingresso na empresa.
8	Artigo	Inveja em Organizações Públicas: Reflexões Introdutórias	Richard Medeiros de Araújo Nº de Autores:4	2014	Editores Unilasalle		Gestão de pessoa	A inveja é um sentimento presente em praticamente todos os ambientes da convivência humana. - As consequências seriam a diminuição da eficácia organizacional .
9	Monografia	Conflito Organizacionais: As Interferências do Fator Inveja no Ambiente Organizacional	Renata Kaline dos Santos Nº de Autores:1	2013	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Método Qualitativo, através do método Censitário	Recursos Humano	É necessário criar estratégias para minimizar os conflitos, em especial os conflitos decorrentes da inveja. Percebe-se que os resultados dos conflitos para a organização são

								inúmeros, podendo ser positivo ou negativo.
10	Tese	Liderança, Qualidade de Troca Social em Equipes de Trabalho e o Comprometimento Organizacional: Um Estudo com Peacekeepers Brasileiro no Haiti.	Paolo Rosi D'ávila Nº de Autores:1	2016	Fundação Getúlio Vargas	Método qualitativa articulada à quantitativa. Através de procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental.	Recursos Humanos	A análise conclusiva permitiu inferir no nível intrapessoal que a relação entre a qualidade de troca líder-liderado impacta de forma significativa a qualidade de troca em equipes e que o componente afetivo do comprometimento organizacional media esta relação.

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

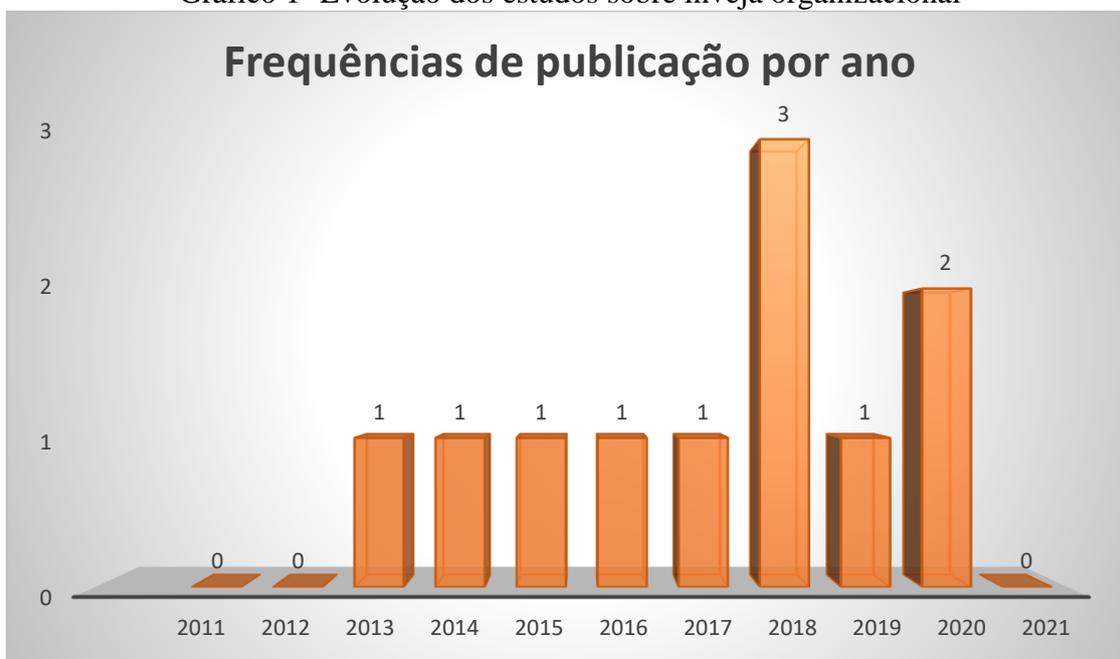
4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Esta seção responde aos objetivos específicos dos resultados proposto no estudo, sendo: a) Identificar a evolução dos estudos sobre inveja organizacional; b) Descrever os autores, instituição que mais publicaram sobre o tema da inveja organizacional; c) Identificar as metodologia mais utilizadas nos trabalhos publicados nos últimos dez anos; d) Analisar os conceitos de inveja organizacional propostos nos trabalhos selecionados.

4.1 EVOLUÇÃO DOS ESTUDOS SOBRE INVEJA ORGANIZACIONAL

Esta seção apresenta os resultados dos dados tabulados referente a evolução dos estudos sobre inveja organizacional, conforme evidenciado no primeiro objetivo específico sendo ele: Identificar a evolução dos estudos sobre inveja organizacional. Conforme mostrado no gráfico 1.

Gráfico 1- Evolução dos estudos sobre inveja organizacional



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Diante do método utilizado neste estudo, observou-se que nos anos de 2011 e 2012 não foi encontrado nenhum estudo referente ao tema inveja organizacional no anais do Google Acadêmico(GA). Entretanto nos anos de 2013 a 2017 os dados se mostraram constantes apresentando apenas 1 estudo publicado em cada cada ano. Já no ano de 2018 constatou que há um aumento no volume de publicação em relação ao tema inveja organizacional, desta forma neste ano observou a publicação de 3 estudos.

Nos anos de 2019 e 2021, houve uma queda nas pulicações onde não foram encontrados nenhum estudo referente ao tematica. Salienta-se também que no ano de

2020 houve um aumento nas publicações passando para 2 publicações. Denota-se que embora tenha havido aumento nas publicações esta não foi tão evidenciada quanto no ano de 2018.

Apesar de sua importância, os esforços de pesquisa direcionados à inveja no local de trabalho são caracterizados por uma evidente limitação que enfraquece sua compreensão como resultado de um próprio desacordo conceitual. De fato, algumas pesquisas definem o ambiente como puramente hostil (MICELI; CASTELFRANCHI, 2007, SMITH; KIM, 2007), outros a diferenciam nas formas benignas e maliciosas (LANGE; CRUSIUS, 2015a, VAN DE VEM, ZEELENBERG; PIETERS, 2009), e outros como uma emoção uniforme impulsionada pela dor (COHEN-CHARASH; LARSON, 2017; TAI; NARAYANAN; MCALLISTER, 2012)

As pesquisas sobre a inveja no local de trabalho e seus resultados têm sido limitadas e concentradas predominantemente em sua natureza destrutiva, como a *schadenfreude* (SMITH *et al.*, 1996; VAN DIJK *et al.*, 2006), a sabotagem de colegas de trabalho (COHENCHARASH; MUELLER, 2007; O'NEIL; MUELLER, 2011), o comportamento não ético (GINO; PIERCE, 2009), na eficácia do trabalho do grupo (DUFFY; SHAW, 2000), entre outros. Apesar dessa visão destrutiva, existem estudos que evidenciam que a inveja também pode ser funcional (COHEN-CHARASH, 2009, DUFFY, SHAW; SCHAUBROECK, 2008; TAI, NARAYANAN; MCALLISTER, 2012; VAN DE VEN, ZEELENBERG; PIETERS, 2009; VECCHIO, 1995) - uma inveja benigna que pode motivar o indivíduo invejoso a melhorar sua posição na organização para conseguir o que deseja, como um elemento motivador para um maior envolvimento comportamental com o trabalho (BOARDMAN; RACITI; LAWLEY, 2016).

