

“Somos uma grande família”: o papel do mito da grande família no controle psicossocial por vínculos.

Autoria: Érica da Costa Garcia, Michelle Oliveira Menezes Moreira

Resumo

A empresa familiar é peculiar, suas políticas e práticas sofrem forte influência das representações familiares, que ganham no imaginário da organização caráter mitológico. Os mitos oferecem modelos de vida (Campbell, 1998), promovendo nas organizações vínculo afetivo e social; formas sutis de controle psicossocial. O presente artigo, com base em pesquisa qualitativa, conforme metodologia proposta por Gonzalez Rey (2002; 2005), realizada em uma empresa familiar, procura elucidar este fenômeno com base na matriz teórico Economia Política do Poder (Faria, 2004), mostrando o mito de “grande família” existente nesta organização e seu papel enquanto promotor de controle psicossocial por vínculos. Para fazê-lo, o mito e suas repercussões em termos de controle psicossocial por vínculos foram analisados a partir da instância organizacional mítica proposta por Enriquez (1997). Novas zonas de sentido foram elucidadas no trabalho: foi possível identificar que o “mito da grande família”, edificado por meio do mito do fundador, promove o controle psicossocial por vínculos na medida em que reúne os sujeitos em prol de um projeto comum, um ideal de família; e legitima práticas e molda posturas espelhadas nas histórias dos dirigentes, caminho para fazer parte do grupo familiar e desfrutar do ambiente acolhedor.

1. Introdução

O ambiente globalizado exige agilidade e flexibilidade das tecnologias de gestão utilizadas pelas organizações. Com isso, as empresas buscam desenvolver formas e mecanismos de controle cada vez mais sutis, principalmente no campo psicossocial.

Neste contexto, a vinculação com base nos mitos aparece como mecanismo de controle utilizado pelas organizações, principalmente as familiares, nas quais as histórias e representações da família ganham no imaginário da organização caráter mitológico e passam a embasar políticas organizacionais e posturas dos empregados.

Os mitos oferecem modelos de vida (Campbell, 1998), envolvendo os sujeitos com o desempenho e com os resultados que as organizações determinam, uma vez que se sentem afetivamente identificados, pertencentes e participantes de um projeto social comum. Vincular-se, nas palavras de Faria,

“(…) significa estabelecer uma relação, um elo com algo ou alguém. De forma mais específica, o vínculo organizacional é uma relação que o indivíduo estabelece a partir do seu trabalho, indicando o seu grau de ligação com a organização, o grau de envolvimento com os seus projetos e objetivos, assim como o comprometimento com seus problemas, políticas, desempenho e resultados” (FARIA 2007, p 84-85).

A problemática do controle psicossocial sobre as relações de trabalho, compreendida no âmbito das relações presentes em uma empresa familiar, tem sido importante para a compreensão do universo afetivo e simbólico que envolve estas relações. A representação da família dá sentido à realidade cotidiana dos indivíduos, criando um ambiente acolhedor e protetor. Porém, as representações mitificadas presentes nos discursos dos empregados mascaram sentidos e significados. Sob a fachada da solidariedade e cooperação/cumplicidade dos trabalhadores com os objetivos da empresa, ocultam-se relações de dominação/submissão. Segundo Faria (2004), instâncias ocultas e manifestas existentes nas organizações dão corpo

ao sistema de controle, que faz uso da rede de subjetividade que se forma no ambiente de trabalho para exercer poder.

Visto isso, e tendo por base a matriz teórica proposta por Faria, denominada Economia Política do Poder, o presente artigo se propõe a mostrar o mito da “grande família” existente em uma organização familiar e seu papel enquanto promotor de controle psicossocial por vínculos. Entendendo-se por mito da “grande família” o mito de que a empresa é uma família, assim, todos que seguirem o ethos dos fundadores da empresa farão parte da família, sendo também donos da empresa.

As análises foram baseadas em pesquisa de campo realizada em uma empresa cujo nome fictício adotado foi “Somos uma grande família”, fabricante de caixas d’água em fibra de vidro e polietileno, localizada no município da Serra, Espírito Santo. Visto que era interesse elucidar os mitos e suas repercussões em termos de controle psicossocial por vínculos, utilizou-se a instância organizacional mítica proposta por Enriquez (1997) como disparador das análises.

