

A EMPRESA COMO TOTEM DA MODERNIDADE: DISCUSSÕES E REFLEXÕES INICIAIS

GUSTAVO MACEDO DOS SANTOS¹; MARCIO SILVA RODRIGUES²

¹Universidade Federal de Pelotas – santos.gustavomacedo@outlook.com

²Universidade Federal de Pelotas – marciosilvarodrigues@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

PAGÈS et al. (2006) afirmam que é possível observar nas empresas hipermodernas o desenvolvimento de um processo de dominação ideológica de tal intensidade que pode-se entendê-las como espaços de surgimento de uma nova religião. Neste trabalho, busca-se oferecer uma nova perspectiva, trazendo para a discussão que os fenômenos religiosos nas empresas não se limitam a um grupo específico e podem ser percebidos de forma generalizada na modernidade.

DURKHEIM (2022) traz em sua obra uma análise profunda dos fenômenos religiosos com objetivo de identificar os elementos que constituem os mesmos. O autor conclui que toda religião pode ser definida a partir de um conjunto de crenças e ritos que se relacionam com os objetos a partir de uma divisão, feita pelos homens, que distingue todas as coisas em dois gêneros opostos: o sagrado e o profano.

É a partir da divisão do mundo em coisas sagradas e profanas que o autor analisa o fenômeno do totemismo. Os totens são emblemas (usualmente animais, plantas, astros ou fenômenos da natureza) que além de servirem como um nome ou um símbolo de representação de um clã, também são utilizados como o próprio referencial de classificação para o que é sagrado e o que é profano.

Apesar de a concepção durkheimiana ter enfatizado a questão do totemismo em civilizações e povos distintos da nossa, entende-se que ela se atualiza e se mantém nas sociedades modernas. Este é o ponto de partida de uma discussão que se pretende ligar a uma série de estudos que vem se desenvolvendo acerca do processo de empresarização.

Um dos pontos fundamentais de discussão acerca do processo de empresarização é a centralidade da empresa na sociedade moderna, que “é alcançada porque os elementos, os princípios e as visões de mundo que erigiram e caracterizam a sociedade moderna capitalista, são encontrados e materializados na empresa (RODRIGUES; CARVALHO, 2019, p.43).

Este fenômeno já foi analisado a partir de múltiplos prismas e neste trabalho será analisado a partir de uma perspectiva religiosa, pois entende-se que, em muitos casos, a ideia de empresa é seguida sem qualquer reflexão, tal como se fosse uma crença ou algo sagrado que não pode ser questionado. A partir destas considerações, busca-se neste trabalho inicial compreender como a ideia de empresa constitui-se como um totem na modernidade.

É preciso expor que trabalhos envolvendo a temática dos fenômenos religiosos nas organizações já foram desenvolvidos, com destaque para os trabalhos de PAGÈS et al. (2006) e PRESTES MOTTA (2001). Entretanto, não há na literatura estudos que busquem analisar a ideia de empresa como um totem.

Este trabalho se justifica pela ausência de estudos semelhantes no âmbito dos estudos organizacionais e a percepção de que é predominante, no campo da Administração, a postura acrítica quanto ao domínio da empresa como modelo de organização.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa se trata de uma aproximação inicial, que busca discutir a ideia de empresa como o totem da modernidade, e insere-se no contexto de uma série de outros estudos que vêm sendo desenvolvidos desde o ano de 2004 sobre o tema da empresarização e que buscam pensar a centralidade da ideia de empresa na modernidade.

Neste estudo buscou-se realizar uma discussão, a partir de revisão da bibliografia sobre o fenômeno da empresarização e da sociologia da religião, em especial do totemismo durkheimiano, a constituição da ideia de empresa como o totem da modernidade.

Para as discussões sobre o totemismo, foi utilizada uma abordagem durkheimiana, tendo como referência para discussão os estudos de DURKHEIM (2022) e WEISS (2017). Sobre o fenômeno da empresarização, foram tomados como referência os trabalhos de ABRAHAM (2006), RODRIGUES; SILVA (2019) e RODRIGUES (2021). Acerca dos fenômenos religiosos nas organizações, foram utilizados como base os estudos de PAGÈS et al. (2006) e PRESTES MOTTA (2001).

