



**DISPOSITIVOS DE SEDUÇÃO À VIDA EXECUTIVA: visão de estudantes
fase final de formação universitária**

Junia Vogel Olbermann¹
Livia Pedersen de Oliveira²
Caroline Capaverde³
Carmem Lúgia Iochins Grisci⁴

Avaliado pelo sistema *double blind review*.

Editor Científico: Maria Amelia Jundurian Corá

RESUMO

Uma vida de status, glamour, sucesso e dinheiro é associada à figura de executivo, condição que atrai jovens, seduzidos por possíveis benefícios financeiros, sociais e políticos. Buscou-se refletir acerca de dispositivos de sedução à vida executiva, na perspectiva de jovens universitários em final de formação, por meio de um estudo exploratório. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com jovens entre 22 e 25 anos, estudantes de cursos de Administração, Comércio Exterior, Engenharia Química e de Produção. A análise de conteúdo empreendida permitiu ver que os jovens estão embebidos de uma visão idealizada a respeito da figura de executivo. Os resultados apontam à naturalização de exigências antevistas relativas à mobilização total da vida a favor da carreira executiva e ausência de elementos desfavoráveis, pejorativos ou condizentes com sofrimento psíquico por parte dos jovens capturados pela glamourização da vida executiva. Quatro dispositivos de sedução foram identificados: a) transmissão de uma imagem de cidadão do mundo; b) alcance de reconhecimento; c) diferenciação na multidão e d) conquista de um lugar no pódio. Esses dispositivos reforçam a captura do sujeito, (re)produzindo a ideia de uma vida idealizada, sustentando a perspectiva de doação completa da vida para o trabalho. Os dispositivos de sedução atuam, portanto, no sentido de manter a figura almejada de executivo para si.

Palavras chave: *Vida executiva. Glamourização Jovens. Dispositivos de sedução.*

ABSTRACT

A high status, glamorous, successful, full of Money life is usually associated with the figure of the high executive. Such conditions attract the young people, seduced by the possibility of financial, political and social benefits. Therefore, this paper aimed to discuss about the

¹ Mestranda em Administração de Empresas- Gestão de Pessoas- pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

² Mestranda em Administração de Empresas- Gestão de Pessoas- pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

³ Doutoranda em Administração de Empresas- Gestão de Pessoas- pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

⁴ Professora Doutora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

seduction dispositives in the executive life, by the perspective of young undergraduates nearly graduating through an exploratory study. Semi structured interviews have been conducted with students age between 22 and 25 years old of Business Administration, International Business and with Chemical and Production Engineering. The content analysis approach show that the students are immerse in an idealistic view of the high executive. The results point towards a naturalization of previewed requirements regarding the mobilization of the whole life to pursue the executive career. Furthermore, they show the lack of unfavorable elements, pejoratives or aligned with psychic suffering experienced by the students captured by the glamorization of the executive life. Four seduction dispositives were identified: a) the transmission of a world citizen image, b) reaching recognition, c) differentiation among the crowd, d) conquering a place at the podium. These dispositives reinforce the capture of the individual, reproducing an idealistic way of living, sustaining the commitment of the individual's life to work. Seduction dispositives act, therefore, by maintaining the figure of the executive desirable.

Keywords: Executive Life. Glamorization. Young People. Seduction Dispositive.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Executivo é um termo que remete a diferentes usos. O senso comum tende a associá-lo à imagem glamourizada de alguém que se destaca entre os demais. Estudos que o tomam em foco remetem a cargos executivos com poder de decisão em posições estratégicas nas organizações e seus estilos de vida (TONON, GRISCI, 2015); à senha de acesso para desfrutar de um mundo prometido dos mercados e da prosperidade (SAMPSON, 1996); mas, também, à desmistificação do executivo como um indivíduo excepcional, o que abre espaço para compreender seus reais problemas e condições de trabalho (TONELLI, 2005; 2008); e às discussões relativas ao sucesso e às (in)felicidades de executivos (TANURE, CARVALHO NETO, ANDRADE, 2007).

Essas diversas perspectivas podem atrair profissionais que almejam ocupar altos cargos hierárquicos, presumivelmente vinculados ao exercício de poder, vislumbrando uma vida com privilégios econômicos, políticos e sociais, em geral destacados na literatura *pop-management* voltado ao público executivo.

Com base nesse cenário, indaga-se: O que é um executivo para jovens universitários em final de formação que almejam conquistar uma vida de executivo, e em que elementos eles se amparam? A indagação faz supor a presença de dispositivos compreendidos como “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, 2009, p. 40).

Isso conduziu à reflexão a respeito de possíveis dispositivos de sedução à vida de executivo, na perspectiva de jovens universitários em final de formação. Para tanto, especificamente, considerou-se a noção de trabalho imaterial e a glamourização da vida de executivo.

