



Universidade do Minho
Centro de Investigação em
Ciências Sociais

CICS
Working paper 5

O Homem de negócios contemporâneo

Uma síntese da trajetória investigativa

Márcio Sá

Universidade Federal de Pernambuco
marciodesa@gmail.com

Junho-2012

Resumo: De modo geral, a nossa sociedade nos leva a observar uma pessoa bem sucedida nos negócios como alguém que conseguiu relativo êxito na competição do mercado e “venceu na vida”, quer seja por meio de um negócio próprio “que deu certo”, quer seja por meio de um “bom” posto numa “boa” empresa. No entanto, na realidade encontramos homens e mulheres “de carne e osso”, que se emocionam ao falar sobre sua vida, que se empolgam ao lembrar suas conquistas ou lamentam as oportunidades perdidas, que tentam articular discursos coerentes sobre si mesmos, que agem com efetividade em algumas situações (e não noutras) e que nos desafiam a compreendê-los a fundo (Sá, 2011b). Neste texto se pretende resumir as etapas e os avanços de investigação que visa construir uma compreensão acerca deste personagem (cf. Sá, 2010b) e tem como objetivos: (1) fazer uma síntese-retrospectiva das etapas já desenvolvidas; (2) apresentar os avanços alcançados em suas primeiras etapas; (3) apresentar a estratégia, os critérios de seleção dos entrevistados, o instrumento e o modo como foram executadas entrevistas exploratórias. Ao final, algumas breves considerações são apresentadas.

Palavras-chave: Homem de negócios; Pierre Bourdieu; Bernard Lahire

Abstract: In general, our society leads us to observe a successful person in business as someone who achieved relative success in market competition and “won in life”, whether by an own business “that worked”, whether through a “good” position in a “good” company. However, in reality we find men and women “of flesh and blood”, that get excited when talking about his life, who become emotional when talking about their achievements or regret lost opportunities, who try to articulate consistent discourses about themselves, who act with effectiveness in some situations (and not in others) and that challenge us to understand them thoroughly (Sá, 2011b). This paper intends to summarize the steps and the progress of a research that aims to build an understanding of this character (cf. Sá, 2010b) and also aims to: (1) summarize retrospectively the steps that have already been developed, (2) present the progress made in its early stages, (3) explain the strategy, the criteria for the selection of interviewees, the instrument and the way in which exploratory interviews were performed. Finally, some brief considerations are presented.

Keywords: business Man; Pierre Bourdieu; Bernard Lahire

Introdução

Há mais de três anos que venho me dedicando à realização de uma pesquisa sobre o Homem de negócios contemporâneo¹. A escolha deste tema se deu em decorrência da importância que vejo este personagem deter em nossa sociedade. Hoje, muito mais do que uma sociedade que valora bastante o trabalho, o sistema-mundo capitalista possibilita que alguns indivíduos que se destacam em alguns campos passem a ser admirados e tomados como referência de “sucesso” (enquanto ideal socialmente construído e compartilhado) em nosso tempo. É possível tranquilamente afirmar que, em termos simbólicos e gerais, o Homem de negócios desfruta, nos mais diversos países e regiões, deste reconhecimento público atrelado ao “sucesso” na vida.

De modo geral, a nossa sociedade nos leva a observar uma pessoa bem sucedida nos negócios como alguém que conseguiu relativo êxito na competição do mercado e “venceu na vida”, quer seja por meio de um negócio próprio “que deu certo”, quer seja por meio de um “bom” posto numa “boa” empresa. No entanto, na realidade

1 Quando aqui inicialmente se fala de Homem de negócios, se fala de um tipo ideal – concebido tal qual orientação de Max Weber (1999 [1904]), na realidade, este tipo é fruto de trajeto investigativo exploratório já percorrido e que será recuperado de modo sintético a seguir – provisório construído que destaca que, em termos ideais de partida, este tipo se refere a um Homem que procura canalizar seus pensamentos, ações e sentimentos para objetivos de carreira ou mercado contemporâneo, deste modo, são Homens de negócios tanto executivos (diretores, gerentes, presidentes, supervisores, dos mais diversos escalões) quanto empresários, afinal, parte-se da hipótese de que ambos precisam desenvolver os modos de pensar, sentir e agir (ou seja, as disposições) indistintos demandados pelo mercado contemporâneo, independentemente de serem executivos ou empresários “empreendedores”.

Na realidade, o uso da palavra “Homem” no masculino e no singular também visa apontar que nas representações deste personagem com as quais tivemos contato (filmes, programa de televisão, novelas, revistas especializadas, etc.), na ampla maioria dos casos, se tem um homem e não uma mulher. (Sá, 2010a: 14; 2010b)

Dois dados aqui nos ajudam a esclarecer este ponto ao leitor. (1) Durante um ano foi feita a assinatura de uma revista dirigida a este público no Brasil, a *Você S.A.*, em dez das doze capas deste período havia apenas um homem nela (nas duas diferentes havia o símbolo de um grafismo que indicava dinheiro e na outra, dois homens, um empresário e um executivo que ele havia contratado). (2) Na edição especial conjunta de setembro de 2009 da *Você S.A./Exame* aponta-se que, dentre os presidentes das 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil, 96% deles são homens. De forma alguma, ao apresentar esta constatação, se concorda com qualquer tipo de diferenciação ou maior valorização do homem em detrimento da mulher, não se trata de preconceito ou posição política, mas sim que, quanto mais há uma aproximação em relação ao fenômeno, mais se constata que ele é representado pela figura do homem. Ou seja, além de fazer uso da palavra Homem em termos representativos de Humanidade, também se quer apontar que o “campo dos negócios” ainda é predominantemente dominado pelos homens. Em muitos casos, como pudemos ver com uma das entrevistadas, a mulher precisa se adequar a determinados comportamentos preexistentes que são fortemente vinculados ao masculino. Em síntese, gostaria de aqui registrar que não se trata de concordar ou não com isso, mas sim de uma constatação da realidade em estudo da qual o pesquisador social sério não pode fugir, na realidade, é seu dever desvelá-la para que, ao ser melhor conhecida e tratada nos devidos termos, possa vir a ser modificada.

encontramos homens e mulheres “de carne e osso”, que se emocionam ao falar sobre sua vida, que se empolgam ao lembrar suas conquistas ou lamentam oportunidades perdidas, que tentam articular discursos coerentes sobre si mesmos, que agem com efetividade em algumas situações (e não noutras) e que nos desafiam a compreendê-los a fundo (Sá, 2011b).

