

O PRODUTIVISMO ZEN: REFLEXÕES SOBRE O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO DE PRÁTICAS BUDISTAS

NATÁLIA NUNES DA CUNHA¹; CHARLES BUCHWEITZ BERGMANN²; MARCIO SILVA RODRIGUES³

¹Universidade Federal de Pelotas – natalia.nunesdacunha@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – charlesbbergmann@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – marciosilvarodrigues@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A crescente demanda por mercadorias e o consumo em demasia faz com que as empresas se tornem as instituições centrais de maior influência sobre as sociedades modernas. Segundo Solé (2004) a nova relação entre indivíduos e corporações faz com que os bens adquiram uma conotação mercantil a vista de uma lógica empresarial. Ainda segundo o autor, quando começamos a perceber o que comemos, vestimos e os locais de entretenimento onde passamos parte de nosso tempo livre, constatamos que são as empresas que fornecem a nossa conduta de vida, por isso, Solé (2004) caracteriza o nosso mundo como Mundo-empresa.

Quaisquer bens ou serviços que compramos, até mesmo nossos sonhos são mercadorias produzidas essencialmente por empresas (RODRIGUES, SILVA, DELLAGNELO, 2014), porquanto, à medida que a empresa adquire proporções, e/ou atinge locais geograficamente inóspitos, ela consolida e impõe maneiras de agir e pensar típicos de nossa sociedade (RODRIGUES, CARVALHO, 2019). Esse processo de generalização da forma empresa é chamado de processo de empresarialização. Ele está relacionado a um fenômeno que parte da premissa que a empresa é a organização central do mundo moderno.

Sendo a empresa o elemento central no nosso mundo, é notório que poucas esferas conseguem escapar desse modelo. Por exemplo, áreas como a educação, saúde e cultura vêm sendo transformadas em mercadorias, uma vez que as pessoas também estão se comportando cada vez mais dentro dessa lógica empresarial. Cabe mencionar que alguns estudos que trataram a empresarialização nessas áreas foram realizados pelos seguintes autores: Borges, Barcelos e Rodrigues (2018); Rodrigues e Silva (2019b); Rodrigues, Silva e Dellagnelo (2014).

Outro campo que está sendo submetido a essa lógica é o da religião. Dentro desse primeiro grande grupo de estudos desenvolvidos, citam-se os trabalhos de Serra (2005) e Gonçalves, Serra e Costa (2007), os quais se empenharam em analisar o que esses autores denominaram de “empresarialização do sagrado”, a partir de uma discussão que buscou verificar a existência de uma vinculação entre o processo de empresarialização e as mudanças na estrutura organizacional de igrejas evangélicas brasileiras. Nesse sentido, percebe-se um processo no qual premissas que antes eram estranhas a esse modelo empresarial, hoje são apropriadas por este mecanismo com o intuito de elevar o nível de produtividade, diminuir as tensões entre capital e trabalho, afim de construir pessoas que produzam mais.

Dentre as religiões daremos ênfase ao Budismo, este sendo entendido como um sistema ético e filosófico, originado no norte da Índia. O surgimento do Budismo compreende o período do século VI a.c, inicialmente praticado por Sidarta Gautama (conhecido popularmente como o Buda). No início do século XX,

chegou no Brasil com a vinda dos imigrantes japoneses, que ao mesclar-se com esta nova realidade, se adaptaram e aculturaram aos costumes do país. Apesar de ser compreendida como uma filosofia que, teoricamente é alheia a qualquer questão econômica, é evidente a existência de um processo de apropriação e um constante incentivo nos últimos anos ao estilo de práticas budistas, muito em decorrência dos próprios prejuízos causados pelo avanço dessa lógica empresarial, como o estresse, a ansiedade, o esgotamento, dentre inúmeros outros sintomas ocasionados por essa forma de organização.

Por isso, nesse trabalho, fruto de uma primeira aproximação com a referida temática, haverá a discussão e aproximação da ideia de empresarização com a religião. Nesse estudo iremos analisar o processo de apropriação de práticas budistas pelas empresas, a partir de reportagens retiradas da revista Exame.

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, que de acordo com Creswell (2010) oferece uma maior flexibilidade ao pesquisador, pois apresenta uma subjetividade em relação aos diferentes caminhos de investigação no decorrer do estudo. Por se tratar de uma aproximação inicial com o tema, serão utilizados dados secundários, ou seja, aqueles materiais reunidos e apurados com a finalidade de auxiliar nas “dificuldades” da pesquisa. As reportagens foram coletadas da maior revista de negócios do Brasil, a revista Exame e o método de análise utilizado é o descritivo-interpretativo, ou seja, iremos descrever e associar a perspectiva teórica utilizada.

A Exame foi criada em 1971, tendo como referência a revista norte-americana Fortune que tinha por objetivo divulgar informações a respeito do mundo empresarial. Nos anos 1980, a revista Exame conquista o status de principal veículo de publicações de negócios da imprensa brasileira e, atualmente disponibiliza matérias sobre fatos econômicos e seus impactos nas empresas (DONADONE, 2000).

Foi feita uma pesquisa sobre o Budismo e o mundo empresarial, utilizando-se as seguintes palavras-chave: meditação, produtividade, trabalho, carreira, empresas e felicidade. Nessa busca foram encontradas cerca de 60 reportagens entre os anos de 2008 e 2019 que retratavam pelo menos um dos termos citados acima, tendo sido considerados de maior relevância 3 artigos. A escolha para estes se deu em decorrência das limitações de espaço, entretanto, nos próximos trabalhos todos os outros serão incluídos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste momento iremos discorrer sobre como as empresas estão se apropriando dos ensinamentos budistas, por meio do uso de práticas que antes eram vistas somente sob a perspectiva do crescimento do indivíduo enquanto ser. A verificação dessa afirmação pode ser vista comumente na mídia, uma vez que as práticas estão sendo cada vez mais empossadas por um universo que, até então era distinto da filosofia budista, sendo este o empresarial. As práticas passam a ser adaptadas e trabalhadas para que sirvam aos propósitos desse novo ambiente, o qual busca essencialmente aumento da produtividade e redução de conflitos por meio do controle do estresse e da ansiedade.