Foi realizado um estudo exploratório de natureza qualitativa (VERGARA, 2000). Participaram do estudo dez estudantes universitários em final de curso, quais sejam, Comércio Exterior, Administração, Engenharias Química e de Produção que, via de regra, são

nominados na formação de executivos. A partir da análise dos dados empíricos, com especial atenção ao referencial teórico pertinente (GAULEJAC, 2007; BOLTANSKI, CHIAPELLO, 2009; GORZ, 2002; LAZZARATTO, NEGRI, 2001; AGAMBEN, 2009) foram identificados quatro dispositivos de sedução para a vida executiva, complementares e permeáveis entre si: a) transmissão de uma imagem de cidadão do mundo; b) alcance de reconhecimento; c) diferenciação na multidão e d) conquista de um lugar no pódio. A seguir, apresentam-se a base de sustentação teórica do estudo, os caminhos metodológicos, a apresentação e análise dos resultados, e as considerações finais.

VIDA E TRABALHO IMATERIAL DE EXECUTIVO

Obter uma senha de acesso à vida de executivo (SAMPSON, 1996) remete à figura de um indivíduo que por meio dessa função tem a possibilidade de desfrutar de um mundo de prosperidade, prometido e idealizado. Por vezes denominado neosujeito em atuais posições gerenciais, o executivo do século XXI enfrenta situações complexas, uma vez que o “olhar subjetivante do outro passa a contemplar afirmativamente ou não as pessoas que ocupam esse lugar, mudando a perspectiva de um registro hierárquico para outro horizontal” (SOBRINHO, QUEIROZ, 2015, p.16). Essa compreensão se associará à noção de trabalho imaterial (LAZZARATTO, NEGRI, 2001; GORZ, 2002; GRISCI, 2006), à intensificação do trabalho (DAL ROSSO, 2008) e à gestão de si (GAULEJAC, 2007).

A construção de um modo de ser executivo se vê, por vezes, na divulgação de uma imagem idealizada para esses profissionais (ITUASSU, TONELLI, 2014). O executivo, segundo Echevest *et al.* (1999), é percebido como um “super-herói”, sendo exigido dele uma vasta quantidade de atributos pessoais, psicológicos, profissionais, o que equivale à mobilização da vida. A adesão ao modo de ser executivo, conforme Boltanski e Chiapello (2009), resultou dos benefícios materiais e psicológicos associados a essa posição nas organizações. Dentre esses benefícios, encontram-se a busca por maior *status* econômico-social, pelo exercício de poder e por mais autonomia. Em vista disso, o executivo passa a se perceber e é percebido como diferente em relação aos demais empregados, tornando-se a representação do sucesso, do êxito, do caminho a ser seguido. Ou seja, passa a representar o capitalista, almejando o pódio na corrida pelo consumo na sociedade líquido-moderna, conforme denominada por Bauman (2007). Como garantidora do consumo, a remuneração poderia mostrar-se suficiente para mantê-lo na corrida. Dada a sua insuficiência, a ela somou-se o sentimento de utilidade, de cumprimento das obrigações perante a sociedade e desenvolveu-se a ideia da empresa como um local de realização pessoal, autonomia e construção do bem social. O trabalho, conseqüentemente, exigiu o engajamento completo do indivíduo, a sua total mobilização, diluindo os limites entre a vida pessoal e profissional (BOLTANSKI, CHIAPELLO, 2009).

A ideia de sucesso e o *glamour* que se associou à vida executiva resultou em exacerbada competitividade promotora de um medo constante de se tornar dispensável e vir a ser substituído por alguém ainda mais competente e disponível frente às demandas e aos problemas cada vez mais complexos e numerosos. Para que essa sensação de incompetência fosse diluída, o executivo assumiu o papel de *workaholic*, trabalhando muito mais em relação a demandas que não lhe pertenciam (TANURE, CARVALHO NETO, ANDRADE, 2007). Essa intensificação do trabalho, para Dal Rosso (2008), ocorre por meio da disponibilização de capacidades físicas, cognitivas e emotivas dos sujeitos com a finalidade de atingir maiores e melhores resultados para a organização. Essas práticas intensificadoras, contudo, acabam por afetar a saúde dos trabalhadores.

Versátil, flexível, criativo, o executivo encerra em si o trabalhador que se associa à noção de trabalho imaterial que contempla o conjunto de atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas referentes ao indivíduo que, por sua vez, vem sendo mais valorizado e demandado pelas organizações, no sentido da produção de “um bem imaterial, como serviço, produto cultural, conhecimento ou comunicação” (NEGRI, HARDT, 2001, p.311). Nessa perspectiva, o indivíduo torna-se sujeito do trabalho como condição indispensável à produção (GRISCI, 2006; GORZ, 2002; LAZZARATTO, NEGRI, 2001).

Em uma perspectiva histórico-social, a implementação tecnológica mais complexa e a exigência de formação intelectual em níveis mais elevados configuraram um mundo do trabalho extremamente exigente e com fronteiras mais fluidas no que diz respeito a tempo e espaço de trabalho. Ao trabalhador coube ser mais criativo e mais proativo via disponibilização total de sua engenhosidade, criatividade, habilidade social, reflexividade, entre outros aspectos, em prol da produção demandada pelos atuais modos de gestão (MANSANO, 2007; GORZ, 2002; GAULEJAC, 2007). A imagem do gestor de si, único responsável pelo seu desenvolvimento e aperfeiçoamento, cujo sucesso se converte em obrigação (GAULEJAC, 2007), condiz com a de executivo.