A investigação a qual este trabalho se refere vem sendo orientada principalmente pela seguinte pergunta: Quais são os modos de pensar, agir e sentir (as disposições) que principalmente caracterizam o homem de negócios contemporâneo?

Uma série de iniciativas já foram empreendidas, apresentadas e assim tornaram públicas algumas das etapas concluídas e resultados alcançados (cf. Sá, 2010a, 2010b; Sá et al., 2010a, 2010b).

Neste texto se pretende resumir etapas e avanços da pesquisa que visa compreender este personagem de extrema relevância social. São seus objetivos: (1) fazer uma síntese-retrospectiva das etapas já desenvolvidas da pesquisa; (2) apresentar os avanços alcançados em suas primeiras etapas; (3) apresentar a estratégia, os critérios de seleção dos entrevistados, o instrumento, o modo como vem foram executadas as entrevistas em profundidade – cada um desses objetivos é tratado em seções específicas que se seguem. Ao final, algumas breves considerações são apresentadas.

1. Síntese-retrospectiva das etapas anteriores da pesquisa

1.1. Pesquisa teórica: A sociologia de Pierre Bourdieu e Bernard Lahire²

Para a execução do projeto científico acima apresentado, a primeira etapa empreendida foi uma pesquisa teórica direcionada às obras dos sociólogos franceses Pierre Bourdieu (1994 [1972], 2007 [1979], 2008 [1993]) e Bernard Lahire (2001, 2003, 2004, 2005a, 2005b, 2006a, 2006b, 2010). Afinal, foi na sociologia disposicionalista – em particular nos trabalhos desses dois autores – que se encontrou aporte pertinente para o intento de compreender os modos de pensar, sentir e agir (as disposições) do personagem em questão. Afinal, esta abordagem teórica permite observar ações, pensamentos e sentimentos de Homens de negócios como resultados objetivos de alguns dos princípios que os geraram. Estes princípios seriam frutos da origem, visão de

² Esta seção resume aspectos anteriormente apresentados em Sá (2010a, 2010b) e Sá et al. (2010a, 2010b).

mundo e hábitos “herdados” da família; dos contextos sociais dos quais participou (ou ainda participa) o indivíduo; de suas experiências educacionais e profissionais; enfim, das vivências significativas de sua trajetória de vida.

Para uma compreensão elementar dos principais aspectos apropriados do trabalho de Pierre Bourdieu, faz-se necessário recuperar de modo sintético definições dos conceitos de *habitus*, capital (simbólico, social, econômico e cultural) e campo, bem como alguns aspectos principais da leitura crítica e uso original que Bernard Lahire faz de sua obra.

O conceito de *habitus*, central à teoria bourdiesiana (e que forma junto aos conceitos de capital e campo, a base do arcabouço erigido pelo autor) surge a princípio em *Esboço de uma teoria da prática*, definido, grosso modo, como “sistema de disposições” (cf. Bourdieu, 1994: 61-62). Mas será em *A Distinção* que poderemos encontrá-lo de modo mais articulado:³ “o *habitus* é, com efeito, princípio gerador de práticas classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação (*principium divisionis*) de tais práticas” (Bourdieu, 2007: 162, grifos do autor em itálico).

Em síntese, o *habitus* é um sistema de disposições incorporadas constituídas a partir de um princípio gerador diretamente vinculado à origem de classe do indivíduo. É também em *A Distinção*, trabalho no qual Bourdieu penetra nos meandros da relação classe, trajetória de vida e espaço social, e explora as diferenças constitutivas que são observadas nestes aspectos para a compreensão da distinção social por meio do gosto, que são encontrados e colocados em funcionamento elementos fundamentais à sua teoria da ação, assim como são apontadas as disposições diretamente relacionadas aos gostos que os membros das diferentes classes apresentam. Quem o educou? Com quem ele conviveu quando cresceu? Que tipo de comida as pessoas com as quais ele se relacionam comem? Estas seriam perguntas que ajudariam a busca dos porquês do gosto por certo tipo de alimento numa classe e não noutra. Para Bourdieu, trata-se de *habitus* distintos. Na realidade, esses gostos nos são apresentados por meio de contextos de socialização e ação nos quais nós fomos criados ou passamos a viver e que está diretamente relacionado à nossa classe.

3 Ver figura explicativa na p. 193 da edição brasileira. Obviamente tanto o conceito de *habitus* quanto os de capital e campo não deveriam ser vistos fora do sistema teórico elaborado pelo autor (em especial porque estes conceitos são desenvolvidos, desdobrados e levados ao plano de teorias ao longo da obra de Bourdieu), entretanto, não é pertinente apresentar neste trabalho este sistema e, ao mesmo tempo, fica muito difícil avançar nele sem recuperar estes conceitos sucintamente.

Dois exemplos comparados podem esclarecer o que Bourdieu (2007: 163) quer dizer com a ideia de *habitus* e são apresentados pelo próprio em seguida quando aponta que falar do ascetismo aristocrático dos professores ou da pretensão da pequena burguesia não é somente descrever estes grupos por uma de suas propriedades, mesmo sendo esta a mais importante, mas sim tentar nomear o princípio gerador de todas as suas propriedades e de todos os seus julgamentos sobre suas propriedades ou as dos outros.