Holanda (1992) ao dissertar que, historicamente, o Brasil se caracterizou contextualmente por meio de quatro elementos no bojo de sua organização social: ausência da tendência de autogoverno; virtudes inativas, ou seja, o ser social não reflete o suficiente e criticamente para alterar a realidade, mas procura uma razão externa a sua existência; razão reflexiva, a qual provoca um pensamento que impede rompimentos, sustenta uma consciência conservadora; e um domínio dos interesses próprios, que não necessariamente o bem comum.

Assim, como mostrado no gráfico 1, os anos que mais se destacaram com suas publicações dos estudos selecionados foram no ano de 2018 e 2020. Sendo 2018 com 3 publicações e 2020 com 2 publicações.

4.2 AUTORES E INSTITUIÇÕES QUE MAIS PUBLICARAM

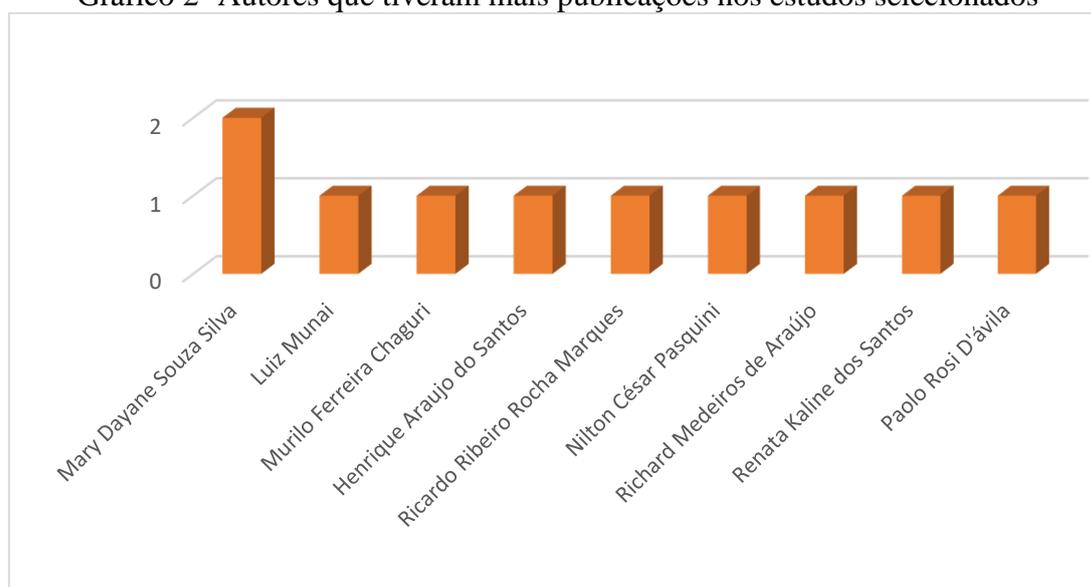
Com a elaboração da matriz síntese, foram identificados autores, metodologia e instituição que mais publicaram nos últimos dez anos. Os dados referentes aos autores que mais publicaram nos estudos selecionados serão apresentados no gráfico 2. Conforme o segundo objetivo deste trabalho que é: descrever os autores, instituições que mais publicaram sobre o tema da inveja organizacional.

No entanto faz-se relevante apresentar a quantidade de autores por publicação para melhor entendimento da forma como a inveja organizacional está sendo debatida e apresentada nos estudos científicos. Conforme apresentado no gráfico 3.

É importante também destacar-se as instituições que mais publicaram nos estudos selecionado referente ao tema inveja organizacional. Conforme apresentado no gráfico 4.

Assim observa-se que para os autores que mais publicaram optou-se por selecionar apenas o primeiro autor de cada estudo é apresentado os autores que foram destaques na publicação.

Gráfico 2- Autores que tiveram mais publicações nos estudos selecionados

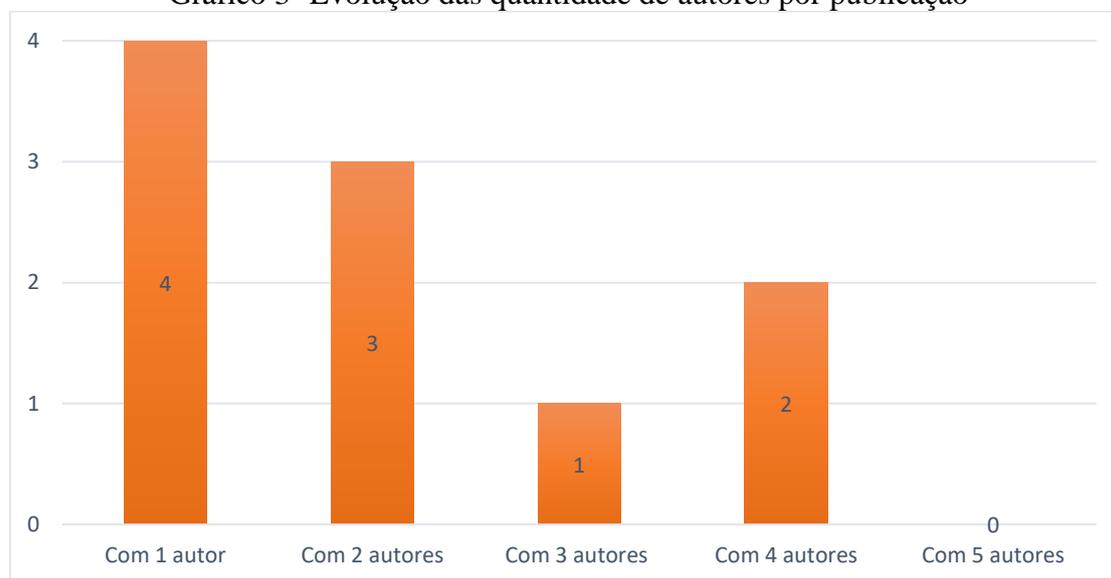


Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Como pode ser observado no gráfico 2, apenas um autor se destacou, sendo ela Mary Dayane Souza Silva obtendo 2 estudos publicados, referente ao tema inveja organizacional. Nos outros 8 estudos publicados identifica-se 8 autores, sendo eles Luiz Munai, Murilo Ferreira Chaguri, Henrique Araújo do Santos, Ricardo Ribeiro Rocha Marques, Nilton César Pasquini, Richard Medeiros de Araújo, Renata Kaline dos Santos e Paolo Rosi D'ávila, com 1 estudo publicado.

No gráfico 3, destaca-se que dos 10 estudos selecionados, 4 foram publicados com 1 autor, 3 foram publicados com 2 autores, 1 foi publicados com 3 autores e 2 publicados com 4 autores. Assim demonstra a importancia das atualizações do tema para as publicações.

Gráfico 3- Evolução das quantidade de autores por publicação



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No gráfico 3, saliente que dos 10 estudos selecionados, 2 foram escritos pela mesma autora Mary Dayane Souza Silva. Os outros autores com destaque são Luiz Munari da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS; Murilo Ferreira Chaguri da Universidade de São Paulo; Henrique Araujo dos Santos do Instituto Federal de São Paulo, Câmpus Caraguatatuba; Ricardo Ribeiro Rocha Marques da Instituição Técnica do Estado de Pernambuco; Nilton César Pasquini da Universidade Federal de São Carlos; Richard Medeiros de Araujo da Editora Unilasalle; Renata Kaline dos Santos da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; e Paolo Rosi D'ávila da Fundação Getúlio Vargas.