Desse modo, vida e trabalho imaterial de executivo se confundem, permitindo indagar acerca de dispositivos que seduzem a sua manutenção.

DISPOSITIVO

À linguagem, considerada como o mais antigo dos dispositivos, somaram-se outros tantos que se acumularam e proliferaram no capitalismo, ao ponto de Agamben (2009, p. 42) ressaltar que “hoje não haveria um só instante na vida dos indivíduos que não seja modelado, contaminado ou controlado por algum dispositivo”. Nessa perspectiva, o dispositivo pode ser considerado como uma máquina de governo, pois apesar de livres, estamos sempre sujeitados a um poder.

Considerado um autor fundamental à discussão acerca de dispositivo, Agamben esclarece que o termo foi utilizado em várias obras de Foucault que, embora nunca tenha

elaborado a definição para esse termo, considerava dispositivo como um elemento de natureza estratégica, de manipulação de relações de força inscrito sempre em um jogo de poder. Agamben (2009), na tentativa de ampliar o entendimento do termo, considera que o dispositivo pode atuar em dois processos. O primeiro, chamado de subjetivação, vem a constituir um novo sujeito em substituição ou negação de um velho. Ele ocorre por meio de dispositivos tradicionais, como a confissão, a prisão e a escola, resultando, respectivamente, o pecador, o delinquente e o estudante. O segundo, chamado de dessubjetivação ou captura de subjetividade, vem a constituir apenas espectros de sujeitos não formando sujeitos reais, e ocorre por meio da proliferação de dispositivos hodiernos, como os telefones celulares e a internet, e a televisão, resultando, respectivamente, um número pelo qual pode ser controlado e “a máscara frustrante do *zappeur* ou a inclusão no cálculo de índice de audiência” (AGAMBEN, 2009, p. 48).

Para o autor, “quanto menos subjetividades são formadas no corpo a corpo dos indivíduos com os dispositivos, tanto mais dispositivos são criados como tentativa inelutável de sujeição dos indivíduos às diretrizes do poder” (AGAMBEN, 2009, p. 14).

Em suas pesquisas sobre a origem do termo, Agamben constata que nas diversas acepções do termo “dispositivo” encontradas na literatura, todas elas convergem a “um conjunto de práxis, de saberes, de medidas, de instituições cujo objetivo é gerir, governar, controlar e orientar, num sentido que se supõe útil, os gestos e pensamentos dos homens” (AGAMBEN, 2009, p. 39). A partir dos esforços do autor no sentido de responder acerca do que é um dispositivo, cabe ressaltar que um dispositivo é:

[...] qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o Panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas etc., cuja conexão com o poder é num certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares [...]. (AGAMBEN, 2009, p. 40-41).

Na origem de todo dispositivo contempla-se um desejo de felicidade, cuja captura e subjetivação constitui a potência específica do dispositivo. Diversos tipos de dispositivos - o sacrifício, a confissão, o dispositivo penitencial e dispositivo prisional, o telefone celular, os dispositivos biométricos - moldam um corpo social dócil e frágil que executa o que lhe é imposto e deixa que sua saúde, divertimento, alimentação e desejos sejam comandados e controlados.

Adicionalmente, Mansano (2007) parte dos pressupostos deleuzianos e foucaultianos para compreender a emergência de uma sociedade caracterizada por “dispositivos de controle”. Dela decorre um endurecimento das relações interpessoais, cada vez mais mediadas por dispositivos de controle (sejam eles públicos ou privados) como, por exemplo,

as câmeras de segurança e os celulares. Os dispositivos atuam em redes e acompanham, cada vez mais, a existência do sujeito (MANSANO, 2007).

Por essa razão, Mansano (2007, p. 10) sugere que os dispositivos são continuamente criados. Ela diz que, (2007) “por meio deles, é possível identificar e selecionar as pessoas, os fluxos, os lugares e as ocorrências que, do ponto de vista de uma sociedade organizada e administrada, precisam sofrer algum tipo de intervenção”.

Assim, para Mansano e Carvalho (2015), o ambiente laboral passou a ser permeado pelos dispositivos disciplinares, predominantes nos séculos XIX e XX durante a era da industrialização, e, principalmente, pelos dispositivos de controle, os quais surgiram nas últimas décadas, em um contexto de trabalho imaterial.

Uma vez que a informação e os saberes estavam acessíveis a todos e não sob a custódia de uma instituição, o sujeito passou a ser o único responsável pela acumulação e efetivação desse conhecimento. Assim, ele deixou de ser um corpo dócil e obediente para vir a ser um corpo ativo e engajado. Todo esse contexto serviu de pano de fundo para a exigência constante de aperfeiçoamento, de alto desempenho, de capacitação, de inúmeras experiências, de um profissional multifacetado e global (MANSANO, CARVALHO, 2015).

