

A religiosidade como fator estruturante do novo espírito do capitalismo

Maroni João da Silva¹

Resumo

Este texto aborda as conexões entre crença e fé como parte de um sistema de ideias, valores e pressupostos que compõem a cultura organizacional de uma empresa brasileira de varejo. Neste contexto, a religiosidade leva a criação de uma nova ética de dominação simbólica que legitima o capitalismo globalizado.

Palavras-chaves: religião e negócio

Abstract

This text discuss the connections between creed and faith integrated in a presupposed, values and ideas system that compose the corporate culture of a Brazilian commercial company. In this context, religiosity help to create a new ethic of a symbolical domination that support the globalized capital.

Keyboards: religion and business

Introdução

Neste texto trato de fenômeno social de grande importância, na atualidade, abordando um número diversificado de sujeitos sociais envolvidos na chamada religiosidade, em suas funções latentes e manifestas, presentes nas relações sociais internas de grandes empresas brasileiras, principalmente de varejo, em que me inspirei para o Doutorado. O estudo dá prosseguimento à pesquisa de mestrado que resultou o livro MAGAZINE LUIZA NEGÓCIO & CULTURA, lançado em novembro passado, pela Editora Olho D'Água.

O Brasil vivia um tempo de transição e mudança, no final dos anos 80 e início dos anos 90, quando a globalização forçou as empresas a serem mais competitivas. Na prática e na teoria, elas tiveram que seguir outros paradigmas de gestão, abandonando

¹ Mestre e doutorando pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, na área de concentração Antropologia da PUC-SP, bolsista da Capes, integrante do Núcleo de Pesquisa Religião e Sociedade pela PUC-SP/CNPQ textocon@textocon.com .

muitos dos ensinamentos de Taylor e Ford, ligados à racionalidade econômica na linha de montagem.

O momento exigiu que os atores sociais abdicassem do determinismo econômico, sobre o qual as decisões do *homo economicus* estavam alicerçadas. O novo cenário impôs a necessidade de construção de abordagens que contemplassem a diversidade cultural. Com isso emerge o “paradigma econômico plural” (Zaoual, 2003, p. 63) marcado por dimensões imateriais, como sistemas de representações, pertencimento cultural e aprendizagem organizacional.

Entram em cena, portanto, valores simbólicos que passam a influenciar fortemente a sociedade contemporânea e as organizações de modo especial. Tais dimensões impactam fortemente o mundo dos negócios globalizados, pontuado por situações e fatos que vão delineando os contornos sociológicos de um modo de produção flexível (Harvey, 1989, p. 119).

Na sequência, surgem novas tendências de administração centradas na crença de que o discurso liberalizante pode mudar o ritmo das corporações por meio da adoção de práticas simbólicas de motivação capazes, inclusive, de tornar diferenciadas e “cordiais” as relações entre capital e trabalho. Apoiadas nesses fundamentos, muitas empresas se reinventaram, criando arranjos organizacionais diferenciados e agregados a inovações tecnológicas para melhorar seu desempenho e enfrentar a competitividade global.

A pesquisa anterior mostrou que ações sociais que culminaram com a construção do Jeito Luiza de Ser, foram determinantes na performance econômica da empresa. O *slogan* sintetiza ações orientadas para fins específicos (Weber, 2004, v.1, p. 3), as quais são reforçadas periodicamente por rituais simbólicos. Esses eventos incidem diretamente sobre a motivação, comportamentos e atitudes dos funcionários.

Observou-se também que a religiosidade tem um peso significativo no processo de validação social da cultura da empresa. Seus elementos e pressupostos se manifesta de várias formas, mas principalmente, no Rito da Comunhão realizado todas as segundas-feiras, em cada uma das unidades da empresa, inclusive administrativas. Nessa oportunidade, os funcionários rezam de mãos dadas, formando um círculo que guardam semelhanças com as correntes de fé praticadas, com frequência, em rituais religiosos de perfil pentecostais (Mariano, 2012, p. 57).

Teoria, problema e objeto de pesquisa

O Doutorado aborda prioritariamente a religiosidade como fator estruturante (Bourdieu, 2005, p. 27) de um *ethos* (Gertz, 1989, p. 66) do novo espírito do capitalismo. Como hipótese sustento que esse novo espírito visa a construção de um *modus operandi* voltado para o poder da mente, segundo o qual, prosperidade e o bem estar social são partes da mesma moeda, ou seja, o lucro.

A religiosidade, enquanto qualidade do ser psíquico e enquanto processo religioso de vida tem o curioso destino (quase recordando o esquema dialético de Hegel) de ser obrigada a sair de si para adquirir em alguma fonte exterior, uma forma que não é senão uma manifestação objetiva dela mesma. Mas, como foi dito, a religiosidade sofre da incapacidade de livrar-se dessa existência de outro gênero, com a qual já está associada, não se tornando verdadeira religião senão através de um processo sem fim, pois ela permanece amalgamada às formas do elemento terreno, racionalista e sócio-empírico através do qual ela se tornou religião objetiva enquanto ainda suporta a presença de fragmentos quaisquer da matéria desse elemento (Simmel, 2010, V.1. pp. 85/86).