Pretende-se com este artigo ampliar as zonas de sentido, conforme González Rey (2005) propõe no que diz respeito à mitificação da empresa familiar enquanto uma “grande família” como forma de controle psicossocial por vínculos nos processos e nas relações humanas de trabalho.

2. Fundamentação teórica

2.1 Empresa familiar: características peculiares

O conceito de empresa familiar tem sido abordado de diferentes formas, na visão de diferentes autores. Neste trabalho adotaremos o conceito de empresa familiar que se aproxima mais da perspectiva sócio-cultural, contribuindo desta forma para uma abordagem mais subjetiva para os estudos que envolvem empresas familiares. Esta perspectiva, trabalhado por Silva, Fischer & Davel (1999), busca uma interpretação da dimensão simbólica, onde os traços que caracterizam este tipo de organização evidenciam o universo familiar. Assim,

[...] uma empresa deve reunir simultaneamente as seguintes características para ser qualificada como empresa familiar: 1) A família deve possuir propriedade sobre a empresa, podendo assumir propriedade total, propriedade majoritária ou controle minoritário; 2) A família deve influenciar nas diretrizes da gestão estratégica da empresa; 3) Os valores da empresa são influenciados ou identificados com a família; 4) A família determina o processo sucessório da empresa (Silva, Fischer & Davel, 1999, p. 5).

Assim a empresa possui uma gestão peculiar, cujo caráter especial perpassa pela ação social e racional instrumental a um só tempo. Elas extraem uma força especial da história, da identidade e da linguagem comuns às famílias empresárias (Gersick et al., 1997). Desta forma a empresa familiar possui uma dinâmica específica de funcionamento, onde as representações familiares influenciam as práticas de gestão da empresa, que por sua vez se entrelaça com a história da família.

Algumas características são específicas, ou talvez mais intensas, neste tipo de organização, sendo elas: confiança mútua, estreitos laços afetivos influenciando os comportamentos e as decisões empresariais, valorização da antiguidade nos critérios de promoção dos funcionários,

exigência de dedicação com expectativa de fidelidade, postura severa do gestor (BERNHOEFT, 1989).

Portanto é importante salientar, que a empresa familiar possui uma dinâmica própria de gestão. Existe um projeto comum entre a organização e os empregados, que possui como base os valores familiares, onde a solidariedade, a cooperação, a dedicação permeiam as relações de trabalho. Todas estas características resultam em dificuldades gerenciais em separar o emocional do racional e onde jogos de poder se tramam, fazendo com que o controle psicossocial se realize.

2.2 Teoria Crítica nos Estudos Organizacionais

A Teoria Crítica teve raízes na escola de Frankfurt, originada no Instituto de Pesquisa Social, que objetivava apresentar um modelo marxista que restabelecesse sua unidade e identidade. Apesar das origens marxistas, seus teóricos também fizeram uso de autores não marxistas, como Freud, Hegel e Weber. Seu objetivo era denunciar a repressão e o controle social e reivindicar uma sociedade sem exploração como única forma para democracia.

A concepção desta teoria tem oferecido não apenas um modo de interpretação de como a produção humana relaciona-se com os desejos, conflitos e potenciais, mas também uma forma de desenvolver habilidades para pensar lógica e criativamente, afastando-se do pensamento canonizado.

Portanto a teoria crítica aqui colocada não se confunde apenas como uma abordagem crítica dentro do campo dos estudos organizacionais, presa aos fundamentos epistemológicos da teoria das organizações. Trata-se de uma teoria não só da economia, mas também do poder: uma economia política do poder. Assim, visa esclarecer em que medida as instancias ocultas e manifestas existentes nas organizações dão corpo ao sistema de controle, como este faz uso da rede de subjetividade que se forma no ambiente de trabalho para exercer poder. Através deste conhecimento torna-se possível subsidiar os sujeitos em suas ações políticas de resistência e de enfrentamento (FARIA, 2004).

Dentro deste contexto Faria (2004), cria um suporte teórico-metodológico ao estudo de organizações a partir da perspectiva das relações sociais de produção, do desenvolvimento das forças produtivas e das relações entre sujeitos e grupos sociais com o objetivo de analisar sua anatomia. Isso resulta no livro, escrito em três volumes, Economia Política do Poder. A intenção inicial deste livro é o de apresentar os fundamentos da Economia Política do Poder nos estudos das organizações sob a ótica da Teoria Crítica. Tem como finalidade indicar que a compreensão da vida nas organizações e sua dinâmica exigem um esquema teórico-metodológico crítico e dialético, capaz de responder às questões que afetam a vida cotidiana dos sujeitos das mais variadas formas e que valorizem o sujeito coletivo mais do que as organizações do qual trabalham.