O sujeito não permanece mais dentro de uma única organização, ao contrário, dele é exigido o máximo de experiências possível, transitando entre empresas, cargos e acumulando saberes e conhecimentos. Para que esse sujeito consiga sobreviver dentro do novo modo de trabalho, ele deve dispor integralmente sua vida ao trabalho, procurando formas de tornar-se um profissional vendável. A responsabilidade de tornar-se um excelente profissional passa a ser somente do sujeito, não havendo mais a necessidade de um controle institucional. O controle disciplinar das instituições dá lugar ao autocontrole, promovido e retroalimentado pelos próprios sujeitos (MANSANO, CARVALHO, 2015).

Deleuze (1990) avança no entendimento sobre dispositivos, compreendendo que eles são linhas de força que formam uma rede de poder, saber e subjetividade. Essas linhas formam um emaranhado, uma trama, e seguem em diversas direções, bifurcam-se, misturam-se e entrecruzam-se, ora se aproximando, ora se afastando umas das outras. Os dispositivos, assim, não possuem contornos definitivos, podem se transformar com o tempo e a situação, e atravessam limiares de natureza estética, científica, política.

A seguir, encontra-se o procedimento metodológico empreendido para o presente estudo.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Delineamento da pesquisa

Trata-se de um estudo exploratório de natureza qualitativa (VERGARA, 2000), realizado com vistas a refletir a respeito de possíveis dispositivos de sedução à vida de executivo, na perspectiva de jovens universitários em final de formação.

Participantes da pesquisa

Da pesquisa participaram dez estudantes de ambos os sexos, com idade entre 22 e 25 anos, apenas um casado. O critério de acesso era que estivessem cursando a fase final de curso de graduação condizente com a formação de executivos e que almejassem uma vida de executivo. Seus cursos de graduação variaram entre Administração, Engenharia Química, Engenharia de Produção e Comércio Exterior. O Quadro I, a seguir, busca caracterizá-los.

QUADRO I: Caracterização dos participantes

<i>Entrevistados</i>	<i>Sexo</i>	<i>Idade</i>	<i>Curso de graduação</i>	<i>Vínculo empregatício</i>
Estudante 1	Masculino	22	Administração	Autônomo
Estudante 2	Feminino	21	Administração	Efetivada
Estudante 3	Feminino	23	Comércio Exterior	Efetivada
Estudante 4	Masculino	22	Comércio Exterior	Efetivado
Estudante 5	Feminino	22	Administração	Estagiária
Estudante 6	Feminino	23	Engenharia de Produção	Efetivada
Estudante 7	Masculino	24	Comércio Exterior	Efetivado
Estudante 8	Feminino	23	Engenharia Química	Estagiária
Estudante 9	Feminino	25	Comércio Exterior	Efetivada
Estudante 10	Feminino	24	Engenharia Química	Efetivada

Fonte: Elaborado pelas Autoras.

Coleta de dados

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevista individual semiestruturada, a fim de obter dados sobre possíveis dispositivos de sedução que conduzem e amparam os estudantes em sua pretensão relativa a uma vida de executivo. Foi, então, elaborado um roteiro básico com apoio na literatura pertinente, que serviu como guia à entrevista. Ele contemplou, por exemplo, a visão dos estudantes quanto ao que é ser um executivo, quais os elementos para sua identificação, os motivos que os levam a desejar seguir essa vida. Os primeiros entrevistados indicaram outros conhecidos e, assim, dez participantes foram acessados por meio da técnica “bola de neve”, atendido o critério de saturação (FREITAS *et al.*, 2000). As entrevistas, realizadas em locais escolhidos pelos entrevistados, conforme sua conveniência, tiveram duração aproximada de 30 minutos. Foram gravadas e transcritas para fins de análise, com o consentimento dos entrevistados.

Análise de dados

Para a análise dos dados, tomou-se o conteúdo transcrito das entrevistas conforme indicações de Minayo (2010), para a análise de conteúdo. Desse modo, procedeu-se à transcrição e organização do conteúdo das entrevistas em unidades de sentido; à identificação das categorias e sua descrição; e à inferência acerca dos resultados à luz do suporte teórico apresentado (LAZZARATTO, NEGRI, 2001; GORZ, 2002; GAULEJAC, 2007; BOLTANSKI, CHIAPELLO, 2009; AGAMBEN, 2009). As categorias de cunho coletivo, tomadas *a posteriori*, são transmissão de uma imagem de cidadão do mundo, alcance de

reconhecimento, diferenciação na multidão, conquista de um lugar no pódio. No conjunto, elas se legitimam e indicam a visão acerca do que seja um executivo e possíveis dispositivos de sedução à vida executiva que alcançam jovens universitários em final de formação.

RESULTADOS E ANÁLISE

Visão de jovens universitários em final de formação, acerca do que seja um executivo

A visão que os jovens universitários apresentaram acerca da vida executiva mostrou-se permeada por diversas situações que vão ao encontro da imagem idealizada e glamourizada difundida na sociedade de modo geral (ITUASSU, TONELLI, 2014). Desde os relatos de Boltanski e Chiapello (2009) sobre o significado da imagem do executivo no novo capitalismo, passando pelos achados de Sampson (1996), que atribui ao executivo uma senha de acesso a um mundo de prosperidade, até Echevest *et al.* (1999) e a representação do executivo como um super-herói, temos a (re)produção desse personagem tão distante quanto desejado para si.