No artigo intitulado “Parar, respirar, meditar. Até no trabalho”; Márcia Di Domenico (2014) discorre sobre as vantagens da prática de meditação em ambientes corporativos, dentre elas: a melhora dos relacionamentos entre os

departamentos, o alívio do estresse e da ansiedade e a regulação dos impulsos emocionais. Conforme a reportagem, E-bay, Facebook e Google são exemplos de grandes corporações que utilizam programas de *mindfulness*, palestras com mestres budistas e disponibilizam espaços próprios para meditar. É importante observar que práticas como essas podem significar uma melhora nos processos atencionais, onde a mente torna-se mais alerta, fato este que poderá influenciar na produtividade dos funcionários (DI DOMENICO, 2014).

José C e Nataly P (2014) em “Seja mais produtivo, mantendo o foco, como quer Goleman” baseando-se nas ideias de Daniel Goleman, psicólogo americano aponta que a capacidade de manter o foco é essencial para obter altos índices de produtividade no trabalho. Além disso, o autor afirma que a atenção é como um músculo mental, podendo ser treinada e com isso fortificando as nossas conexões neurológicas, ou seja, por meio da meditação podemos treinar a nossa capacidade de manter a atenção.

Na terceira reportagem, um exemplo de empresarização no cenário brasileiro pode ser observado na maior empresa de telefonia do Brasil Vivo/Telefônica. Tatiana Vaz em “Vivo quer que funcionários (e clientes) meditem” apresenta que no ano de 2017 foi criada uma sala de meditação dentro da sede da empresa em São Paulo e um aplicativo desenvolvido com a intenção de proporcionar relaxamento e controlar a ansiedade.

Em suma, podemos observar o evidente processo de apropriação realizado pelas grandes empresas (nacionais e internacionais), onde as práticas de *mindfulness* são utilizadas no intuito de otimizar a produtividade dos trabalhadores e, com isso gerar uma maior lucratividade. Para tanto, ficou claro que para a obtenção desse resultado – produtividade – as empresas buscam que os funcionários sejam cada vez mais capazes de se autocontrolarem, ou seja, a adoção da meditação e/ou *mindfulness* faz com que eles produzam mais, com foco na tarefa e ainda, reduzam seus níveis de estresse e ansiedade.

Nesse sentido, a aproximação com as reportagens estudadas nos possibilitou constatar que as empresas, principalmente as multinacionais, estão passando por um processo crescente de apropriação dos conhecimentos da filosofia budista. Entretanto, os pressupostos em que esta se baseia vão na direção contrária com o que propõe a lógica empresarial, visto que nesta última o foco é exclusivamente e/ou majoritariamente a obtenção de lucro e produtividade.

4. CONCLUSÕES

Podemos perceber o notório impacto da utilização de práticas budistas como artifícios em ambientes empresariais que, em suma, são extremamente hostis. Propomos analisar nesse estudo como as empresas estão se transformando e adentrando em campos que antes eram inimagináveis que houvesse possibilidade de correlação, ou seja, a lógica empresarial está cada vez mais disposta a se apropriar de mecanismos que auxiliem no seu desenvolvimento.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, J. C. P.; BARCELOS, M.; RODRIGUES, M. S. Empresarização da saúde pública: o caso da EBSERH. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v.12, n.4, p.75-90, out/dez. 2018.

COSTA, J. E., PUGLIESI, N. **Seja mais produtivo, mantendo o foco, como quer Goleman**. Revista Exame, São Paulo, 16 jan. 2014. Acessado em 02 ago. 2019. Online. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/seja-mais-produtivo/>

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DI DOMENICO, M. **Parar, respirar, meditar. Até no trabalho**. Revista Exame, São Paulo, 07 ago. 2014. Acessado em 02 ago. 2019. Online. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/a-meditacao-produtiva/>

DONADONE, J. C. Imprensa de negócios, dinâmica social e os gurus gerenciais. Anais do I EnEO, Curitiba, 2000.

GONÇALVES, J. C. de S.; SERRA, A. R. C.; COSTA, C. E. S. A empresarização do sagrado: um estudo sobre a estruturação de igrejas protestantes brasileiras. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 6, n. 2, p. 1-14, 2007.

RODRIGUES, M.; CARVALHO, R. Empresarização e modernidade: a ideia de empresa no centro do mundo. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**. Rio de Janeiro, v.6, n.1, p.40-76, 2019.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C.; DELLAGNELO, E. H. L. O processo de empresarizações culturais brasileiras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v.8, n.1, p.66-85, jan/mar. 2014.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C. da. Nova república, novas práticas: uma análise do processo de empresarização do ensino superior no Brasil (1990-2010). **Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade** (Farol), v.6, n.15, p.176-218, 2019b.

SERRA, A.R. C. **A empresarização do sagrado: um estudo sobre a estruturação de igrejas dos protestantismos brasileiros**. Orientadora: Rosimeri Carvalho da Silva. 2005. 195f. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

SOLÉ, A. A. **¿Qué es una empresa? Construcción de un idealtipo transdisciplinario**. *Working Paper*. Paris, 2004.

VAZ, T. **Vivo quer que funcionários (e clientes) meditem**. Revista Exame, São Paulo, 23 jun. 2017. Acessado em 02 ago. 2019. Online. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/vivo-quer-que-funcionarios-e-clientes-meditem/>