Assim, dentro deste estudo, Faria (2004) afirma que as relações entre as organizações produtivas e os trabalhadores tomam a forma de um sistema de controle. O controle não apenas como mecanismo de gestão, mas também de poder. Desta forma, direta ou indiretamente, o controle torna-se um mecanismo dominante do ritual gerencial: controlar para produzir, visando o resultado. Este tipo de controle é especificado por Faria como um controle capitalista.

Para compreender este controle, de acordo com Faria (2004), é fundamental classificá-lo em seus níveis, suas formas e suas práticas. Existem três níveis interdependentes de controle: o econômico, o político-ideológico e o psicossocial. O econômico diz respeito às relações de produção, o político-ideológico relaciona-se a superestrutura construída a partir das relações de produção e o psicossocial diz respeito às relações entre sujeitos.

Neste trabalho nos aprofundaremos no controle psicossocial, pois se pretende colocar em destaque a outra cena, o não-dito que permeia as relações entre os sujeitos organizacionais.

2.3 Controle Psicossocial

O controle psicossocial, segundo Faria (2004) está relacionado a duas ações e a um efeito, sobre o qual se refere Foucault (1977) em seus estudos: vigiar e punir (ação) e disciplina (efeito). Atuando sobre o corpo e sobre a “alma”, o controle afirma a razão do poder, que exige um mundo sem surpresas e para o qual é necessário a existência de sujeitos permanentemente adestrados, pois o que importa é a anatomia política do detalhe, na qual o poder e controle psicossocial são muito mais exercidos do que possuídos.

O controle psicossocial se dá na medida em que a realidade, desejo e intenção do sujeito são diferentes dos desejos, realidades, e intenções da empresa. Segundo Pagès (1987), todavia, a empresa, funciona como um sistema de mediação dessas contradições. No processo de mediação há uma aliança entre restrições (coerções) da empresa e privilégios oferecidos ao indivíduo, estes, por sua vez, ocultam a contradição entre os objetivos da empresa de lucro e dominação, típicos do sistema capitalista, e os objetivos dos trabalhadores. Assim, as contradições do sistema capitalista nem sempre são observáveis, pois são ocultadas e transformadas pelos processos de mediação.

A organização é um sistema de defesa coletiva, permite ao indivíduo defender-se da angústia, propondo-lhe um sistema de defesa sólido, organizado e legitimado pela sociedade. Em contrapartida, exige do indivíduo sua colaboração com a manutenção do poder. Assim, devido a influência da empresa, e a essa impotência, aceitam-se as soluções prontas das organizações, e introjetam-se seus princípios, prazeres e ameaças.

O nível de controle psicossocial é assim denominado, porque incorpora as dimensões: individual, grupal, organizacional e social. Segundo Faria (2004), pode-se classificá-lo nas seguintes formas:

- Físico: tem por base o domínio do corpo do indivíduo ou do grupo social, agindo através da violência, da exploração;
- Normativo: refere-se ao conjunto de normas, regras;
- Finalístico ou por resultado: refere-se ao controle que busca garantir o cumprimento da finalidade econômica e política da organização;
- Compartilhado ou participativo: refere-se à busca da legitimidade da ação;
- Simbólico-imaginário: diz respeito aos processos de adesão imaginária, pela valorização de símbolos representativos de sucesso ou de fracasso, às crenças e suposições concretas ou fictícias, entre outros;
- Por vínculos: refere-se à concepção de um projeto social comum, atuando através de contratos formais ou psicológicos, na medida em que os sujeitos desejam o vínculo para se inscreverem no campo do Outro;

- Por sedução monopolista: caracterizado pelo discurso único, pela coesão primária, retirando dos indivíduos e dos grupos sua voz e sua existência e tornando-os apáticos.

Neste trabalho enfocou-se o controle psicossocial por vínculos, que diz respeito à concepção de um projeto social comum, no caso da empresa pesquisada, ser uma “grande família”. Este controle atua

2.4 O Mito

Qualquer que seja sua natureza, o mito é sempre um precedente e um exemplo, não só em relação às ações do homem, mas também em relação à sua própria condição. É um precedente para os modos do real (ELIADE, 1977).