Um dos aspectos centrais na definição e análise do *habitus* é o volume e a estrutura do capital da classe ou, em particular do indivíduo, uma vez que “o *habitus* se apresenta, como social e individual: refere-se a um grupo ou classe, mas também ao elemento individual” (Ortiz, 1994: 18). Indo além da concepção marxista, Bourdieu irá compreender o termo capital não somente pelo acúmulo de bens e riquezas econômicas, mas também pelos recursos ou mesmo poder que se manifesta em atividades sociais. Assim, além do *capital econômico* (renda, salários, imóveis), é decisivo para o sociólogo a compreensão de *capital cultural* (saberes e conhecimentos reconhecidos por diplomas e títulos⁴), *capital social* (relações sociais que podem ser convertidas em recursos) e o *capital simbólico* (aquilo que chamamos de prestígio ou honra e que permite identificar os agentes no espaço social). Nesta perspectiva, as desigualdades sociais não decorreriam somente de desigualdades econômicas mas sim do volume e da estrutura destes capitais distribuídos entre os membros das diferentes classes sociais (Socha, 2008: 46).

O terceiro conceito a ser aqui recuperado é o conceito de campo. Bernard Lahire (2001: 24-26) apresenta os elementos fundamentais e relativamente invariantes das definições de campo que Bourdieu apresenta em diversos trabalhos. Em síntese lembra que, para Bourdieu, o campo é a concorrência, é um lugar que ninguém consegue dominar por completo, mas que apresenta sempre dominados e dominantes em posições diferentes.

O conceito de campo nos é especialmente importante uma vez que o “campo dos negócios” é um espaço social no qual são hierarquizados os indivíduos de acordo com a posição que ocupam e as práticas (mais ou menos pertinentes ao campo e ao posto

4 Mas que não é somente adquirido por meio de instituições formais como a escola ou representado por diplomas, mas também por meio de inserção e convívio sociais em determinados espaços, afinal, saber bater palmas no momento adequado num concerto de música clássica, ou escolher o vinho apropriado à temperatura ou momento do dia são tipos de conhecimentos também denominados como “capitais culturais” por Bourdieu.

desejado ou ocupado neste) que apresentam, assim como lócus no qual se dá a disputa destes por posições e, neste processo, a incorporação de valores sincrônicos à dinâmica de uma sociedade de mercado – justamente no processo observado na sociologia disposicionalista de incorporação pela classe, em Bourdieu, pelo indivíduo, em Lahire, de aspectos da sociedade na qual vivem. Como jovens candidatos se apresentam nas entrevistas para estágio ou emprego? Existe um padrão (parte implícito, parte explícito) a ser seguido, tem que ter “boa aparência”, comunicação clara, cabelo bem aparado, estar vestido de modo apropriado, etc. E “alguém” determinou isso? Não, mas como nos apontou Bourdieu, são operações que parecem ser “coletivamente orquestradas, sem ser produto da ação organizadora de um regente”. Ou seja, tudo isso não está regulamentado em lugar algum, é resultado de uma hierarquização valorativa que está institucionalizada na sociedade e que incorporamos ao nos inserirmos (ou querer fazê-lo) no campo dos negócios.

Neste campo, de um lado podem ser observadas “forças homogeneizantes” sociais que viabilizam uma nova moral social, tal como a leitura da comunicação de negócios e incorporação de alguns de seus aspectos (como pode ser visto na revista *Você S.A.* que traz reportagens que dizem como o executivo deve se conduzir sua carreira, mudar suas práticas, vestir-se, e até mesmo para onde ir nas férias); e de outro, “forças heterogêneas” como o fato de que cada executivo “faz trabalhar” nos negócios as experiências anteriores de sua trajetória e dos contextos de ação pelos quais passou ou ainda vive.

Foi justamente nos anos 90 que o sociólogo francês começou a traçar as primeiras linhas de sua “sociologia à escala individual”. Tomando na realidade o mesmo objeto que Bourdieu evocava na teoria do *habitus*, ou seja, o “social incorporado” nos indivíduos, sendo que não de forma homogênea na extensão de uma classe, mas sim variante entre os indivíduos de uma mesma classe. Acreditando que o indivíduo não é uma novidade histórica nem sociológica, Lahire pontua que a forma como irá observá-lo não se deve ao que muito se diz ser uma “sociedade individualista”, mas sim devido à *compreensão do social que se pode obter por meio dos indivíduos* (2010).

Lahire então pergunta à Bourdieu se não seria mais pertinente, para compreender a sociedade, voltar o olhar para os indivíduos. Afinal, estes apresentam em suas disposições, manifestações dos mais diversos aspectos de uma sociedade em sua condição individual. Assim, seria melhor falar em disposições e não em sistema de disposições (*habitus*) e em princípios geradores (e não em um único princípio gerador

para uma classe) e deste modo perceber as variações inter e intraindividuais e as contradições que seriam inerentes aos indivíduos. Em especial, ele nos leva a observar os diversos contextos de ação nos quais o indivíduo se insere, além de sua trajetória de vida, como elementos centrais na compreensão dos pensamentos, sentimentos e ações deste indivíduo.

Em sua construção teórica, Lahire (2006a) parte de sólida crítica à ideia de *habitus* – enquanto *sistema de disposições* incorporadas fruto de único princípio gerador e aplicável/transferível para os mais diversos contextos de socialização do indivíduo – afirmando que existem variações intra e interindividuais nas disposições e, conseqüentemente, nos hábitos dos indivíduos de todas as classes e em comparação com outros membros de uma mesma classe. Sua crítica está voltada para a “coerência do princípio gerador”, dos *habitus* das classes, ao que prefere tratar como *disposições* (e não como um sistema).

A partir deste aporte desejava-se compreender alguns dos principais traços disposicionais que os Homens de negócios “herdam”, “ativam” (e “desativam”) ou incorporam (e desincorporam) ao longo de sua trajetória pessoal e profissional que são determinantes para que eles pensem, sintam e ajam como os fazem.