O Gráfico 3 apresenta os 10 estudos selecionado com referencia a tematica do estudo sobre inveja organizacional. Percebe-se que todos os estudos foram escrito por mais de 1 autor.

O crescimento dos artigos publicados em coautoria tem vários determinantes (luukkonen et al., 1993; wray, 2006; abbasi; chung; hossain, 2012; cronin, 2012). Sumariamente, podemos indicar sete dos motivos fundamentais: (1) A maior profissionalização da ciência que tem criado universidades, periódicos, centros de pesquisa e uma relativa mutação no próprio perfil do corpo docente em algumas

universidades que, se tradicionalmente contavam com consultores e executivos profissionais, têm hoje maior dotação de pesquisadores com foco na produção acadêmica. (2) A emergência das agências de fomento internacionais, nacionais e estaduais que apoiam financeiramente projetos de pesquisa acadêmica (laband; tollison, 2000). (3) A pesquisa e publicação científica emergiram entre os principais critérios de avaliação das universidades e dos programas (swanson, 2004; englebrecht; hanke; kuang, 2008; abbasi; altmann; hossain, 2011; abbasi; chung; hossain, 2012), em especial de pós-graduação. (4) A maior dificuldade de publicar nos principais periódicos internacionais, em parte devido à maior concorrência por espaço (swanson, 2004), inclusive porquanto pesquisadores emergem de países que não tinham uma tradição em pesquisa, desde a América Latina ao Sudeste Asiático. (5) O impressionante crescimento do conhecimento gerado diariamente, face ao volume de há apenas alguns anos atrás, tornando difícil o conhecimento absoluto por apenas um pesquisador e a geração de novo conhecimento (stokols et al., 2005; wray, 2006). (6) O aumento da exigência de qualidade nos artigos para publicação, exigindo que pesquisadores procurem parceiros com competências complementares (wray, 2006). (7) A necessidade de coletar grandes bases de dados (phelan; ferreira; salvador, 2002).

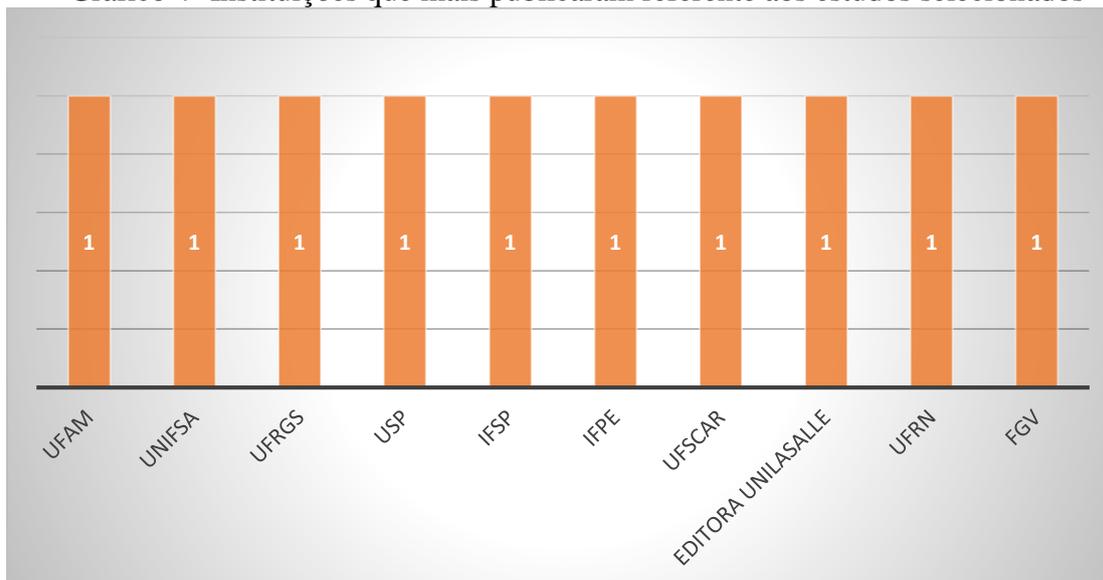
Bayer e Smart (1991) também apontaram alguns resultados relevantes como o predomínio de artigos em coautoria, a convicção que a coautoria contribui para melhorar o resultado final dos manuscritos, os conflitos entre coautores quanto à ordem de coautoria, a falta de evidência para a importância das coautorias nas decisões de promoção nas universidades.

Conforme visto anteriormente o autor que mais se destacou nos estudos selecionados referente a temática inveja organizacional é a Mary Dayane Souza Silva , com duas publicação.

Instituições que mais publicaram

Neste tópico buscou apresentar as principais instituições de ensino que tiveram as maiores publicações dos estudos selecionados. Os resultados serão apresentados a seguir no gráfico 4.

Gráfico 4- Instituições que mais publicaram referente aos estudos selecionados



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Observa-se que no gráfico 7, cada instituição teve 1 publicação referente ao tema inveja organizacional. Os dados foram levantados baseados nos estudos selecionados.

Dentre as 10 instituições, 9 são instituições e 1 Editora. As 09 instituições são: Universidade Federal do Amazonas (UFAM); Centro Universitário Santo Agostinho (UNIFSA); Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS (UFRGS); Universidade de São Paulo (USP); Instituto Federal de São Paulo, Câmpus Caraguatatuba (IFSP); Instituição Técnica do Estado de Pernambuco (IFPE); Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR); Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN); Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a Editora Unilasalle.

A inveja no seu sentido mais puro e literal, que significa a infelicidade pela alegria do outro (AQUINO apud KARNAL, 2013), pode ser percebida como um sentimento ruim. Uma vez que, produz no ser humano o sentimento odioso, mas não do ódio direcionado àquele que se inveja, mas um ódio de si próprio por não ter aquilo que o invejado tem. Consequentemente, a inveja pode gerar conflitos e o profissional de Relações Públicas é capaz de exercer o papel de solucionador dessas tensões (KUNSCH, 2003).