Essa situação pode ser ilustrada pela fala de E6: *O executivo é visto como uma pessoa bem-sucedida, em todos os aspectos, alguém que conseguiu vencer na vida. Ele é visto, por muitos, como um modelo a ser seguido.* Percebe-se, dessa maneira, a assimilação acrítica do que venha a ser a vida de executivo. Os jovens estão, ainda, embebidos de um pensamento que coloca o executivo em um pódio, em lugar de destaque em comparação aos demais trabalhadores. A promoção desse personagem faz com que muitos jovens se sintam obrigados a alcançar tal posto para se sentirem reconhecidos e recompensados pelos seus esforços na vida profissional:

Na carreira de engenheiro, tu só vai ter chegado ao topo quando tu fores um executivo. Como engenheiro, tu podes ser supervisor, gerente de uma planta, de um processo. No momento, contudo, que tu vir a ser um executivo significa que tu realmente és bom no que tu fazes, que tu conseguiste ter sucesso e chegar a um lugar para poucos. (E8).

Na promessa de alcance dessa posição, encontram-se exigências dos mais diversos atributos, como é visto na fala de E2: *O executivo precisa ter um alto conhecimento técnico, ser proativo, ter liderança, estar em constante desenvolvimento, saber lidar com as pessoas, ser formal ao falar, se portar e se vestir, estar informado e sempre à disposição.* Cabe ressaltar que tais exigências são verbalizadas de modo imediato, espontaneamente. Além do mais, é compreendida pelo sujeito a existência de uma demanda por comprometimento correspondente à atual intensificação do trabalho, seja por aumento da produtividade ou pela captura total das capacidades físicas, cognitivas e emotivas do trabalhador em prol dos resultados organizacionais (DAL ROSSO, 2008), e a necessidade da gestão de si (GAULEJAC, 2007). Há, inclusive, uma aceitação prévia de que a vida pessoal deverá ser cerceada a fim de que sua imagem pessoal corresponda à imagem organizacional vigente. E3 comenta:

Uma coisa que afeta muito é que a vida pessoal e profissional se misturam. Tu não podes fazer a louca na tua vida pessoal, porque isso vai chegar à tua empresa, à tua vida profissional e tu vais perder a credibilidade. Então, tu tens que cuidar muito disso, saber lidar com isso. Tu tem que levar a tua vida pessoal para o trabalho, ir a jantas, viagens, eventos. Deve saber dispor seu tempo, ficar sem ver a família.

Outro fato importante a ser destacado é a imagem masculina associada à figura de executivo. Mesmo estudantes do sexo feminino utilizaram características masculinas para expor seu entendimento acerca de executivo. Terno, gravata e pasta foram apresentados como símbolos a representar executivos e a traduzir o respeito, o *status* e a formalidade a eles associados:

*Olha, é difícil, talvez um objeto que representa o executivo fosse uma pasta de couro, é o que penso a respeito do executivo. Para mim ele deve ser uma pessoa formal, atarefada, importante, com muita coisa para fazer. (E9).
Até aquela questão de quando criança...tu pensa em um executivo, tu pensa naquele cara de terno e gravata, com uma maletinha no lado, indo para a empresa. (E8).*

Essa imagem, nitidamente vinculada ao sexo masculino, corrobora a ocupação majoritariamente masculina nas atuais posições executivas, conforme Tanure, Carvalho Neto e Andrade (2007) informaram em seu estudo.

A visão da vida executiva privilegiou o sucesso na carreira, incluindo todos os benefícios materiais e psicológicos atribuídos a essa vida, desconsiderando elementos desfavoráveis, pejorativos ou condizentes com sofrimento psíquico por parte dos jovens estudantes capturados pela glamourização da vida executiva. Eles promoveram uma imagem idealizada, por meio da qual o indivíduo se mostra como alguém importante perante a sociedade, demonstrando, assim, o seu valor como ser humano e profissional. Ser executivo, para esses jovens, é a representação do êxito e de uma vida glamourizada, conforme narraram Boltanski e Chiapello (2009). Logo, a sedução para uma vida considerada merecedora de respeito e admiração toma o indivíduo por completo, por meio de dispositivos, minimizando, ou, até mesmo, ausentando questões relativas ao sofrimento no trabalho. Doar-se por completo, gerir a sua vida em torno do trabalho, manter-se em contínua formação, tornam-se obrigações naturalizadas (GAULEJAC, 2007), como posto por E9:

Eu queria dar um tempo depois da graduação, mas eu sei o quanto é essencial não parar, tanto para a profissão como para mim, então logo já vou fazer um MBA, novos cursos e workshops. O essencial é não parar, estar sempre aprendendo e se renovando.

Insucessos na carreira, conforme abordagem de Tanure, Carvalho Neto e Andrade (2007), foram ignorados pelos estudantes, uma vez que, para eles, a mobilização total de si é vista tão somente como garantia de sucesso. Cabe ressaltar que a palavra insucesso não foi contemplada em nenhuma das entrevistas que, majoritariamente, naturalizaram a adesão ao projeto organizacional:

Em teoria, tu não podes trabalhar mais que 10 horas por dia, mas não é isso que acontece... Terei que trabalhar em casa, de madrugada, não terei tanto tempo para a família, um trabalho mais integral, a pessoa deve estar sempre

envolvida com o negócio. Eu não vou ser mais o (nome do entrevistado), eu vou ser a empresa x. Assim, eu tenho que me portar de maneira que condiz com a empresa. (E4).