Segundo Campbell (1998), os mitos são norteadores, oferecem modelos de vida, trazem conforto às pessoas, dão a elas um horizonte conhecido. Segundo o mesmo autor, “ao se tornar modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que se torna passível de ser mitologizada” (CAMPBELL, 1998, p. 64).

Para Roland Barthes (1978, p. 132), “a mitologia é uma concordância com o mundo, não tal como ele é, mas tal como pretende sê-lo”. Para ele, a função do mito é transformar uma intenção histórica em natureza, uma contingência em eternidade.

Os mitos têm basicamente quatro funções: A primeira é a função mística. Os mitos abrem o mundo para a dimensão do mistério. A segunda é a dimensão cosmológica, da qual se ocupa a ciência. A Terceira função é sociológica, se refere ao suporte e validação de determinada ordem social. Diz sobre princípios éticos, sobre as leis da vida, de como deveria ser, na sociedade ideal. A quarta função é a função pedagógica, como viver uma vida humana sobre qualquer circunstância (CAMPBELL, 1998).

No intuito de analisar o mito de “grande família” enquanto promotor do controle psicossocial por vínculos, utilizou-se a instância mítica de análise das organizações proposta por Enriquez (1997), analisando as tramas da dupla linguagem, das encenações, que criavam uma rede simbólico-afetiva, dando significados e influenciando as práticas cotidianas e as relações de trabalho.

A instância mítica de análise permite, segundo Faria (2004, p.27),

“Compreender como o mito atua na organização, desde o mito fundante, original, através do qual a organização remete à sua história oficial, ao seu passado, até mito o contemporâneo, à crença em uma organização capaz de preencher todos os desejos e necessidades”.

Em síntese, o mito é a coletividade de crenças, sentimentos e imagens atribuídos a um tema central (Faria, 2004). Uma das suas funções essenciais é a de unificar o pensamento e os comportamentos humanos, constituindo um fator de aglutinação, de reafirmação de vínculos sociais comuns. É com este objetivo que os mitos são reproduzidos nas organizações e que aparecem como uma instância na qual se operam os mecanismos de controle.

3. Metodologia

Era objetivo da pesquisa, colocar em destaque a singularidade do sujeito como forma de apreensão da situação social objetiva, para tal, foi adotada a “epistemologia qualitativa”, teoria de González Rey (2005), para embasar todas as etapas da pesquisa. O autor propõe seu método como forma de satisfazer as exigências epistemológicas inerentes ao estudo da subjetividade como parte constitutiva do indivíduo e das diferentes formas de organização social.

Como reflexo disso, foram utilizados alguns pressupostos do trabalho de campo que são congruentes com a epistemologia qualitativa para se fazer a coleta de dados. O trabalho de campo se caracteriza pela presença e participação espontânea e constante do pesquisador dentro da instituição, sendo que a atenção do mesmo deve estar voltada para o significado dos dados em relação ao processo de produção de conhecimento como um todo, independente da procedência desses dados. Trata-se de um processo constante de estabelecimento de relações e de defrontamento com o novo, em que o pesquisador se mantém aberto, sem restringir sua percepção no sentido de responder as hipóteses tecidas a priori.

Assim, as pesquisadoras ficaram em período integral na empresa durante quinze dias. Buscou-se conversar com os empregados de diferentes setores e níveis hierárquicos; com empregados ligados a fundação da empresa e com empregados ligados a gestão de pessoas. O tempo das entrevistas era ilimitado, chegando a ocorrer conversas de cerca de três horas.

Um diálogo progressivo e organicamente constituído é uma das principais fontes de produção de informação. E, para que isso aconteça, é necessário que pesquisador e pesquisados estejam em sintonia. O pesquisador deve estar aberto para ouvir de fato os sujeitos, e esses últimos precisam sentir-se motivados a participar. Para que isso fosse conseguido foram utilizadas técnicas teorizadas por Rogers (1997), que consistem na escuta compreensiva do outro como forma de suscitar o aprofundamento no assunto falado.

As entrevistas não foram organizadas em forma de perguntas padronizadas, foram conduzidas de maneira aberta. A conversação espontânea, que estimula a participação, foi sempre priorizada em detrimento do seguimento linear do roteiro de entrevista. O roteiro foi apenas um instrumento para auxiliar as pesquisadoras, não sendo objetivo direto da entrevista responder ao roteiro.