4.3 METODOLOGIA MAIS UTILIZADAS NOS TRABALHOS PUBLICADOS NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

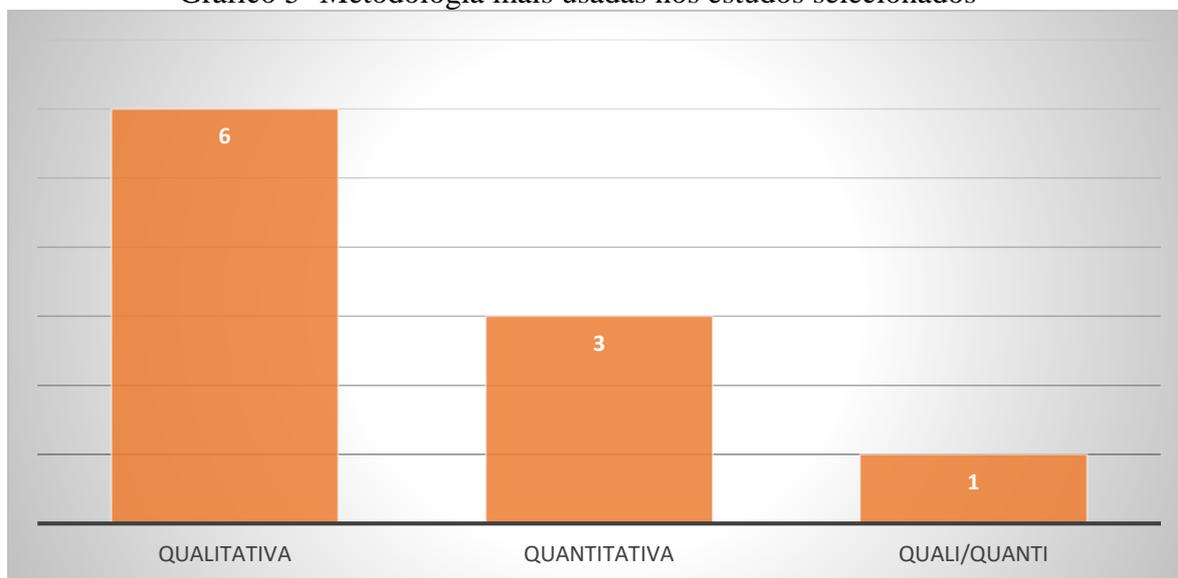
Nesta seção buscou-se apresentar a predominância de metodologias na elaboração dos estudos sobre a temática. Conforme delimitado no terceiro objetivo específico: Identificar as metodologias mais utilizadas nos trabalhos publicados nos últimos dez anos.

Natureza da Pesquisa

Os dados referentes a metodologia mais usada nos estudos selecionados estão apresentados no gráfico 4.

Para melhor compreender a temática também apresenta-se o levantamento de dados, conforme apresentado no gráfico 5.

Gráfico 5- Metodologia mais usadas nos estudos selecionados



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No gráfico 4 apresenta a natureza da pesquisa com as temáticas referente a este estudo. Foram analisados os 10 estudos, sendo que 6 são da natureza qualitativa, 3 são da natureza quantitativa e 1 utilizaram-se o método qualitativo e quantitativo. Observa-se que houve uma grande predominância para método qualitativo.

Creswell (2014) analisa os conceitos e definições metodológicas referentes à pesquisa como um norte e à macro interpretação científica mediante um universo investigativo auferido pelo levantamento de dados e experimentos que incidirão numa concepção fundamentalista do objeto pesquisado. Minayo (2009, p. 23), em complemento às ideias de Creswell (2014), acrescenta que a pesquisa enquanto metodologia leva o pesquisador a ter "[...] uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente”.

Gil (1999) menciona que a pesquisa qualitativa é subjetiva ao objeto de estudo, ergue-se sobre a dinâmica e abordagem do problema pesquisado e visa descrever e decodificar de forma interpretativa os componentes de um sistema complexo de significados, sem se preocupar com a mensuração dos fenômenos, pois permeia a compreensão do contexto no qual ocorre o fenômeno.

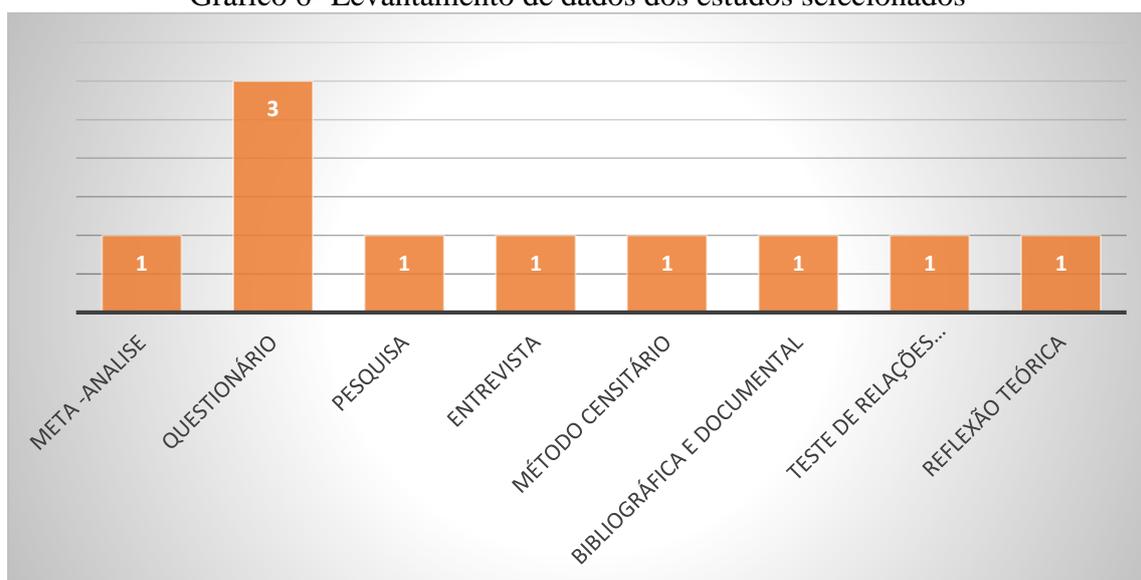
Conforme Knechtel (2014), os dados coletados e registrados de modo quantitativo são valores oriundos da observância de alguns ou de muitos elementos variáveis de um determinado contexto, grupo social ou comunidade. Esse tipo de pesquisa tem sua aplicabilidade na realização de pesquisas de cunho social, econômico, político, mercadológico, administrativo e de comunicação. Portanto, é uma pesquisa de investigação empírico-descritiva, com a finalidade de descobrir e classificar a analogia entre as variáveis e as relações de causa e efeito, entre os diferentes fenômenos.

O destaque para a metodologia qualitativa pode ser pertinente devido ao fato de que o tema inveja organizacional está alicerçado em áreas da administração que corroboram com esta metodologia de trabalho, como por exemplo recursos humanos, comportamento organizacional, psicologia organizacional entre outros.

Levantamento de dados

Neste tópico mostrará as principais ferramentas utilizadas para o levantamento de dados nos estudos. Apresentado no gráfico a baixo.

Gráfico 6- Levantamento de dados dos estudos selecionados



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No gráfico 5 mostra os levantamentos de dados utilizados nos 10 estudos selecionados referente a temática inveja organizacional. Percebe-se que 3 são questionário 1 método meta-análise, 1 pesquisa, 1 entrevista, 1 método censitário, 1 bibliográfica documental, 1 TRO (teste de relações objetivas) e 1 reflexão teórica. O levantamento de dados referente aos estudos selecionados destaca-se o questionário com 3 estudos publicados.

O questionário, segundo Gil (1999, p.128), pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas

por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”

Conforme, Gil (2011), Fachin (2005) e Joseph Hair Jr et al (2005), conceituam questionário como uma técnica ou instrumento de coleta de informações/dados, muito utilizada em pesquisa científica de cunho teórico-empírico. O questionário oportuniza o levantamento de percepções, opiniões, crenças, sentimentos, interesses e demais terminologias congêneres, acerca de um determinado fenômeno, fato, acontecimento, ocorrência, objeto ou empreendimento.

Visto que o levantamento de dados mais utilizados foi o questionário, uma das técnicas mais utilizadas permitindo alcançar mais facilmente números de pessoas para os estudos.