A sociologia das ideias, inclusive as de cunho religioso, segundo Max Weber, tem se mostrado uma excelente ferramenta heurística para desvendar não apenas a gênese do capitalismo, mas, sobretudo, a conexão pragmática das ideias dos sujeitos com seus consequentes resultados socioculturais e econômicos. É o que sustenta a Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo - obra clássica de Weber.

O capitalismo de hoje viabilizou-se na esteira da economia monetária, mas, historicamente, existiram vários capitalisms. O próprio Weber identificou o que classificou como “capitalismo dos párias”, conceito aplicado aos judeus ocidentais, desde a Antiguidade até o presente, bem como os parses, um grupo religioso da Índia. O autor aponta ainda outros tipos de capitalisms como o imperialista, colonial, aventureiro ou até mesmo o predatório (Gerth e Mills, 1982, 86).

Esses modelos surgiram, evidentemente, em contextos históricos distintos e foram marcados, por iniciativas de pessoas dotadas de especificidades psicológicas, filosóficas, políticas e culturais diferenciadas. Estudando esses cenários, tanto Marx como Nietzsche se empenharam na construção de uma teoria da função e conteúdo das ideias e, ao que parece, Max Weber inspirou-se em ambos (Gerth e Mills, 1982). Porém, na essência, sua abordagem sociológica difere das concepções defendidas por ambos.

Ao invés de prender-se a determinismos, segundo Waltier (2009), Weber opta por uma abordagem sobre as motivações do capitalismo contemplando diversos fatores

incluindo os de ordem econômica. Porém, descarta a possibilidade de que qualquer um deles tenha sido único e determinante no desenvolvimento de um novo modo de produção. Sua estratégia de investigação se baseia em pesquisar dados que evidenciam a convergência entre as ideias e o comportamento econômico dos sujeitos sociais.

Autores como Boltanski e Chiapello (2009, p. 39) se preocupam em defender a ideia de que fatores sociais, culturais e políticos específicos e contemporâneos são parte do novo espírito do capitalismo. Esse conjunto de fatores fortalece o modo de produção por meio de relações aparentemente difusas e simbólicas entre capital e trabalho no mundo globalizado.

Ainda segundo os autores, Weber teria sustentado que o capitalismo criou uma nova relação moral entre os homens e seu trabalho. Com isso, determinados por uma vocação sagrada, cada um, independente de seu interesse e de qualidades intrínsecas, se dedicaria ao trabalho com firmeza e regularidade (Boltanski e Chiapello, 2009). Para esses autores, o novo espírito do capitalismo legitima e garante o *status quo*.

Diante dessas reflexões, é bem possível que as práticas de relacionamento e as atitudes dos funcionários do Magazine Luiza sejam conduzidas por uma força independente de suas respectivas vontades conscientes. Em consequência, suas respectivas condutas estariam sendo sancionadas e motivadas por um sistema de disposições duráveis, inclusive de cunho religioso.

Isso parece claro na interação social entre funcionários e a empresa, a partir da qual foram apurados dados que permitem levantar a hipótese de que a baixa escolaridade e o pertencimento religioso levam a uma inversão de valores. Ou seja: os fundamentos e pressupostos da cultura organizacional, às vezes, são vistos como parte dos valores e crenças religiosas dos próprios funcionários. Assim, a forte adesão ao trabalho mediada pelo Jeito Luiza de Ser parece reforçar o sonho de construir um paraíso na terra como prega a Teologia da Prosperidade (Mariano, 2012, p.147).

Com base nos dados empíricos e na fundamentação teórica, busca-se desvendar se as conexões socioculturais da crença e da fé religiosas associadas ao “Jeito Luiza de Ser” fazem parte do novo espírito do capitalismo. Para tanto, as semelhanças entre os estudos sobre autoajuda, teologia da prosperidade e práticas cristãs serão examinados para auxiliar na análise da função da religiosidade.

As três questões formuladas abaixo sintetizam o problema de pesquisa que está sendo trabalhado no doutorado.

1. Que fatores socioculturais levam os funcionários do Magazine Luiza a se submeterem ao processo de dominação simbólica que constitui sua cultura?
2. De que forma a religiosidade atua sobre o processo de interação/socialização dos funcionários na empresa?
3. Por que eles confundem a doutrina de suas religiões com valores corporativos e que impacto isso tem no clima organizacional, relativamente à atuação profissional e comportamental dos funcionários?

Abordagem metodológica

Para cumprir os objetivos da pesquisa, estou trabalhando em duas frentes metodológicas: usar parte dos dados já levantados durante o Mestrado, por meio de estudo de caso, e colher novos dados a partir de histórias de vida (Queiroz, 2008, p. 76) sobre religiosidade junto a outras empresas. O objetivo é analisar esse conjunto de dados vis a vis a liturgia de cultos pentecostais modernos realizados em igrejas de São Paulo (Mariano, 2012, p. 57).