1.2. Pesquisa bibliográfica: O Homem de negócios na história (e por outros olhares)

Nesta etapa foi feito um resgate das origens do Homem de negócios contemporâneo tal qual ele foi observado por alguns importantes nomes das ciências sociais, desde Max Weber (2005, 2006) e passando por outros autores que, ao longo século passado, abordaram aspectos destacáveis da evolução deste personagem em diversos contextos sócio-históricos, tais como Schumpeter (1984, 1988 [1911]), Mills (1969 [1951]) e (1981 [1956]), Boltanski (1982) e Boltanski e Chiapello (2009 [1999]), bem como alguns trabalhos recentes produzidos a partir da realidade brasileira desta década, tais como Costa et al. (2010), Martelli (2006), López-Ruiz (2007) e Azize (2009). Esta “caminhada histórica” foi analisada por meio da perspectiva teórica oferecida por Pierre Bourdieu e Bernard Lahire (cf. Santos, 2010; Santos e Sá, 2010; Sá e Santos, 2010a). Esta revisão nos permitiu tanto nos aproximar da trajetória histórica do personagem em estudo quanto das pesquisas realizadas anteriormente, bem como ter

o apoio comparativo de outras épocas, contextos e estudos a serem confrontados com a pesquisa em curso.

1.3. Estudos exploratórios

- “O ‘super-homem’ de negócios” e “O retrato de Roberto”

Esta etapa teve como objetivo a construção, apresentação e ilustração de um tipo puro (ideal), nos moldes propostos por Max Weber (1999). Na realidade, aqui se buscou conhecer um pouco melhor o *CEO* – *Chief Executive Officer*, o diretor-presidente ou diretor geral de uma empresa, seu mais alto executivo. Eles estão no topo da hierarquia do mundo dos negócios contemporâneo. Personificam o sucesso mercadológico bastante cultuado e reconhecido em nosso tempo. Era nosso entendimento que a construção de um tipo puro do que chamamos provocativamente de “super-homem” de negócios é de significativa importância à compreensão dos modos de pensar, sentir e agir do Homem de negócios comum, afinal, de um modo geral, este toma como referência ou ideal a ser alcançado, o *CEO*. Então nos voltamos ao trabalho de Weber para recuperar as orientações de sua doutrina metodológica – no que diz respeito à construção ideal típica. Em seguida foram apresentados e analisados trechos de um *corpus* linguístico constituído a partir das seguintes fontes: (1) Matérias e seção (*Agenda do CEO*) selecionadas da revista *Você S.A.*, (2) livros, entrevistas e transcrições dos diálogos do *CEO* Roberto Justus (no programa de TV *O Aprendiz 6: Universitário*, exibido pela Rede Record no primeiro semestre de 2009),⁵ (3) trechos selecionados do documentário *Enron – os mais espertos da sala* e (4) depoimentos de *CEO* recolhidos do documentário *The Corporation*. Foi a análise do *corpus*, executada de modo articulado à revisão de literatura temática, realizada sob a perspectiva teórica específica,

5 Informações obtidas por meio das seguintes fontes:

Justus, R. e Andrade, S. A. (2006) *Construindo uma vida: Trajetória profissional, negócios e O Aprendiz*. São Paulo: Larousse do Brasil.

Justus, R. e Andrade, S. A. (2007) *O empreendedor: Como se tornar um líder de sucesso*. São Paulo: Larousse do Brasil.

O APRENDIZ 6 UNIVERSITÁRIO. Programa de TV exibido pela Rede Record no primeiro semestre de 2009.

PORTAL TERRA: Aprendiz 2. Quem é Roberto Justus. Disponível em: <http://exclusivo.terra.com.br/aprendiz2/interna/0,,OI593076-EI5248,00.html>. Acessado em 29 mar. 2010.

RECLAME. Entrevista com Roberto Justus (Parte1 e Parte 2). Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=3xDxzKR_hqE e <http://www.youtube.com/watch?v=HslbCpOU9r8>. Acessado em 17 jun. 2010.

que nos permitiu a construção do tipo puro do “super-homem de negócios” nos seguintes termos: O super-homem de negócios é um indivíduo que tem ambição e ostenta símbolos de “sucesso” socialmente reconhecidos numa sociedade de mercado, que acredita e/ou incorpora a ideologia de mercado (neo)liberal e, principalmente, apresenta traços de personalidade específicos socialmente constituídos, tais como: Agressividade; auto-estima elevada; poder de persuasão, capacidade retórica (“ares proféticos” em suas falas ao, muitas vezes, “aparentar saber mesmo quando não sabe”); discurso “politicamente correto”; carisma, postura de líder, além de ser capaz de inspirar segurança. Acreditávamos que, ao construir conceitualmente a referência máxima do campo dos negócios, daríamos passo significativo no sentido de erigir compreensão científica ao fenômeno de nosso interesse, o homem de negócios contemporâneo em si. (Sá *et al.*, 2010a)

Já em *O retrato de Roberto* foi brevemente recuperado como Roberto Justus se tornou o homem de negócios que é hoje, tendo sido sua história contraposta às suas falas e práticas (tanto como apresentador de um programa de televisão, quanto em seus livros e entrevistas concedidas) e ele então servindo de ilustração ao tipo puro do “super-homem” de negócios anteriormente construído. Ao recontar a história de Roberto Justus, mesmo com as limitações de dados que tivemos, nos foi possível afirmar que sua história é bem diferente de como é retratado pela mídia especializada e de como é vista enquanto referência de sucesso singular, sendo uma história bastante comum e até mesmo previsível se observadas suas condições de partida, trajetória de vida e contextos de socialização e ação. (Sá e Santos, 2010b)

- “*Por um lugar no mercado... Ou jovens em luta na TV: O que os fazem perder?*”