Foram feitas vinte e uma entrevistas anotadas ou gravadas. Dez dos empregados entrevistados exercem cargos administrativos, trabalham prioritariamente em escritório, os demais trabalham na fábrica da empresa. Além dessas pessoas conversou-se também com um dos quatro diretores da empresa, um empregado aposentado que trabalhou desde o início da história da empresa, e um ex-empregado da empresa. Utilizaram-se também documentos disponíveis na empresa, como jornais interno, o que surtiu em bons materiais para análise.

Os dados obtidos na pesquisa, nas entrevistas e nas observações, foram compilados no sentido de elucidar a existência de fatores que levam a vinculação mítica com relação à representação da família. Através desse conhecimento, foi possível captar e analisar criticamente o controle psicossocial através da vinculação mítica, criando novas zonas de sentido sobre o tema.

4. Apresentação da análise dos dados

4.1 A empresa, sua história e suas práticas

A empresa “Somos uma grande família” (nome fictício), localiza-se no município da Serra, Espírito Santo, destaca-se no mercado por ser a maior produtora em seu ramo no Brasil, e possui mais de 500 empregados, divididos em duas unidades fabris: a matriz no município da Serra (ES), onde foi realizada a pesquisa, e a fábrica no pólo petroquímico de Camaçari (BA).

“Somos uma grande família” teve início há cerca de dezoito anos. A história de sua criação, amplamente conhecida na empresa, é permeada por episódios de sofrimento e de luta, narrados por seus donos e por funcionários que fazem parte da empresa desde o seu início. História essa que aparece sempre atrelada ao objetivo da empresa de ter e valorizar empregados que também se disponibilizem a lutar pela empresa, a se dedicar e não medir esforços para vê-la crescer, numa relação de família e de troca.

Nos últimos cinco anos, a empresa cresceu muito, e vem progressivamente incorporando características de gestão de uma empresa de grande porte, como a consideração pelas leis trabalhistas e a contratação de pessoas qualificadas para exercer cargos gerenciais. Entretanto preserva a não burocracia e o acesso direto dos empregados a diretoria. No último semestre de 2005 a empresa passou por grandes reestruturações no quadro gerencial, com o objetivo de profissionalizar a empresa.

Através da análise com base na epistemologia qualitativa (González Rey, 2002; 2005) foi possível perceber que muitas das práticas de gestão de pessoas que ocorrem na empresa se fundamentam em princípios religiosos, bem como na história da empresa. Seus donos são evangélicos e, segundo dirigentes e empregados, é objetivo da empresa formar “uma grande família” e dar a todos boas condições de trabalho. É também visado ajudar empregados a terem boas condições materiais, e formarem uma família moralmente sadia.

De maneira geral, nessa empresa as práticas de gestão de pessoas são orientadas no sentido de contratar, manter, e desenvolverem empregados que se disponibilizem a lutar pelo crescimento da empresa e pela manutenção de seus valores, e que se sintam satisfeitos com os benefícios ofertados pela empresa.

A empresa oferece grande flexibilidade de atuação para os gestores, para promover, premiar, punir e gerir seus funcionários, o que faz com que a gestão de pessoas seja também muito influenciada pelas características individuais dos gestores.

As características peculiaridade da empresa que aqui se pretende elucidar, diz respeito à forte vinculação afetiva que ela suscita em seus empregados, o que aqui se explica em função do mito da grande família que existe e é alimentado neste ambiente organizacional. Portanto é necessário desvendar este mito, o projeto social comum, para tentar mostra a sua forte influência como mecanismo de controle psicossocial.

4.2 O mito da “grande família” e o desenvolvimento do controle psicossocial por vínculo

Retomemos ao significado do mito e ao controle psicossocial por vínculos. O mito pretende criar uma unidade entre os sujeitos e entre os grupos em torno de um projeto social comum, o qual é à base da identificação e das relações afetivas com a organização, bem como do

vínculo social fundamentado na crença de pertença à organização e no compartilhamento dos sentimentos de afeição e amor entre os sujeitos (FARIA, 2004).

O controle psicossocial por vínculos,

“Refere-se à concepção de um projeto social comum, atuando através de contratos formais ou psicológicos, dos interesses e das necessidades, do amor, da ternura, da libido, da identificação subjetiva ou inconsciente, da expressão de confiança nos desígnios da organização, das transferências egóicas e do fascínio, na medida e, que os sujeitos desejam o vínculo para se inscreverem no campo do Outro” (Faria, 2004, p. 130).