Os estudos de caso são usados frequentemente em pesquisas sobre cultura organizacional, principalmente nos Estados Unidos, onde foram revalorizados na década de 1960, na Escola de Chicago. No Brasil, o método também tem sido praticado. (Godoy, 2010, p. 115). Mas, no geral, não há como formular regras precisas sobre as técnicas utilizadas em estudo de caso, visto que cada entrevista ou observação é única. As regras dependem do tema, do pesquisador e de seus pesquisados (Goldenberg, 2007, p. 34).

Pretendo também rever parte dos documentos disponibilizados por meio do site acadêmico da empresa e por ocasião do rito Iniciação, realizado na antiga sede da empresa em Franca, bem como os vídeos cedidos durante a realização de entrevistas com executivos da empresa e após a observação do Rito da Comunhão em seis lojas da empresa.

A comunicação da empresa será focada igualmente pela pesquisa. Os dados se referem aos conteúdos veiculados pela rede interna que, aparentemente, contribui para instituir e reforçar uma visão de mundo com inclinações favoráveis a comportamentos e atitudes típicas da prática ou *habitus* da religiosidade (Bourdieu, 2005, p. 34).

Considerações finais

De acordo com dados preliminares já apurados existem indícios de que os elementos que integram o Jeito Luiza de Ser coincidem com algumas características doutrinárias das religiões cultuadas pelos funcionários. A ideia se baseia no discurso corporativo, em algumas práticas de negócio e no conteúdo de ações sociais específicas usados para sustentar a “alma” da empresa. Além disso, crença e fé são categorias recorrentes nas mensagens e peças de comunicação divulgadas em eventos de reforço de sua cultura organizacional.

Por outro lado, é possível que a interação e as relações de trabalho entre os funcionários e a hierarquia da organização sejam mediadas por uma nova ética, cujo conteúdo se aproxima do novo espírito do capitalismo. Sob essa perspectiva, os valores, crenças, pressupostos, ritos, rituais e cerimônias podem ter um peso bem maior na produção de significados do que aparentam como parte do conjunto de elementos da cultura organizacional da empresa.

Em outras palavras, essas categorias representam também o elo da nova cadeia de valores da economia política da diversidade. Ou seja: o capital invisível ou as novas tecnologias gerenciais que operam inclusive por meio da violência simbólica. Essas representações mobilizam energias psíquicas dos funcionários em favor a da proatividade e talento. Sem essas características, os trabalhadores ficam sujeitos ao fantasma da inutilidade precoce que permeia a cultura do novo capitalismo.

Referências

- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. Tradução: Iveno C. Benedetti. 1ª edição. São Paulo. Martins Fontes, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. Tradução: Sergio Miceli, Silvia de Almeida Prado, Sonia Miceli e Wilson Campos Vieira. 6ª Edição. São Paulo. Editora Perspectiva, 2005.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro. Livros Técnicos e Científicos Editora, 1989.
- GOLDENBERG, Mirian. *A Arte da Pesquisa*. Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro/São Paulo. Editora Record, 2007.
- GODOY, Arilda Schmidt. *Estudo de caso qualitativo*. In: GODOI, Christiane Kleinubing; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; SILVA, Anielson Barbosa (Orgs.). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais*. Paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo. Editora Saraiva, 2010.
- HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. Uma pesquisa sobre as origens da mundaça cultural. Tradução: Adail Ubirajara Sobra e Maria Stela Gonçalves. 15ª Edição. São Paulo. Edições Loyola, 1989.
- MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais*. Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil. 4ª Edição. São Paulo. Edições Loyola, 2012.
- PIERUCCI, A. F.; PRANDI, R. *A realidade social das religiões no Brasil*. Religião, sociedade e política. São Paulo. Hucitec, 1996.
- _____. Apresentação. In: WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Tradução: José Marcos Mariani de Macedo. 6ª Reimpressão. São Paulo. Companhia das Letras, 20067.
- QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *Histórias de vida e depoimentos pessoais*. In: CAMPOS, Maria Christina Siqueira de Souza; DEMARTINI, Zeila de Brito Fabrini; LUCENA, Célia Toledo (orgs.). *Pesquisa em ciências sociais*. Olhares de Maria Isaura Pereira de Queiroz. São Paulo. Editora Humanitas, 2008.
- SIMMEL, Georg. *Religião Ensaios*. V.1. Tradução: Stefan F. Klein e Gláucia Peres da Silva (ensaio 1), Cláudia Dornbusch (ensaios 2, 3 4) e Antonio Carlos Santos (ensaios 5, 6, 7 e 8). 1ª Edição. São Paulo. Olho D'Água, 2010.
- WATIER, Patrick: *Uma introdução à Sociologia Compreensiva*. Rio de Janeiro. Editora Forense Universitária, 2009.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Tradução: José Marcos Mariani de Macedo. 6ª reimpressão. S Paulo. Companhia das Letras, 2007.

_____. *Economia e sociedade*. Tradução: Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. 4ª Edição V.1. São Paulo. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

ZAOUAL, Hassan. *Globalização e diversidade cultural*. Tradução: Michel Thiollent. São Paulo. Cortez Editora, 2003.