Essas características são inerentes à noção do trabalho imaterial, que captura a vida, ainda antes da profissionalização dos indivíduos alcançados pelos dispositivos de sedução (GORZ, 2002; LAZZARATTO, NEGRI, 2001).

Dispositivos de sedução à vida executiva

Com base na perspectiva adotada por Agamben (2009), considerou-se que, para os jovens universitários em fase final de formação, apresentaram-se quatro dispositivos de sedução a orientar, modelar e capturar à vida executiva, conforme se encontram a seguir.

- **Transmissão de uma imagem de cidadão do mundo:** refere-se à sedutora permeabilidade de fronteiras geográficas, apontada como característica inerente à vida executiva, ou seja, a possibilidade de viajar com frequência, bem como de trabalhar em qualquer lugar do mundo, estando permanentemente em contato com outras sociedades e culturas.

Essa consideração fica evidenciada na fala do estudante E1, para quem *além das vantagens econômicas, a atração se constrói também pelas viagens a trabalho*. Adicionalmente, outros dois estudantes referiram encantamento com a expectativa de se tornar e transmitir uma imagem de cidadão do mundo. Nesse sentido, revelaram enlevo pela *possibilidade de viajar, estando em contato permanente com outras culturas (E2)*, ou, ainda, consideram *fundamental morar em outros lugares, conhecendo outras culturas (E3)*.

Dessa forma, nesse escopo, recupera-se E4, que almeja uma vida executiva a ser vivida integralmente fora do Brasil:

[...] analisando o cenário executivo brasileiro, eu quero ter uma vida fora do Brasil. Eu acho que é muito diferente do executivo brasileiro, porque aqui no Brasil não somos estimulados a pensar, não pensamos em longo prazo, não fazemos planejamento. Eu quero ter um planejamento financeiro, não quero essa educação para meus filhos. Eu quero morar fora do Brasil.

Em relação ao pensamento de E4, explicitamente crítico em relação a determinados aspectos e acrítico em relação a outros, retoma-se Agamben (2009) e sua perspectiva de que mais e mais dispositivos surgem à medida que os dispositivos criados no corpo a corpo não sejam passíveis de sujeitar os indivíduos às diretrizes do poder. Dessa forma, sugere-se que no dispositivo identificado como **transmissão de uma imagem de cidadão do mundo**, encontra-se a orientação para a realização de trabalho além-fronteiras. Com relação a isso, sugere-se que os dispositivos de sedução aqui apresentados estão constantemente em transformação, complexificando-se para continuar satisfazendo a condição de assujeitamento às diretrizes de poder (AGAMBEN, 2009).

Nota-se, ainda, que a atração pela possibilidade de tornar-se um cidadão do mundo por meio da vida executiva, orienta, determina condutas (AGAMBEN, 2009), ainda durante a

formação universitária. Logo, nesse período, os estudantes comprometem-se com uma jornada exaustiva de aquisição de conhecimentos, os quais, no futuro, poderão vir a contribuir com a consecução dos fins, ou seja, lançar-se também internacionalmente na vida profissional. Isso fica evidenciado no pensamento de E5:

Não só moraria em outro lugar para me tornar uma executiva de sucesso, como busco formação para que isso aconteça. Desde cedo, entrei em cursos de línguas estrangeiras, junto à formação acadêmica; hoje falo cinco línguas: português, francês, inglês, espanhol e mandarim.

- **Alcance de reconhecimento:** esse dispositivo se concentra na expectativa de obter reconhecimento pelos feitos profissionais. Nesse escopo, depreende-se que os estudantes consideraram ser possível vir a legitimar seus esforços de obtenção e aplicação dos conhecimentos no trabalho.

O estudante E5 apresentou-se como uma pessoa extremamente capaz:

Mereço esse tipo de reconhecimento (conquistar a vida executiva), pois tenho um raciocínio rápido, sei lidar com pressão e com problemas, gosto de trabalhar em equipe e sei lidar muito bem com pessoas; enfim, reúno todas as características necessárias.

Assim, retoma-se Deleuze (1990) e seu entendimento sobre dispositivos, compreendendo que eles são linhas de força que formam uma rede de poder, saber e subjetividade. A essa rede alinha-se a expectativa de reconhecimento que os estudantes vinculam ao exercício da vida executiva, ilustrado através da necessidade do reconhecimento advindo do olhar do outro, ou seja, o olhar subjetivante do outro passa a contemplar afirmativamente ou não as pessoas que ocupam esse lugar (SOBRINHO, QUEIROZ, 2015).