O presente estudo foi realizado no âmbito do projeto de pesquisa “Empresarização e modernidade: características, implicações e resistências à generalização da forma empresa” e é oriundo das pesquisas desenvolvidas pelo autor para a confecção de seu Trabalho de Conclusão de Curso.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para RODRIGUES (2021), a centralidade da empresa na modernidade é evidenciada pelo fato de que a empresa apresenta-se como principal agente de satisfação de nossas necessidades. Grande parte das coisas que consumimos e utilizamos são produzidas por empresas: a comida, as roupas, as casas, os veículos. As empresas também são os principais fornecedores de entretenimento, provendo a maioria dos serviços relacionados à obtenção de felicidade.

De forma similar, é nas empresas que a maior parte dos trabalhadores encontram uma forma de obter recursos por meio de seu trabalho na sociedade capitalista moderna. Esta centralidade implica que a vida moderna seja orientada pela e para a empresa.

DURKHEIM (2022) apresenta que, além de um nome ou um emblema, o totem é a própria referência pela qual as coisas são classificadas como sagradas ou profanas, orientando, desta forma, diversos aspectos da vida cotidiana dos povos analisados em seu estudo.

Além de servir como referencial para as coisas sagradas, DURKHEIM (2022) reitera que o próprio totem é um objeto sagrado, e como um objeto sagrado, deve ser tratado e abordado com a devida reverência. Esta distinção que o totem possui implica na realização de uma série de ritos que os sujeitos devem realizar para se relacionarem com o sagrado.

WEISS (2017) afirma que os ritos constituem o elemento mais importante da religião sob a ótica durkheimiana, pois representam sua dimensão prática, e é esta virtude prática que é essencial para a conservação da vida coletiva.

É a partir desta análise prática da centralidade que a empresa possui no mundo moderno, que pretende-se, por meio de exemplos da vida cotidiana, estabelecer relações que possam fornecer suporte a compreensão da empresa como o totem da modernidade.

Segundo DURKHEIM (2022), uma das principais funções que o totem possui é de servir como um nome. Este nome estabelece entre aqueles que o possuem um laço de parentesco, e os indivíduos que possuem este nome compõem um grupo denominado clã.

RODRIGUES (2021), inspirado em Abraham (2006), apresenta em seu estudo que a ideia de empresa como instituição pode ser compreendida a partir da associação de cinco modos de agir e de pensar típicos da modernidade. São eles: 1) o individualismo e a invenção da realidade econômica; 2) o mito fundador da escassez; 3) propriedade privada, apropriação e exploração; 4) racionalismo, racionalidade e burocracia; e 5) inovação, desenvolvimento e ideologia do progresso. Estes elementos são úteis para o entendimento da ideia de empresa como totem da modernidade, pois sintetizam uma série de valores e crenças que orientam este fenômeno religioso.

O primeiro traço característico da modernidade ligado ao processo de empresarização relaciona-se ao individualismo e ao egoísmo, elementos que se podem ser observados por meio do enfraquecimento das relações sociais, especialmente as relações familiares.

Logo supõe-se que a constituição da empresa como totem se dá em certa medida como remediação para os efeitos deste isolamento social. De maneira similar a um clã unido pelo seu totem, as empresas podem servir como fonte do sentimento de identidade e pertencimento para os trabalhadores. Não é atoa que é comum ouvir expressões como “somos uma família” no interior de empresas.

Estas considerações estão de acordo com o que foi observado por PRESTES MOTTA (2001), que afirma que “é inegável constatar que as pessoas estão cada vez mais dependentes das organizações. [...] de tal sorte que podemos até afirmar que elas funcionam como elemento mediador entre as pessoas e a realidade” (PRESTES MOTTA, 2001, p.1).

DURKHEIM (2022) descreve que nas tribos australianas, uma série de ritos são exigidos para que um indivíduo possa relacionar-se com o totem. Inicialmente, é necessário que todos realizem, em algum momento da vida, normalmente na juventude, um rito de iniciação. Após isso, em todo momento de culto, ritos de purificação são realizados para preparar o fiel, que incluem o uso de vestes, amuletos ou pinturas corporais específicas que contém o emblema do totem.