4.4 CONCEITOS USADOS NOS ESTUDOS SELECIONADOS

Nesta seção responde ao quarto objetivo específico, sendo ele: d) Analisar os conceitos de inveja organizacional propostos nos trabalhos selecionados. No Quadro 2 mostra os resultados encontrados.

Quadro 2- Conceitos usados pelos autores nos estudos selecionados

Título da publicação	Autores	Conceito
Inveja, Bem-Estar Subjetivo e Saúde Mental nos Locais de Trabalho	Mary Dayane Souza Silva	A inveja tem consequência destrutiva sobre cada pessoa na organização, com isto pode representar uma ameaça à saúde mental no trabalho.
Bem-Estar e Saúde mental com o Preditores da Inveja Docente em Instituições de Ensino Superior Públicas	Mary Dayane Souza Silva	A inveja seja um sentimento desconfortável e as pessoas tentem se livrar das emoções desagradáveis que sentem.
A Inveja no Âmbito Organizacional	Luiz Munari	Esse tipo de inveja, de alguma maneira, “move” o indivíduo a querer a ajudar o próximo, o que revela que a inveja nem sempre se trata somente de um sentimento ruim. Logo, como a organização é sistema que depende do exercício das funções de seus sujeitos, a mediação do profissional de relações públicas se faz necessária para manter a organização em equilíbrio.
A Influência das Relações Interpessoais no Desenvolvimento e Desempenho de Engenheiros : Um Estudo de Caso nas Indústrias Químicas	Murilo Ferreira Chaguri	As relações interpessoais são fatores responsáveis pela boa formação de um ambiente de trabalho favorável, impactando diretamente no desempenho dos colaboradores ali presentes.
A Inveja Como Fator Motivacional nas Organizações	Henrique Araujo dos Santos	O sentimento da inveja é um fator motivacional para cada pessoa dentro da organização, podendo ser algo cotidiano organizacional.
“O Monstro de Olhos Esverdeados”: Gestão da Inveja em Uma Organização Educacional	Ricardo Ribeiro Rocha Marques	Segundo os membros da gestão da escola abordada é destacado que a principal consequência do sentimento de inveja é a perda da eficiência e da produtividade da organização, e o aspecto negativo é a emoção, mas também compreendem que a pessoa não nasce invejosa pois é um sentimento que aflora ao longo das experiências vividas
Classificação do Sentimento Inveja em 133 Gestores	Nilton César Pasquini	Foi constatado que esse sentimento em uma organização é prejudicial e que os gestores devem formular estratégia para esse conflito e filtrar, diagnosticar no processo de seleção para ingresso na empresa.
Inveja em Organizações Públicas: Reflexões Introdutórias	Richard Medeiros de Araújo	A inveja é um sentimento presente em praticamente todos os ambientes da convivência humana. As consequências seriam a

		diminuição da eficácia organizacional .
Conflito Organizacionais: As Interferências do Fator Inveja no Ambiente Organizacional	Renata Kaline dos Santos	É necessário criar estratégias para minimizar os conflitos, em especiais os conflitos decorrentes da inveja. Percebe-se que os resultados dos conflitos para a organização são inúmeros, podendo ser positivo ou negativo.
Liderança, Qualidade de Troca Social em Equipes de Trabalho e o Comprometimento Organizacional: Um Estudo com Peacekeepers Brasileiro no Haiti.	Paolo Rosi D'ávila	A análise conclusiva permitiu inferir no nível intrapessoal que a relação entre a qualidade de troca líder-liderado impacta de forma significativa a qualidade de troca em equipes e que o componente afetivo do comprometimento organizacional media esta relação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Como visto no quadro 2 acima, os conceitos de cada publicação em relação aos estudos inveja organizacional, ao analisar mostram 4 tipos de resultados, sendo eles: Inveja prejudicial a saúde mental, a inveja como um sentimento, a inveja como uma ferramenta estratégica e a inveja na liderança de uma organização.

No estudo de Mary Dayane Souza Silva com o título da publicação Inveja, Bem-Estar Subjetivo e Saúde Mental nos Locais de Trabalho, relata que a inveja no local de trabalho conseqüentemente leva uma piora no bem-estar e na saúde mental do trabalhador.

Schalk (2000) ao demonstrar que as atitudes no local de trabalho estavam relacionadas à licença-doença e que essa relação era mediada pela saúde do trabalhador. Indicando que o aumento da satisfação com a vida no trabalho pode melhorar a saúde, o que, por sua vez, pode levar a uma menor licença médica. Pois, os trabalhadores afetados por problemas de saúde mental e insatisfação com suas atividades correm um risco maior de se tornarem desligados da força de trabalho, sendo menos produtivos (Lim, Sanderson & Andrews, 2000), experimentando níveis mais altos de problemas de saúde física e de se envolverem em acidentes (Harnois & Gabriel, 2002).

Como no estudo realizado por Gold (1996) no qual a inveja foi significativamente associada ao bem-estar psicológico, sentimento depressivo e ansiedade. O que, por sua

vez, pode induzir a comportamentos ressentidos e hostil (DUFFY, *et al.*, 2012) para o objeto de sua inveja (HILL; DELPRIORE; VAUGHAN, 2011).

Portanto, as organizações devem distinguir as emoções negativas onde envolve a relação de satisfação e de problemas com a saúde para que resulta num menor absentismo.

Nos estudos que selecionados sendo eles: Bem-Estar e Saúde mental com o Preditores da Inveja Docente em Instituições de Ensino Superior Públicas; A Inveja no Âmbito Organizacional; A Inveja Como Fator Motivacional nas Organizações; “O monstro de olhos esverdeados”: Gestão da inveja de uma organização Educacional; Classificação do sentimento inveja em 133 gestores; e Inveja em organizações públicas: Reflexões introdutórias, trabalham a inveja como um sentimento.

Os sentimentos de inveja vivenciados pelos sujeitos estão enraizados na ideia de que tudo o que o outro possui deve ser seu por direito. Indivíduos invejosos sentem-se privados daquilo que as pessoas invejadas possuem, e ver isso no outro caso o sofrimento insuportável (VIDAILLET, 2008).

Relacionando o sentimento de inveja a outros sentimentos, tais como o ciúme, observa-se um grande grau de complexidade, como uma via de mão dupla, onde o indivíduo pode ser agente desenvolvedor de ações para este sentimento, ou ser alvo de quaisquer ações geradas à partir dele. Sendo assim, pode-se dizer que o indivíduo pode desenvolver o sentimento invejoso e aplicá-lo tendo como alvo outros indivíduos, ou então pode se tornar o indivíduo que é alvo da inveja, tendo a possibilidade de observar por dois ângulos totalmente diferentes como ocorre e como é desenvolvida a inveja (TOMEI, 1997).

Ninivaggi (2010) ainda afirma que historicamente a inveja tem sido tratada como um sentimento destrutivo, pejorativo e doloroso. Em seus aspectos, em todas as culturas e em tudo o que é retratado, o sentimento da inveja é sempre visto como algo a ser condenado por quem pratica, devendo ser algo vergonhoso por parte de quem pratica e sempre alinhada a ideologias negativas, historicamente vem sendo retratada como tal e replicada com base em suas concepções prévias.

Por isso, o sentimento de inveja está presente em todos os ambientes onde se convive, mas nas organizações a dificuldade de ser compreendida é maior pois é um sentimento amplo, um sentimento negativo e positivo e acaba se tornando mais difícil suas ações em uma organização.