Capturados pela lógica de pertencimento social por meio do sucesso e do destaque, o ingresso em uma profissão que carrega a ideia de sucesso e *glamour* resultou em exacerbada competitividade promotora de um medo constante de se tornar dispensável e vir a ser substituído por alguém ainda mais competente e disponível frente às demandas e aos problemas cada vez mais complexos (TANURE, CARVALHO NETO, ANDRADE, 2007). Também desse pensamento, surge a necessidade de reconhecimento, uma vez que dada a complexidade dessa rede - poder, saber, subjetividade -, alinhada à extrema exigência da profissão, a ideia de chegar lá, de estar lá, vincula-se a uma avaliação positiva do desempenho profissional.

Isso pode ser ilustrado pelo pensamento de E7, acerca do que considera serem características de um executivo e como ele é percebido pela sociedade:

Todos eles têm um grande conhecimento, são bons em diversas áreas e focados em três, quatro, nas quais são especialistas. Buscam conhecimento periodicamente, gostam de pressão, eu vejo um executivo como um cara mais antenado, com foco. A sociedade, por sua vez, os vê como exemplo, como alguém que conseguiu chegar mais longe que a maioria, que vai ganhar muito mais que as outras, uma pessoa que é mais bem preparada para fazer o correto, com responsabilidade não só com a empresa, como também com a sociedade, de forma geral.

- **Diferenciação na multidão:** esse dispositivo emerge em complementariedade aos dispositivos **transmissão de uma imagem de cidadão do mundo e alcance de reconhecimento**. Considerando a permeabilidade entre eles, nesse escopo apresenta-se a posição de destaque em que o executivo é visto, hierarquicamente, superior à maioria dos profissionais do mercado.

O executivo passa a se perceber e é percebido como diferente em relação aos demais empregados, tornando-se a representação do sucesso, do êxito, do caminho a ser seguido, já diziam Boltanski e Chiapello (2009). Essa diferenciação tem por característica central a busca por sempre mais e, nesse espectro, circunscreve-se a demanda por:

a) conhecimento mais complexo: *excelência em conhecimento técnico e em liderança para articular pessoas com o objetivo de atingir os resultados da empresa (E3);*

b) aperfeiçoamento da capacidade relacional, habilidade social: *tem que ser muito bom nas relações interpessoais, um bom executivo precisa ser bom com pessoas, sucesso na vida executiva depende também de manter boas relações. Esse é um fator diferencial para os grandes executivos (E3), ou ainda, um executivo tem que ser um bom condutor, um bom guia, as empresas são feitas de pessoas (E9);*

c) maior responsabilidade e desempenho acima da média: *um cargo de alta confiança, com muita pressão, exigindo um desempenho melhor a cada dia (E3);*

d) dedicação exclusiva e em tempo integral: *uma pessoa que está invariavelmente muito ligada ao negócio que está envolvida, sempre conectada e pensando na empresa (E3);*

Enfim, a maximização de um número sem fim de qualidades pessoais e profissionais, as quais possibilitam torná-lo mais potente frente às exigências profissionais. Aflora, nesse ponto, a noção de trabalho imaterial, quando o estudante, ainda antes de imergir na vida executiva, já considera a necessidade de tornar-se versátil, flexível, criativo, para diferenciarse.

Com isso, contempla um conjunto de atividades corporais, intelectuais, afetivas e comunicativas referentes ao indivíduo que, por sua vez, vem sendo mais valorizado e demandado pelas organizações, no sentido da produção de “um bem imaterial, como serviço, produto cultural, conhecimento ou comunicação” (NEGRI, HARDT, 2001, p. 311).

Além disso, esse dispositivo relativo à diferenciação na multidão, então embebido pela noção de trabalho imaterial (NEGRI, HARDT, 2001), modela e configura os discursos dos seres viventes (AGAMBEN, 2009), relacionados à formação acadêmico-profissional, à maneira de se comunicar, à maneira de se vestir, ao passo de levar E3 a considerar: *É fundamental observar no executivo o jeito que ele fala, o jeito que se porta, além do conhecimento.*

O entrevistado E8 elencou características relacionadas à imagem física desses profissionais, também passíveis de diferenciar o executivo na multidão. *Na primeira impressão, tu pensa no terno e na gravata... [...] em uma pasta de couro; representa a imagem que eu tenho de um executivo: uma pessoa formal, importante.*

- **Conquista de um lugar no pódio:** o pódio, entre outras significações, é uma pequena elevação que serve de plataforma, um estrado a que sobem os vencedores de uma competição, ou seja, o indivíduo necessita diferenciar-se para estar lá, e esforçar-se para manter desempenho acima da maioria, garantindo o lugar de destaque.

Analogamente, no percurso reflexivo aqui proposto, o dispositivo **conquista de um lugar no pódio** relaciona-se com a vida executiva, à medida que, em meio a uma sociedade competitiva, os cargos executivos nas empresas são em número reduzido e estão reservados àqueles que se destacam.

Por essa razão, considerou-se que as características dos dispositivos **transmissão de uma imagem de cidadão do mundo, alcance de reconhecimento e diferenciação na multidão** também se inserem nessa busca pelo pódio. Dessa forma, na concepção dos estudantes, passam pelas mãos do executivo decisões importantes a definirem o futuro organizacional. Logo, à representação desse lugar de destaque soma-se a responsabilidade de garantir a sobrevivência da organização.