Assim, há uma relação entre mito e controle psicossocial por vínculo segundo a qual o mito estimula e alimenta este controle.

O mito do guerreiro, do herói, mobiliza os sujeitos em prol de batalhas e de personificação da coragem, o mito do sábio, inspira sabedoria, o mito do explorador inspira aventura. Os mitos mobilizam as pessoas em prol de um ideal comum. Esta convergência em um ideal comum, quando ocorre na empresa, caracteriza o que Faria (2004) denomina controle psicossocial por vínculos.

A primeira zona de sentido criada a partir da pesquisa na “Somos uma grande família” é a existência do que aqui denominamos “mito da grande família”. Considerando ser o mito um sistema de comunicação fundado na significação de algo ou alguém enquanto ser de referencia mágica (Barthes, 1978), enquanto um exemplo para os modos do real (Eliade, 1977), dizemos haver na empresa pesquisada o mito da grande família. Isso porque a idéia de empresa como família, fundada nas representações e histórias da família fundadora da empresa, é mitologizada e serve de modelo de conduta.

A partir destas considerações, ilustraremos este mito, o da grande família, no intuito de mais adiante analisar sua peculiar força na consolidação do controle psicossocial por vínculos.

Na empresa pesquisada, o mito da grande família cria uma unidade entre os empregados e a organização, e é à base da identificação e das relações afetivas para com ela. O mito da “grande família”, o mito de que a empresa é uma família, fundado no mito dos fundadores, isto é, na idéia de que todos que seguirem o ethos dos fundadores da empresa farão parte da família, sendo também donos da empresa, é característico da empresa pesquisada.

Este mito mobiliza os sujeitos na construção de uma empresa que se caracteriza como uma família, e cria uma unidade entre os sujeitos em torno deste projeto, que é comum a eles. Este projeto em comum, bem como as identificações, idolatria, vínculo afetivo e social que daí se sucede, caracteriza o que Faria (2004) denominou controle psicossocial por vínculo, como citado acima.

Em “Somos uma grande família” os dirigentes enfatizam a família como diretriz para as políticas e práticas da organização e, ao mesmo tempo, participação, cooperação, dedicação, comprometimento, são palavras recorrentes no discurso oficial.

Conforme exposto acima é objetivo, segundo dirigentes e empregados, formar “uma grande família”, proporcionando satisfação a todos. É também visado ajudar funcionários a terem boas condições materiais, e formarem uma família moralmente sadia. Nesse sentido, os empregados ressaltam:

“Graças a Deus já alcançaram muito e querem que os empregados também possam ter uma vida melhor.”

“A preocupação da diretoria é a família, o diretor esta tentando implantar o ministério da família, ele fala assim: tudo é importante, mas a minha maior preocupação é a família, porque eles entendem que a base de um bom profissional é a família.”

“Porque quando você entra na área vê os caras sorrindo? (...) Porque hoje o que mais nos motiva é a qualidade de vida, o valor que a empresa te dá, (...) Então eu trabalho por esses dois motivos: o financeiro e o que pesa mais, que é o amor pela empresa, que te apóia quando você precisa, vai na sua casa, vê suas necessidades. Então o que diferencia a empresa hoje não é a política de salário, que é o melhor salário de produção do estado, mas é esse apoio moral, pessoal (...) no dia-a dia a gente trabalha com amor com carinho”

Ainda, é recorrente ouvir frases como “a empresa é preocupada com a vida dos empregados, querem que os empregados também possam ter uma vida melhor.” ou “a empresa é um grupo de amigos” ou “se a empresa cresce, eu cresço junto”.

Estes fragmentos evidenciam o mito de “grande família” que caracteriza esta empresa. Todavia, este mito está fundado no mito fundador, que estabelece critérios para os sujeitos que usufruirão ou não do aconchego desta família. Segundo Faria (2004),

“O mito fundador se refere à origem da organização, segundo um discurso oficial que se repete permanentemente, e que permite definir sua estrutura e legitimar o conjunto de normas para sua manutenção ou expansão com a finalidade de concretizar uma integração de objetivos entre seus membros em torno de um objetivo que é apresentado como sendo comum e com o qual todos devem partilhar” (FARIA, 2004, p. 27).

Assim, o mito da grande família aparece fundado na história da organização, nos ideais dos seus fundadores, que servem como espelho para práticas e posturas que permitirão ao empregado se integrar, fazer parte deste ideal coletivo. Para fazer parte da família é preciso seguir seu *ethos*.