Um dos maiores desafios que enfrentam jovens universitários (e profissionais recém-formados) é a inserção no mercado de trabalho. A relevância social deste fenômeno acabou projetando-o à televisão. *O Aprendiz 6: Universitário* foi um *reality show*, exibido pela Rede Record em 2009, no qual o empresário Roberto Justus é também o apresentador que busca selecionar um jovem para se tornar estagiário de sua empresa (a cada programa um dos candidatos é eliminado). Na realidade, nosso interesse por este programa se deveu ao fato de termos visto nele um “laboratório televisivo” da luta cotidiana de jovens que almejam se tornar executivos de negócios. Para a análise dos reais motivos que fazem com que os jovens participantes sejam, um a

um, eliminados do programa, recorreremos também à sociologia disposicionalista. Após análise, concluímos que o real motivo que faz com que um ou outro jovem sejam eliminados de um programa-laboratório como *O Aprendiz* é não apresentar, por meio de seus pensamentos, sentimentos e ações explicitados, as disposições necessárias à atuação naquele “campo” específico para o qual está sendo posto à prova. Ou seja, o que os fazem perder não são suas falhas ou faltas apontadas pelo apresentador, conselheiros ou até mesmo demais concorrentes, estas falhas-faltas são consequências comportamentais exteriores, visíveis, da falta de uma ou mais disposições (causas) que são necessárias de terem sido incorporadas para que se venha ocupar um posto no campo dos negócios. Observando a questão nestes termos, os candidatos não estão apenas em luta uns contra os outros pela vitória no programa, mas também travam grande embate interno, cada um consigo mesmo, em busca de pensar, agir e sentir de modos os quais ainda não tiveram a oportunidade de incorporar por estarem no início de suas trajetórias profissionais. Pela perspectiva disposicionalista, somente após algum tempo de atuação no contexto de ação de negócios é que jovens entrantes podem incorporar e passar a orientar suas ações por meio de disposições que a ele são pertinentes. (Sá et al., 2010b).

A realização destes estudos permitiu tanto conhecer os perfis que se encontram na hierarquia do campo dos negócios, acima do público de interesse da pesquisa, quanto os que estão abaixo, ou seja, os jovens que neste campo querem entrar ou estão em estágio inicial no mesmo. “Cercar” o personagem a ser investigado, ao estudar aqueles que estão acima e abaixo (obviamente, em termos de hierarquia do campo), foi uma iniciativa que deu mais segurança para a delimitação do escopo da pesquisa até então.

2. Entrevistas em profundidade: Estratégia, critérios, instrumento, execução e direcionamentos⁶

2.1. Uma estratégia inspirada em “Retratos Sociológicos...”⁷

É acreditando na relevância da investigação empírica para a validação ou não dos conceitos disposicionalistas que Lahire estrutura o que diz ser “um dispositivo metodológico inédito”. Dispositivo este que consiste na realização de entrevistas longas

6 Na realidade, esta seção recupera trechos de Sá (2010a) e pode ser vista de modo mais detalhado no “Anexo teórico-metodológico” de Sá (2010b).

7 Nesta subseção, todas as citações acompanhadas apenas do número de página são referentes a Lahire (2004).

e sucessivas com cada um dos entrevistados sobre temas diversos – tais como “família, escola, trabalho, sociabilidade, lazer-cultura e corpo (alimentação, saúde, estética, esporte)” (p. 34) – e que, de forma geral, orienta a investigação para a obtenção do melhor conjunto possível de informações, evidências e indícios com potencial de subsidiar interpretações adequadas acerca do “patrimônio de disposições” do pesquisado.

A coerência observada no trabalho de Lahire pode ser observada no fato que sua versão da teoria da ação disposicional (pluralidade das disposições intra e interindividuais) é acompanhada de inovação epistemológica (sociologia à escala individual) e construção metodológica apropriada. Neste sentido, sua proposta foca na compreensão de casos individuais por meio de entrevistas longas e sucessivas que possam ir além do discurso coerente que cada indivíduo tende a construir para se autojustificar sobre sua própria história, uma vez que em sua grande maioria apresenta práticas incoerentes, mas como incorporaram a hierarquia social da classificação das práticas culturais, ou sejam, sabem o que é mais ou menos legítimo, e se autoavaliam de acordo com ela (e.g., sabem que é mais legítimo ler Kafka que assistir TV, logo, geralmente justificam a segunda prática, quando admitem tê-la, como um momento de “descontração”, ou algo sem importância, “para relaxar”; no Brasil, muitas pessoas condenam o hábito de assistir novelas, mas se perguntados, sabem quem são os personagens e como está se desenrolando a trama, ou seja, não admitem publicamente gostar ou assistir mas o fazem “às escondidas até mesmo deles próprios”...).⁸

Um aspecto importante destacado pelo autor é a não-consciência do indivíduo quanto aos princípios que regem suas ações, “embora seja suficientemente consciente para nos descrever o que faz, o ator não tem consciência das determinações internas e

8 Esses fatores seriam variações observáveis num indivíduo – ao longo de sua trajetória de vida (intra-individuais) –, ou entre os indivíduos membros de uma mesma classe ou subclasse social (inter-individuais), de comportamentos, gostos e atitudes, de acordo com este ou aquele contexto (família, escola, trabalho, diferentes grupos de amigos) e que são significativas – não podendo ser desprezadas no afã de se construir uma explicação sobre a homogeneidade ou heterogeneidade das ações dos indivíduos nestes diversos contextos – em relação a uma determinada disposição. Há também questões que são colocadas quanto à pluralidade das disposições incorporadas; à especificidade de uma disposição em relação a um contexto; sua transferibilidade para outros, seu caráter geral, ou ainda, os momentos de “rupturas biográficas” (p. 35) (e.g., um indivíduo trabalhava como executivo em São Paulo e resolveu abrir uma pousada numa praia no Nordeste do Brasil). Afinal, nestes momentos, as disposições podem entrar em crise ou mesmo ser reativadas e assim sair do estado de vigília (e.g., quando criança, criado no interior, este executivo cresceu cuidando das plantas e animais da família, e assim desenvolveu a disposição para este tipo de atividade, no entanto, ao vir estudar e depois trabalhar em São Paulo, não pode dar continuidade a esta atividade que foi retomada assim que ele abriu a pousada).

externas que o levaram a agir como agiu, a pensar como pensou, a sentir como sentiu” (p. 22-3). Fica claro então que não podemos partir de uma pressuposição de que o pesquisado terá como fornecer as explicações sobre o que orienta sua ação (fatores disposicionais e/ou contextuais) e sobre as variações que apresenta em relação a estas orientações em diferentes ações específicas. O discurso coerente sobre a própria vida é uma construção do indivíduo. Mas, através de entrevistas sucessivas, podemos identificar as fissuras, as incoerências, os choques entre as disposições legítimas e menos legítimas dentro dos indivíduos.