São profissionais responsáveis pelas empresas, são eles que se reúnem para dar as definições, seja em marketing, finanças, produção, portanto tem que ser alguém responsável, líder, os quais definirão o melhor para a empresa. (E8).

O pódio relaciona-se a maior *status* econômico-social, representado pelos altos salários e pelo exercício de poder (BOLTANSKI, CHIAPELLO, 2009). Na esteira desse fenômeno, o executivo passa a almejar também o pódio na corrida pelo consumo na sociedade líquido-moderna (BAUMAN, 2007). *Percebo a vida executiva em uma Mercedes, uma vida tranquila financeiramente, na qual se tem conforto, proporcionada pelos altos salários* (E10). *Vai poder fazer coisas que a maioria não poderia, como frequentar os melhores locais, fazer as melhores viagens, enfim alguém que conseguiu chegar mais longe que a maioria, que vai ganhar muito mais que as outras* (E7).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente estudo foi refletir a respeito de possíveis dispositivos de sedução à vida executiva, na perspectiva de jovens universitários em final de formação. A partir dos achados empíricos discutidos à luz da compreensão de dispositivo (AGAMBEN, 2009) e da noção de trabalho imaterial (GORZ, 2002; LAZZARATTO, NEGRI, 2001), foram identificados os dispositivos: **transmissão de uma imagem de cidadão do mundo, alcance de reconhecimento, diferenciação na multidão e conquista de um lugar no pódio.**

Sugere-se que os dispositivos de sedução identificados levam forçosamente à captura do sujeito no sentido de uma vida idealizada condizente com as expectativas de consumo exaltadas na sociedade líquido-moderna (BAUMAN, 2007).

Os dispositivos de sedução renovam-se uns nos outros, no corpo a corpo dos indivíduos e nas novas configurações do trabalho. Nesse entendimento, compreende-se que os próprios dispositivos se constroem e desconstroem alinhados às demandas do trabalho imaterial, o qual exige engajamento incondicional do indivíduo, diluindo os limites entre a vida pessoal e profissional, estando em acordo com o suporte teórico escolhido.

Uma vez que se empreendeu pesquisa exploratória, para futuros estudos sugere-se aprofundamentos relativos a questões de gênero, geração e amplitude regional.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, G. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó - SC, Argos. Tradução Vinicius Nicastro Honesko, 2009.
- BAUMAN, Z. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.
- BOLTANSKI, L., CHIAPPELLO E. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- DAL ROSSO, S. *Mais Trabalho! A intensificação do labor na sociedade contemporânea*. São Paulo: Boitempo, 2008.
- DELEUZE, G. *¿Que és un dispositivo?* In: Michel Foucault, filósofo. Barcelona: Gedisa, 1990, p.155-161. Tradução de Wanderson Flor do Nascimento. Disponível em: <<http://escolanomade.org/pensadores-textos-e-videos/deleuze-gilles/o-que-e-um-dispositivo>>. Acesso em: 08 dez. 2015.
- ECHEVEST, S. *et al.* O perfil do executivo no mercado globalizado. *Revista de Administração Contemporânea*. Curitiba, v. 3, n. 2, 1999.
- FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. C.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. São Paulo: *Revista de Administração*, v. 35, p.105-112, julho/setembro, 2000.
- GAULEJAC, V. *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação*. Aparecida: Ideias e Letras, 2007.
- GORZ, A. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2002.
- GRISCI, C. L. I. Trabalho imaterial. *Dicionário de trabalho e tecnologia* Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2006 p. 327-329.
- ITUASSU, C. T., TONELLI, M. J. Sucesso, mídia de negócios e a cultura do management no Brasil. *Cadernos Ebape*. v. 12, n. 1, artigo 5, Rio de Janeiro, 2014.
- LAZZARATO, M; NEGRI, A. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2001.
- MANSANO, S. R. V; CARVALHO, P. R. Políticas de subjetivação no trabalho: da sociedade disciplinar ao controle. *Psicologia em Estudo*, v. 20, n. 4 p.651-661, Maringá, out./dez. 2015.

- MANSANO, S. R. V. *Sociedade de Controle e Linhas de Subjetivação*. 169f. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.
- MINAYO, M. C. de S. (org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- NEGRI, A.; HARDT, M. *Imperio*. Bogotá: Ediciones Desde Abajo, 2001.
- SAMPSON, A. *O homem da companhia: uma história de executivos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SOBRINHO, J.; QUEIROZ, E. O sentido do trabalho para os neossujeitos numa posição gerencial. *Rev. Polis e Psique*; 5(3), p. 135 – 155, 2015.
- TANURE, B., CARVALHO NETO, A., ANDRADE, J. *Executivos: sucessos e (in) felicidades*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- TONELLI, M. J. Executivos e Redes. *GV Executivo*, v. 4, n. 2, maio/jul., 2005.
- TONELLI, M. J. Vida de Executivos. *GV Executivo*, v.7 n.4 jul./ago., 2008.
- TONON, L. GRISCI, C. L. Gestão gerencialista e estilos de vida de executivos. *Revista de Administração Mackenzie*. 16(1), São Paulo, jan./fev., 2015.
- VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2000.