Os estudos publicados que trabalham ferramentas estratégicas da inveja são: A Influência das Relações Interpessoais no Desenvolvimento e Desempenho de Engenheiros: Um Estudo de Caso nas Industrias Química e Conflito Organizacionais: As Interferências do Fator Inveja no Ambiente Organizacional.

Para Brondani (2010), a chave para o sucesso de uma empresa está no estabelecimento de um conjunto de competências essenciais e conhecimentos integrados, que a distinguem de seus concorrentes e agregam valor para o cliente.

Para Silva *et al.* (2007) a forma de ser, pensar e agir influencia diretamente os relacionamentos em todas as organizações. Ao se instaurar um clima harmônico, positivo e de respeito, pode-se ter um ambiente sadio e sem grandes turbulências.

Embora a inveja seja um sentimento natural, nas organizações esse sentimento é usado como uma ferramenta estratégica, pois a busca de eficiência e resultados para as organizações gera motivação para os trabalhadores.

No estudo sobre Liderança, Qualidade de Troca Social em Equipes de Trabalho e o Comprometimento Organizacional: Um Estudo com Peacekeepers Brasileiro no Haiti, trabalham a inveja como liderança.

Os estudos de Jehn (1997) destacam a importância que o relacionamento adquire em termos da gestão de conflito de equipes. Desta forma, pode-se concluir que a relação entre os membros de uma equipe de trabalho pode contribuir para a criação ou para a solução de conflitos. As conclusões de Boies e Howell (2006) enfatizam a importância da liderança na mediação de conflitos da equipe.

Barbutto e Gifford (2012) concluíram como relevante para o desenvolvimento da liderança, que líderes devem ser estimulados a entender as diferenças de motivação no trabalho bem como seu impacto sobre os indivíduos no local de trabalho.

A inveja é o sentimento mais prejudicial no ambiente de trabalho, em uma organização o líder precisa permitir um bom relacionamento com seus colaboradores para assim contribuir para um local de trabalho mais harmonioso.

A área de Recursos Humano (RH) nas organizações é conhecida por ser responsável pela gestão dos colaboradores, o Rh é o alicerce para o desenvolvimento das pessoas e organização. É um dos pilares mais importante das organizações, pois é passando pelo rh que são selecionados os colaboradores, quando há um conflito nas organizações com seus colaboradores é o rh que resolve da melhor maneira.

A inveja pode ser um fator desmotivador ou motivador partindo do pressuposto de que a motivação é pessoal, íntima, interna e raramente sentida, percebida e

compreendida. Com o ciúme centrado na esfera emocional, o trabalho em equipe pode ser um verdadeiro desastre, com resultados contraditórios; ao mesmo tempo, alguns colaboradores se inspiram no sucesso, poder e reconhecimento dos membros da equipe, enquanto outros se sentem humilhados e machucados, criando tensão, rebelião e um desejo constante de eliminar outros pontos de referência do sucesso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apresentou o tema sobre inveja organizacional e como eles são apresentados na literatura. Para essa finalidade foi desenvolvida um estudo bibliométrico, onde buscou identificar a evolução dos estudos sobre inveja organizacional na base de dados do Google Acadêmico entre os anos de 2011- 2021.

Na metodologia, foi utilizado o método bibliométrico com a abordagem quantitativa e classificada como descritiva. Foram analisados 10 estudos referente ao tema inveja organizacional.

Este estudo teve como objetivo Geral: Elaborar uma bibliometria sobre os estudos científicos que abordam a inveja organizacional entre os anos 2011 a 2021 na base de dados do Google Acadêmico e os objetivos específicos para auxiliar na direção da pesquisa, sendo eles: a) Identificar a evolução dos estudos sobre inveja organizacional; b) Descrever os autores, instituições que mais publicaram sobre o tema da inveja organizacional; c) Identificar as metodologias mais utilizadas nos trabalhos publicados nos últimos dez anos; d) Analisar os conceitos de inveja organizacional proposto nos trabalhos selecionados. A seguir, são elencados os resultados alcançados de cada objetivo específico deste estudo.

No primeiro objetivo específico, vale ressaltar que não foram encontrados estudos sobre o tema inveja organizacional nos anos de 2011 e 2012. Nos anos de 2013 a 2017 os dados se mantiveram constantes com 1 estudo publicado por ano, em 2018 houve um aumento de estudos publicados observando 3 estudos publicados esse ano. Em 2019 e 2021, houve uma queda nas publicações onde nenhum estudo foi encontrado. Em 2020, foram encontrados 2 estudos publicados.

O segundo objetivo, foi realizar um levantamento dos autores e instituições que mais se destacaram em publicações dentre os estudos selecionados. Desta forma, foi apresentada a autora que mais se destacou, Mary Dayane Souza Silva, que teve 2 estudos publicados sobre o tema inveja organizacional. No segundo objetivo foram apresentadas as instituições que mais publicaram sobre o tema inveja organizacional, foram 10 instituições de acordo com os estudos selecionados, cada uma com uma publicação.

O terceiro objetivo, a metodologia mais utilizada no período selecionado. A pesquisa apontou, portanto, que a metodologia nos trabalhos selecionados, que mais prevaleceu, foi de natureza qualitativa. A ênfase na metodologia qualitativa pode ser adequada, visto que o tema da inveja organizacional vem de áreas da administração que confirmam essa metodologia de trabalho.

O quarto objetivo específico foi analisar os conceitos de inveja organizacional proposto nos trabalhos selecionados. Para este objetivo específico os resultados foram encontrados 4 tipos de resultados, sendo eles: Inveja prejudicial à saúde mental, a inveja como um sentimento, a inveja como uma ferramenta estratégica e a inveja na liderança de uma organização.

O sentimento de inveja envolve problemas pessoais, profissionais e sociais, na maior parte dos casos afeta o bem-estar da pessoa, levando a sentimentos desanimadores, deprimentes, entre outros problemas afetando a saúde mental.

A inveja é um sentimento presente em praticamente em todos os ambientes de convivência humana, este sentimento muitas vezes é encarado como ruim, mas também pode-se tirar proveito para a evolução própria tanto dentro das organizações como também na vida pessoal, mas sem prejudicar ninguém.

Os gestores devem saber identificar como os colaboradores da organização lidam com o trabalho e como se comportam tanto como trabalhando sozinho como também trabalhando em equipe, pois estará lidando com pessoas, e cada pessoa tem um tipo de comportamento diferente podendo aumentar mais conflitos. O gestor deve saber o grau da complexidade dos conflitos gerado pela inveja dentre os seus colaboradores, assim saber trabalhar com o jeito de cada um, para que haja um bom entendimento entre todos.

REFERÊNCIAS

ABBASI, A.; CHUNG, K.; HOSSAIN, L. Egocentric analysis of co-authorship network structure, position and performance. **Information Processing and Management**, v. 48, n.4, p. 671-679, 2012. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

ANDRADE, M. M. D. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/TCCS-PG-2018-2/A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_HENRIQUE_ARAUJO_DOS_SANTOS.pdf. Acesso em: 23 set. 2022.

ARISTÓTELES. Da inveja. In: ARISTÓTELES. **Retórica das Paixões**. São Paulo, Editora Martins Fontes, 2000, p. 67-70. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0233-1.pdf>. Acessado em: 05 Jul. 2022.