São as nuances das vidas de cada um de nós que podem ser captadas por meio de uma estratégia apropriada para trazer à tona essas questões, por meio das pessoas, das falas delas sobre suas vidas, provocando-as a falar sobre temas como a família, gerações anteriores, sobre como era sua vida na infância, sobre como elas descobriram suas inclinações profissionais, como foram as suas vidas na escola, em quais disciplinas tinham mais habilidades, quais menos; quais os professores que as marcaram, por quê? Quais amigos têm ou tiveram mais influência sobre elas? Enfim, reconstruir suas trajetórias de vida. Então a estratégia investigativa que foi adotada até então na pesquisa foi inspirada neste trabalho de Lahire e procurou realizar entrevistas sucessivas em profundidade com essas pessoas, explorando as diversas esferas (política, religião, consumo, trabalho, família, etc) de suas vidas, e ao reconstruir as trajetórias de vida dos entrevistados, explicar como as disposições que elas apresentam hoje foram construídas ao longo dessas trajetórias.

2.2. Critérios de seleção dos entrevistados e o instrumento de pesquisa

Para seleção dos perfis entrevistados, dois aspectos foram fundamentais e decisivos para a faixa etária escolhida (entre trinta e quarenta anos): (1) Não serem nem jovens entrantes (que, nesta condição, estão bastante sucessíveis a incorporar discursos e práticas exigidas pelo mercado e assim se adaptar às suas exigências) e, ao mesmo tempo, não serem bem estabelecidos e assim com seu “complexo disposicional” muito provavelmente mais “estabilizado”. Ou seja, a faixa etária e, conseqüentemente também, o tempo de atuação no “campo” dos negócios foram decisivos para escolha dos indivíduos entrevistados.

Um outro critério também foi considerado para a seleção e realização de entrevistas com o perfil, sua acessibilidade. Para acessá-los foi utilizada a mesma

estratégia adotada por Lahire (2004), ou seja, buscou-se uma pessoa não tão próxima que poderia vir a se sentir inibida ou constrangida em revelar “seus segredos” para um outro que vê com frequência, e, por outro lado, não completamente desconhecida ou sem uma indicação de um outro que lhe seja próximo, para que assim o entrevistado se sentisse confiante em revelar detalhes de sua história de vida.

O roteiro para a entrevista foi estruturado e adaptado a partir de roteiro já utilizado em pesquisa anterior (cf. Sá, 2011a). Este foi dividido em nove partes a serem geralmente realizadas em entrevistas sucessivas. Estas partes têm como temas: o trabalho, a vida econômica, o consumo e o lazer, as opiniões políticas e convencionais, a vida escolar, a familiar, as relações de gênero, a visão que o entrevistado tem de si mesmo e a religião. Estes temas foram propostos por meio de questões que orientavam a interação sociolinguística com o entrevistado. Nesta interação se procurou tanto deixar o entrevistado ao máximo à vontade quanto estabelecer um tom de conversa.

2.3. Entrevistas realizadas⁹

As três primeiras entrevistas realizadas resultaram nos capítulos cinco, seis e sete de Sá (2010b). Os entrevistados receberam os nomes fictícios de “Marlon”, “Maria” e “Manuel” e tiveram suas entrevistas transcritas, resumidas, apresentadas e analisadas preliminarmente.

Em síntese, Marlon apresenta uma trajetória de vida bastante comum a jovens de classe média, tendo uma base familiar bem estruturada (só perdendo a mãe no início da vida adulta), estudado em bons colégios e a oportunidade de iniciar dois cursos superiores. Uma disposição para autonomia foi desenvolvida por meio de uma mudança de contexto escolar, expandida para a vida doméstica quando precisou morar somente com o irmão (no início da vida adulta) e depois para o trabalho ao decidir ir em busca de uma oportunidade noutra cidade. A carreira de negócios lhe surgiu como uma alternativa viável para “colocar para fora” seu potencial comunicativo, em particular ao trabalhar com marketing. Nela, aplica também a disposição para o trabalho que via de forma ambígua no pai (tanto admirava sua dedicação ao trabalho quanto apontou que, de certo modo, ele não se fazia muito presente em sua educação em decorrência disso),

9 Esta seção toma por base e é uma síntese de parte do capítulo 8 (oitto) “Avanços, direcionamento e consideração final” de Sá (2010b).

mas que, como foi visto na entrevista, valora mais positivamente que negativamente. Mostra-se disposto a mudanças de cidade a depender do surgimento de novas oportunidades de trabalho e vê sua ascensão profissional atrelada à da empresa na qual trabalha e “veste a camisa”. Hoje vive um novo momento na sua trajetória de vida ao ter se tornado pai de família e assim modificado seus hábitos de uma vida noturna agitada (hedônica) para uma vida caseira e mais calma em família. Marlon apresenta características significativamente exemplares do perfil que mais adiante será denominado de *formado para os negócios*.