De maneira análoga, percebe-se atualmente a existência de diversos costumes e práticas realizadas nas empresas que assemelham-se a alguns dos ritos totêmicos. Inicialmente, é comum que haja nas empresas modernas uma série de práticas que visam adaptar o trabalhador recém chegado às normas e valores da organização. Também é comumente exigido nas empresas que utilize-se um padrão de vestimenta, em boa parte dos casos um uniforme que contém o logo da empresa. Estas práticas ajudam a demonstrar o grau de reverência que é exigido dos trabalhadores para se relacionarem com a empresa.

Outro fenômeno citado por RODRIGUES (2021) no contexto do processo empresarização é o surgimento dos empresários de si mesmos. Estes indivíduos, orientados por uma lógica empresarial, atingem um estado mental tal qual acreditam e conduzem suas vidas como se fossem uma empresa.

DURKHEIM (2022) apresenta que no totemismo não há distinção entre o objeto de culto (o animal ou planta), seu emblema (símbolo que o representa) e o membro do clã que leva seu nome. Todos estão unidos, compartilham das mesmas características e consideram-se como um só. Esse talvez seja uma das relações mais interessante entre o totemismo e o fenômeno da empresarização,

pois tal qual qualquer outro totem, o fiel da empresa também acredita que é uma e possui suas características.

A partir das discussões iniciais aqui apresentadas, é coerente considerar que, de forma similar ao nativo australiano, o homem moderno desenvolva suas representações religiosas a partir de elementos que ele convive no cotidiano. A diferença é que enquanto o primeiro possui como totem um animal ou planta de sua região, o segundo tem como totem a empresa que ele trabalha, a fabricante dos produtos que ele consome e a prestadora dos serviços que ele utiliza.

4. CONCLUSÕES

A partir das discussões preliminares contidas neste trabalho, conclui-se que há uma série de elementos na literatura que embasam a hipótese de que a ideia de empresa constitui-se como o totem da modernidade.

Salienta-se que, dada a natureza complexa dos conceitos abordados neste trabalho, houve um grande esforço para a síntese dos conteúdos, em especial do referencial teórico, para atender as normas deste Congresso, e, visando um maior aprofundamento da temática, serão realizados estudos posteriores.

Nas limitações encontradas para a realização deste estudo destaca-se a ausência de estudos semelhantes no âmbito dos estudos organizacionais, sendo esta uma associação inédita dos conceitos teóricos aqui abordados. Recomenda-se a realização de estudos destinados à coleta empírica de informações, a fim de examinar, na realidade, os conceitos e discussões obtidos a partir da revisão bibliográfica.

Por fim, agradece-se a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS) pelo apoio fornecido a esta pesquisa por meio da concessão de bolsa de iniciação científica.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAHAM, Y. L'entreprise est-elle nécessaire? In: DUPUIS, Jean-Pierre (org.). **Sociologie de l'entreprise**. Montréal: Gaëtan Morin Editeur, 2006.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa**: o sistema totêmico na Austrália. São Paulo: Edipro, 2022.

PAGÈS, M.; BONETTI, M; GAULEJAC, V. D.; DESCENDRE, D. **O poder das organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.

PRESTES MOTTA, F. C. A Organização como Religião Laica. **Organizações e Sociedade**, Salvador, v. 8, p. 1-23, 2001.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. F. C. Empresarização e Modernidade: A Ideia de Empresa no Centro do Mundo. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**, Curitiba, v. 6, n. 1, p. 40-76, 2019.

RODRIGUES, M. S. O Novo Ministério da Verdade: o discurso de Veja sobre o ensino superior e a consolidação da ideia de empresa no Brasil (1968-2020). **Discurso & Sociedad**, Alicante, v. 15, n. 2, p. 464-497, 2021.

WEISS, R. Émile Durkheim: de ideólogo da laicidade a precursor das teorias pós-seculares. **Política & Sociedad**, Florianópolis, v. 16, n. 36, p. 428-448, 2017.