BAYER, A.; SMART, J. Career publication patterns and collaborative “styles in American academic science. **Journal of Higher Education**, v. 62, p. 615-636, 1991. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

BAUER, J. A. **The Role of Discrete Emotions in Predicting Counterproductive Work Behavior**. A thesis submitted the degree of Masters of Arts Department of Psychology College of Arts & Sciences University of South Florida, p. 1-122, 2011. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/2012> Acesso em: 20 dez. 2022.

BERMAN, A. Envy. **Competition and gender: Theory, clinical applications and group work**. London: Routledge, 2007. Disponível em: <https://revbraspsicodrama.org.br/rbp/article/view/148/133>. Acesso em 16 Jul. 2022.

BERGUE, S. T.. **Comportamento organizacional**. Departamento de Ciências da Administração/UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2010. Disponível em: https://eventos.uceff.edu.br/eventosfai_dados/artigos/inovagro2017/795.pdf. Acesso em: 18 Jul. 2022.

BRONDANI, J. P. **Relacionamento interpessoal e o trabalho em equipe: uma análise sobre a influência na qualidade de vida no trabalho**. 2010. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29873/000779376.pdf?sequence=1> Acesso em: 20 dez. 2022.

CAREGNATO, Sonia Elisa. **Google Acadêmico como ferramenta para os estudos de citações: Avaliação da Precisão das Buscas por Autor**. Ponto de Acesso, v. 5, n. 3, p. 72-86, 2012. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/viii/sesa/paper/viewFile/4594/2796> Acesso em: 05 Jul. 2022.

COHEN-CHARASH, Y. Episodic envy. **Journal of Applied Social Psychology**, 39, 2128-2173, 2009. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/2012/491492236>. Acesso em: 10 nov.2022.

COHEN-CHARASH, Y; MUELLER, J. S. Does perceived unfairness exacerbate or mitigate interpersonal counterproductive work behaviors related to envy? **Journal of Applied Psychology**, n. 92, p. 666–680, 2007. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/2012/491492236>. Acesso em: 10 nov. 2022.

CHANLAT, Jean-François. **O indivíduo nas organizações: dimensões esquecidas**. São Paulo: Atlas, 1992. Disponível em: <file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-InvejaEmOrganizacoesPublicas-5113453.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

CHUEKE, Gabriel, V.; AMATUCCI, Marcos. **O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum**. São Paulo: FEA/USP, ESPM, 2015. Disponível em: <https://internext.espm.br/internext/article/view/330/233> . Acesso em: 04 jul. 2022.

CREPALDI, L. A inveja no mundo atual. **Revista IMES Comunicação**, São Caetano do Sul, v. 2, i. 4, p. 60-62, 2002. Acesso em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5910245>. Acesso em: 05 jul. 2022.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. Porto Alegre, RS: Penso, 2014. Disponível em: [file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20\(2\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20(2).pdf) Acesso em: 25 nov. 2022.

CRONIN, B. Collaboration in Art and in Science: Approaches to attribution, authorship, and acknowledgment. **Information & Culture**, v. 47, n. 1, p.18-37, 2012. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

DE ARAÚJO, Richard Medeiros et al. **Inveja em organizações públicas: reflexões introdutórias**. Diálogo, n. 25, p. 71-89, 2014. Disponível em: <https://svr-net15.unilasalle.edu.br/index.php/Dialogo/article/view/1339>. Acesso em: 18 jul.2022.

DE LA MORA, Gonzalo Fernandez. **Egalitarian envy: The political foundations of social justice**. iUniverse, 2000. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-53932011000100002 .Acesso em: 16 jul.2022.

DUFFY, M. K.; SHAW, J. D. The salieri syndrome consequences of envy in groups. **Small Group Research**, v. 31, n. 1, p. 3-21, 2000. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/2012/491492236>. Acesso em: 10 nov.2022.

ENGLBRECHT, T.; HANKE, S.; KUANG, Y. An assessment of patterns of co-authorship for academic accountants within premier journals: Evidence from 1979–2004. **Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting**, v.

25, n.2, p. 172-181, 2008. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. Disponível em: https://www.lcsantos.pro.br/wp-content/uploads/2021/03/218_A_TECNICA_DO_QUESTIONARIO.pdf Acesso em: 25 nov. 2022.

FERREIRA, A. B. H. **Aurélio, século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999. Disponível em: <file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-OMonstroDeOlhosEsverdeados-5910245.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2022.

FERREIRA, Patrícia Itala. **Clima organizacional e qualidade de vida no trabalho**. Rio de Janeiro: LTC, 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/4975/1/20976808.pdf>. Acesso em: 06 jun.2022.

GAUDÊNCIO, Sale Mário; FIGUEIREDO, Jéssica; LEITE, Rodrigo de Almeida. **Guia de Fontes Eletrônicas de Informação: um contributo à pesquisa acadêmica**. 2009. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/viii/sesa/paper/viewFile/4594/2796> .Acesso em: 05 jul.2022.

GOLD, B.T. Enviousness and its relationship to maladjustment and psychopathology. **PersIndividDif**, n. 21, p. 311-321, 1996. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/2012> Acesso em: 20 dez. 2022.

GIL, A. C. **Método e técnicas de pesquisa social**. São Paulo, SP: Atlas. 1999. Disponível em: [file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20\(2\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20(2).pdf) Acesso em: 25 nov. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em: https://www.lcsantos.pro.br/wp-content/uploads/2021/03/218_A_TECNICA_DO_QUESTIONARIO.pdf Acesso em: 25 nov. 2022.

GINO, F.; PIERCE, L. **Dishonesty in the name of equity**. **Psychological Science**, n. 20, p.1153-1160, 2009. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/2012/491492236>. Acesso em: 10 nov.2022.

GUIBEL, B. F. L; KLIJN, T. P. **Nivel de satisfacción laboral en enfermeras de hospitales públicos y privados de laprovincia de concepción, Chile**. **Ciencia y Enfermería** .Ix n. 2, p 57-66, 2003. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/2012>. Acesso em: 16 jul. 2022.

JACSÓ, P. **Google Scholar: the pros and the cons**. Online Information Review, v. 29, n. 2, p. 208-214, 2005. Disponível em : <http://www.ufpb.br/evento/index.php/viii/sesa/paper/viewFile/4594/2796> Acesso em: 05 jul.2022.

Harnois, G., & Gabriel, P. (2002). Mental health and work: impact, issues and good practices. World Health Organization and the International Labour Organisation (pp. 1-56). Disponível em: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1223&context=gladnetcollect> Acesso em: dez. 2022.

KLEIN, Melanie. **Inveja, Gratidão e outros trabalho**. Rio de Janeiro. Imago: 1991. Disponível em: <https://www.psicologiasemfronteiras.com.br/2015/07/inveja-e-ciume.html#:~:text=Neste%20caso%20h%C3%A1%20uma%20tend%C3%Aancia,que%20ela%20tirou%20notas%20boas>. Acesso em: 16 jul.2022.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2014. Disponível em: [file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20(1).pdf). Acesso em: 10 jun. 2022.