Também em síntese, em busca de realizar o sonho de ser bem sucedida, Maria atribuiu grande ênfase ao campo profissional (esfera esta que ocupa um lugar de destaque em sua hierarquia de valores), bem como assume como virtudes as características pertinentes a este campo. Esta afirmação pode ser claramente percebida quando ela tenta responder sobre quem ela é, e acaba respondendo sobre quem ela gostaria de ser. Assim fortes disposições que foram incorporadas durante quase toda a trajetória de vida escolar e familiar, como a disciplina autoimposta, passam a ser confrontadas com novas demandas no trabalho, exigindo que a Maria competitiva, estressada e “geniosa” da infância e início da vida adulta passe a dar espaço à busca de uma outra “mais flexível” e adaptável às demandas do mercado no qual trabalha. Apesar de hoje aparentar traços que podem ser relacionados ao perfil, *formado para os negócios*, sua trajetória de vida e profissional nos leva a observar Maria como sendo um caso que apresenta mais aspectos relacionados ao perfil *ascendente social por meio dos negócios* (mais especificamente, sua origem de classe, criação interiorana e a superação da ausência de capital econômico familiar).

Manuel tem uma visão de mundo bem característica à sua condição de classe média alta e, em particular, à sua condição de empresário-patrão-empregador. Apesar de dizer atribuir grande valor à educação, não tomou para si este pensamento e não conseguiu colocar em prática o que diz pensar. Em suma, seu caso possibilita a construção do perfil *herdeiro da tradição do comércio*.

Com realização dos estudos de caso acima recuperados, foi possível avançar no sentido de melhor precisar o universo da pesquisa.

2.4. Perfis de partida para seleção dos entrevistados da última etapa concluída¹⁰

Após a realização dessas primeiras entrevistas foi possível definir de modo mais preciso os perfis (cf. Sá, 2012). De modo geral, apontam-se alguns traços pertinentes em termos de volume e tipos de capitais (Bourdieu) que seriam mais característicos a cada um deles. Estes são resultados tanto do esforço investigativo empreendido até aqui quanto da observância da realidade local (Pernambuco, mais especificamente, Recife e algumas cidades do Agreste deste estado do Nordeste do Brasil) na qual a pesquisa se dá:

- *Formado para os negócios*

Este perfil tem origem social no que convencionamos denominar de classe média. Estudou em boas escolas particulares na infância, teve acesso à formação universitária e, em certa medida, faz “bom uso” da língua e demonstra familiaridade com tecnologias de gestão e conceitos/termos de mercado (tais como: segmento de mercado, público-alvo; desempenho; produtividade; efetividade; etc.). De modo direto ou indireto acessa a rede social da família (ou mesmo a sua) para se projetar profissional ou socialmente. Usufrui do capital econômico disposto pela família. Tem trajetória de vida e disposições bastante típicas da classe média. “Marlon” seria o caso empírico mais próximo deste perfil.

- *Ascendente social por meio dos negócios*

Este perfil tem geralmente origem social no que se pode denominar de “classe trabalhadora”. Não estudou em boas escolas particulares na infância e adolescência, com dificuldade (ou muita determinação) completou o ensino médio ou teve acesso ao ensino superior. Com muito esforço foi capaz de dominar a língua e, posteriormente, os conceitos/termos de mercado. A princípio não dispõe de rede social que lhe seja útil para se projetar profissional ou socialmente. É também desprovido de capital econômico familiar ou próprio no início de sua vida adulta. Obteve capital cultural ou por meio de inserção e realização de curso universitário, ou por meio de aprendizado prático/cursos técnicos que o permitiu conhecer bem sua área de atuação. Tem trajetória de vida e

10 Esta subseção toma por base e é uma síntese de parte do capítulo 8 (oito) “Avanços, direcionamento e consideração final” de Sá (2010b).

disposições bastante típicas (disposição para “superação de si”, para disciplina) a pessoas que precisaram ascender socialmente e assim mudar de classe, ou seja, o que Bourdieu chamaria de trânsfuga de classe. A determinação e a luta diária para “vir a ser alguém na vida” foram marcantes em momentos significativos de sua trajetória. Em síntese, são casos singulares diante da realidade da sociedade atual. Dos casos apresentados anteriormente, “Maria” seria o caso empírico que mais se aproxima deste perfil.

- Herdeiro da tradição do comércio

Este perfil pode ser melhor reconhecido não em termos de sua origem social, mas sim por meio das práticas que apresenta, já que é, como o título diz, o herdeiro da tradição do comércio. Podendo até ter estudado em escolas particulares na infância, este perfil apóia a compreensão de casos de pessoas que agem de modo mais concernente aos contextos tradicionais do que modernos. De modo direto ou indireto acessa a rede social da família (ou mesmo a sua) para resolver assuntos profissionais ou sociais. Pode até usufruir de certo capital econômico familiar, mas faz uso deste em termos de reprodução do modelo tradicional-comercial da própria família. Não apresentou ao longo de sua trajetória grandes esforços no sentido da obtenção de conhecimento/capital cultural. Tem trajetória de vida e disposições “herdadas” e similares às dos pais. “Manuel” seria o caso empírico que mais se aproxima deste perfil.

Para o avanço na caracterização destes aspetos foram acessadas e entrevistadas outras pessoas que trabalham como empresários em cidades do Nordeste do Brasil. Numa análise desenvolvida a partir destas novas entrevistas foram destacados aspetos principalmente relacionados à origem de classe e familiar, experiência educacional e trajetória de vida (cf. Sá, 2012).

3. Considerações finais

De modo bastante sucinto, este texto procurou sintetizar uma série de iniciativas articuladas até então realizadas (ou mesmo ainda em curso) no âmbito de uma pesquisa que busca construir uma compreensão sobre o Homem de negócios contemporâneo (cf. Sá, 2010b). A motivação para sua elaboração foi compartilhar com os pares tanto o desenvolvimento da pesquisa quanto os resultados parciais, direcionamentos e avanços.

Procurou-se tratar de cada um dos objetivos propostos em seções específicas conforme anunciado na introdução – ou seja, uma síntese-retrospectiva das etapas já desenvolvidas foi inicialmente apresentada, seguida dos avanços alcançados nessas primeiras etapas e das questões relacionadas às primeiras entrevistas em profundidade realizadas.

Para um maior aprofundamento sobre estas iniciativas articuladas e as etapas já realizadas da pesquisa recomenda-se o acesso aos trabalhos anteriormente publicados e que, na realidade, são as fontes a partir das quais este foi construído.

Bibliografia

- Azize, R. (2009) “Desemprego Executivo: a crítica ao terceiro espírito capitalismo no cinema contemporâneo”. *RBCS (Revista Brasileira de Ciências Sociais)*, 24 (69): 81-91.
- Boltanski, L. (1982) *Les cadres*. Paris: Ed. Minuit.
- Boltanski, L. e Chiapello, É. (2009 [1999]) *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (org.) (2008 [1993]) *A miséria do mundo*. 7ª. ed. Petrópolis: Vozes.
- Bourdieu, P. (2007 [1979]) *A distinção: Crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Editora Zouk.
- Bourdieu, P. (1994 [1972]) “Esboço de uma teoria da prática”. In Renato Ortiz (org.) *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 46-81.
- Costa, A. *et al.* (2010) “As ideias e o seu lugar: Empreendedores e empreendedorismos em uma perspectiva histórica”. In Anais do VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, 23 a 25 de maio, Florianópolis, SC, 1-17.
- Lahire, B. (2010) “Por uma sociologia disposicionalista e contextualista da ação”. In Lília Junqueira (org.) *Cultura e classes sociais pela perspectiva disposicionalista*. Recife: Editora da UFPE, 17-36.
- Lahire, B. (2006a) *A cultura dos indivíduos*. Porto Alegre: Artmed.
- Lahire, B. (2006b) *La condition littéraire: La double vie des écrivains*. Paris: La Découverte.
- Lahire, B. (2005a) “Patrimônios individuais de disposições: Para uma sociologia à escala individual”. *Sociologia, Problemas e Práticas*. 49, 11-42.
- Lahire, B. (2005b) *L'esprit sociologique*. Paris: La Découverte.

- Lahire, B. (2004) *Retratos sociológicos: disposições e variações individuais*. Porto Alegre: Artmed.
- Lahire, B. (2003) *O homem plural: As molas da ação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Lahire, B. (2001) “Champ, hors-champ, contrechamp”. In Bernard Lahire (org.). *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu: dettes et critiques*. Paris: La Découverte, 23-57.
- López-Ruiz, O. (2007) *Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo: Capital humano e empreendedorismo como valores sociais*. Rio de Janeiro: Azougue.
- Martelli, C. G. (2006) *Autoajuda e gestão de negócios: Uma parceria de sucesso*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial.
- Mills, C. W. (1981 [1956]) *A elite do poder*. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- Mills, C. W. (1969 [1951]) *A nova classe média [White Collar]*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Ortiz, R. (1994 [1972]) “A procura de uma sociologia da prática”. In Renato Ortiz (org.) *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 7-37.
- Sá, M. (2010a) “A sociologia disposicionalista e o homem de negócios contemporâneo”. In Anais do VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, 23 a 25 de maio, Florianópolis, SC, 1-17.
- Sá, M. (2010b) *O homem de negócios contemporâneo*. Recife: Editora da UFPE.
- Sá, M. (2011a) *Feirantes: Quem são e como administram seus negócios*. Recife: Editora da UFPE.
- Sá, M. (2011b) “Pesquisa social em administração: Uma trajetória em retrospectiva”. In Márcio Sá (org.) *Frutos do Agreste: Sobre ensino e pesquisa em Administração*. Recife: Editora da UFPE, 89-110.
- Sá, M. (2012) “O homem de negócios contemporâneo: Três socializações?” In Anais do Colóquio Internacional “A crise da(s) Socialização(ões)?”/“La Crise de(s)Socialisation(s)?”, 19 e 20 de abril, Braga: Instituto de Educação da Universidade do Minho, 170-179.
- SÁ, M.; et al. (2010a) “O ‘super-homem’ de negócios”. In Junqueira, L. (org.) *Cultura e classes sociais pela perspectiva disposicionalista*. Recife: Editora da UFPE, 271-304.
- Sá, M. (2010b) “Por um lugar no mercado... Ou jovens em luta na TV: O que os fazem perder?” In Lília Junqueira (org.) *Cultura e classes sociais pela perspectiva disposicionalista*. Recife: Editora da UFPE, 63-88.

- Sá, M. e Santos, E. C. (2010a) “A evolução histórica do nosso personagem sob olhares da ciência”. In Márcio Sá (ed.) *O homem de negócios contemporâneo*. Recife: Editora da UFPE.
- Sá, M. e Santos, E. C. (2010b) “O retrato de Roberto...” In Márcio Sá (ed.) *O homem de negócios contemporâneo*. Recife: Editora da UFPE.
- Santos, E. C. (2010) *O homem de negócios capitalista em perspectiva histórica*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração). Caruaru: Universidade Federal de Pernambuco.
- Santos, E. C. e Sá, M. (2010) “O homem de negócios capitalista em perspectiva histórica”. In Anais do II ERTEN - Encontro Regional de Tecnologia de Negócios (EM MEIO DIGITAL, CD), Serra Talhada, 1-15.
- Schumpeter, J. A. (1984) *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Schumpeter, J. A. (1988) *Teoria do desenvolvimento econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. 3ª Ed. São Paulo: Nova Cultural.
- Socha, E. (2008) “Pequeno glossário da teoria de Bourdieu”. *Revista CULT*, 128, Ano 11, set, 44-65.
- Weber, M. (1999 [1904]) “Objetividade do conhecimento na ciência Social e na ciência política”. In Max Weber, *Metodologia das ciências sociais-parte 1*. 3ª ed. São Paulo/Campinas: Cortez/Unicamp, 107-154.
- Weber, M. (2005 [1920]) *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Martin Claret.
- Weber, M. (2006) *A gênese do capitalismo moderno*. São Paulo: Ática. (Coleção Ensaio Comentado).