LUUKKONEN, T.; TIJSEN, R.; PERSSON, O.; SIVERTSEN, G. The measurement of international scientific collaboration. **Scientometrics**, v. 28, n. 1, p. 15-36, 1993. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

Maris, Z. D., Saidabadi, R. Y., & Niazazari, K. (2016) **Introducing a model of Organizational envy management among university faculty members; a mixed research approach**. Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, International Review, 3-4, 92-110.

MARQUES, Ricardo Ribeiro Rocha; CAVALCANTE, Carlos Eduardo; FERRAZ, Tairine Vieira. **“O Monstro De Olhos Esverdeados”**: gestão da inveja em uma **Organização Educacional**. RACE, Revista de Administração, Contabilidade e Economia, Joaçaba: Ed. Unoesc, v. 16, n. 1, p. 283-304, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/race> . Acesso em: 05 jul.2022.

MELO, S. C. A. **Bem-estar subjetivo e bem-estar no trabalho: um estudo com idosos que trabalham**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Psicologia. 2007. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/2012>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MENON, T.; THOMPSON, L. **Envy at work**. Harvard Business Review, v.88, n.4, p.74-79, 2010. Disponível em: <file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/SilvaRoazziSousaSilvaSilva2019.Invejana%20percepodosprofessoresuniversitrios.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

MINAYO, M. C. O desafio da pesquisa social. In: Minayo, M. C. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro, RJ: Vozes, 2009. Disponível em:

[file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20\(2\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/49-Texto%20do%20artigo-151-1-10-20211225%20(2).pdf) Acesso em: 25 nov. 2022.

MUNARI, Luis; LASTA, Elisangela. **Inveja**. Intercom: Belo Horizonte - MG , 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0233-1.pdf> .Acesso em: 04 jul.2022.

NINIVAGGI, Frank John. **Envy Theory: Perspectives on the Psychology of Envy**. Estover Road, United Kingdom: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2010. Disponível em: https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/TCCS-PG-2018-2/A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_HENRIQUE_ARAUJO_DOS_SANTOS.pdf. Acesso em: 04 jul. 2022.

O'NEILL, O. A; MUELLER, J. S. **Demography, emotional expressivity, and undermining in a female-dominated organization**. *Academy of Management Proceedings*, n. 1, 1-6,2011.

PHELAN, S.; FERREIRA, M.; SALVADOR, R. The first twenty years of the Strategic Management Journal. **Strategic Management Journal**, v. 23, n.12, p. 1161-1168, 2002. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

RABUSKE, I. J. **Movidos pela inveja: os adversários de Jesus e suas motivações em MC 2.1-3-6**. *Estudos Teológicos*, v. 46, n. 1, 2006. Disponível em: http://periodicos.est.edu.br/index.php/estudos_teologicos/article/viewArticle/501 Acesso em: 14 jun.2022.

RIBEIRO, Ricardo; CAVALCANTE, Carlos Eduardo; FERRAZ, Tairine Vieira. “**O monstro de olhos esverdeados**”: **gestão da inveja em uma organização educacional**. *Race: revista de administração, contabilidade e economia*, v. 16, n. 1, p. 283-304, 2017. Disponível em: [file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-OMonstroDeOlhosEsverdeados-5910245%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-OMonstroDeOlhosEsverdeados-5910245%20(1).pdf). Acesso em: 14 jun. 2022.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. *Métodos de pesquisa das relações sociais*. São Paulo: Herder, 1965. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em:08 jul.2022.

SILVA, Armando Malheiro. **Literacia Informacional e o Processo Formativo Desafios aos Profissionais da Informação**. In: ACTAS DO CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS. Actas... 2010. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/viii/sesa/paper/viewFile/4594/2796> . Acesso em: 08 jul.2022.

Sias, P. M., Heath, R. G., Perry, T., Silva, D., & Fix, B. **Narratives of workplace friendship deterioration**. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), 321–340, 2004.

SILVA, D.; SIMON, F. O. **Abordagem quantitativa de análise de dados de pesquisa: construção e validação de escala de atitude**. Cadernos da CERU. São Paulo, SP, v. 16, n. 2, p. 11-26, 2005.

SILVA, *et al.* **Relacionamento interpessoal no contexto organizacional**. 2007. Disponível em: http://www.convibra.com.br/2008/artigos/289_0.pdf Acesso em: 20 dez. 2022.

Schaubroeck, J., & Lam, S. K. (2004). **Comparing lots before and after: Promotion rejectees' invidious reactions to promotees**. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 94, 33–47.

SHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. SP:Atlas, 2009. Disponível em: <file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-InvejaEmOrganizacoesPublicas-5113453.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

SMITH, R. *et al.* Envy and schadenfreude. **PSPB**, v. 22, n. 2, p. 158-168, 1996. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/2012/491492236>. Acesso em: 10 nov.2022.

STOKOLS, D.; HARVEY, R.; GRESS, J.; FUQUA, J.; PHILLIPS, K. In vivo studies of transdisciplinary scientific collaboration: Lessons learned and implications for active living research. **American Journal of Preventive Medicine**, v. 28, n. 2, p. 202-213, 2005. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

SWANSON, E. Publishing in the majors: A comparison of accounting, finance, management, and marketing. **Contemporary Accounting Research**, v. 21, n. 1, p. 223-255, 2004. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.

TOMEI, Patrícia Amélia: “**Análise Comparativa da Gerência da Inveja nas Organizações brasileiras e francesas**”; *Revista de Administração*, São Paulo v.32, n.1, p. 5-13, jan/mar 1997. Disponível em: https://www.ifspcaragatatuba.edu.br/images/conteudo/TCCS-PG-2018-2/A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_HENRIQUE_ARAUJO_DOS_SANTOS.pdf. Acesso em: 04 jul.2022.

TOMEI, Patrícia Amélia. **Inveja nas Organizações** / Patrícia Amélia Tomei. – São Paulo: Makron Books, 1994. Disponível em: https://www.ifspcaragatatuba.edu.br/images/conteudo/TCCS-PG-2018-n2/A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_A_INVEJA_COMO_FATOR_MOTIVACIONAL_NAS_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES_-_HENRIQUE_ARAUJO_DOS_SANTOS.pdf. Acesso em: 06 jun.2022.

TOMEI, Patrícia Amélia. **Inveja nas organizações**. São Paulo: Macron Books, 1994. Disponível em: <http://www.sbgc.org.br/blog/a-inveja-na-gestao-do-conhecimento-parte-ii-ambito-organizacional>. Acesso em: 16 jul.2022.

TOMEI, P. A. Inveja nas organizações. São Paulo: Makron Books, 1994. Disponível em: <file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Dialnet-InvejaEmOrganizacoesPublicas-5113453.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> . Acesso em:05 jul.2022.

VAN DIJK; W. *Wet al.* **When people fall from grace**: reconsidering the role of envy inschadenfreude. *Emotion*, v. 6, n. 1, p. 156–160, 2006. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/2012/491492236>. Acesso em: 10 nov.2022.

VIDAILLET, B.. *Workplace envy*. Palgrave Macmillan, 2008. Disponível em: <file:///D:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/SilvaRoazziSousaSilvaSilva2019.Invejana-percepodosprofessoresuniversitrios.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

WRAY, K. Scientific authorship in the age of collaborative research. **Studies in History and Philosophy of Science**, v. 37, n.3, p. 505-514, 2006. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/381/192>. Acesso em: 23 set. 2022.