A história da fundação da empresa é contada pelos próprios empregados e pode ser ouvida no pátio da fábrica. Como referido acima sua criação está permeada por passagens de amarguras, de luta e de magnificência que foram vivenciados pelos fundadores da empresa e por muitos dos supervisores da produção. A forma como a história da fundação da empresa é contada assemelha-se a um romance, o que sinaliza a vinculação mítica dos sujeitos.

Neste ponto, observa-se que o mito fundador transforma-se em valores, que compõem o ethos, o grupo de costume que, caracteriza os membros da família, que são incorporados pelos empregados. Os ideais de sucesso, honra, coragem são internalizados, passando a haver uma convergência de interesses. Os objetivos da organização passam a ser os objetivos do sujeito. Dessa forma, o mito fundador aparece sempre atrelado ao objetivo da empresa de valorizarem empregados que também se disponibilizem a lutar pela empresa, a se dedicar e não medir

esforços para vê-la crescer, numa relação de família e de troca. O que é percebido e internalizado pelos empregados, que pode ser visto no seguinte fragmento:

“Ele (um dos dirigentes) fala que eles não admitem má vontade, se a pessoa está com problemas eles fazem de tudo para ajudar, mas não toleram pessoas que não querem ajudar a empresa e os colegas, que querem só se aproveitar das vantagens da empresa. (...) nunca negam nada para os empregados que se empenham.”

Segundo Campbell (1998) quando o mito se torna modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que o objetivo de vida dela se espelha no objetivo da empresa. Outro depoimento de um funcionário revela o envolvimento mítico que une este com a empresa, especificamente no que se refere à subordinação aos objetivos da mesma independente das dificuldades:

“Eu tenho que fazer algo a mais (...) eu preciso ser versátil (...) quando você veste a camisa eles te dão oportunidade (...) ontem mesmo eu cheguei aqui 06h30min da manhã e quando eu sai era 21h30min e não passei o cartão porque geraria muita hora extra, mas o que me motiva a isso hoje? Qualidade de vida valor q a empresa dá(...)Então no dia-a dia a gente trabalha com amor com carinho, então quanto mais tempo você puder ficar aqui você fica, não tem aquela historia de é domingo, que saco amanhã é segunda feira”

Sobre o ritmo de trabalho um funcionário diz: “o ritmo de trabalho é um pouco acelerado, mas dá pra levar (...) eu estou sempre satisfeito”. Afinal como reclamar sobre o ritmo de trabalho em uma empresa cujos donos tanto lutaram e sofreram para chegar aonde chegaram. Alias reclamações não são muito comuns nesta empresa. Um gestor diz: “Eu não quero funcionário que sofra (...) as pessoas não sabem o que é sofrimento (...) funcionário que reclama daqui não sabe o que é dificuldade”. Em sua frase ele está afirmando a impossibilidade de se reclamar da empresa. De fato, o mito é sempre um exemplo e um precedente para os modos do real (Eliade, 1977), espelhados no mito de bravura dos fundadores da empresa. Não faz sentido mostrar-se frágil ou insatisfeito quando se quer fazer parte da família de bravos. Um funcionário diz: “Fico sempre do lado da empresa, funcionário que reclama da (nome da empresa) não sabe o que é dificuldade.” E outro segue o raciocínio dizendo: “eu vejo gente aqui reclamando de barriga cheia, (...) quer ganhar tudo”.

Desta forma, Segundo Faria (2004), “O mito fundador é institucionalizado através de um discurso que pretende justificar as ações e decisões tomadas pelos dirigentes em nome da missão original definida em sua criação” (Faria, 2004, p.27). Assim, um empregado justifica:

“Um dos diretores foi demitido porque era casado e teve um caso com uma empregada, os dois foram demitidos, e era um dos fundadores do grupo, um cara muito bom, um monstro, sabe. Isso vazou de alguma forma. Se você é casado, ou noivo, eles não admitem (...) ele se sente um pouco pai de todo mundo, (...), às vezes interfere na sua vida pessoal, ele não entende aquela coisa assim, ele não quer saber que você é empregada dele até enquanto está aqui dentro, ou seja, o que aconteceu daquele portão lá pra fora, da sua vida particular, não diz respeito a ele, mas ele às vezes acha que diz isso ta acabando um pouco, mas ele ainda tem isso, se você se envolve lá fora e ele fica sabendo ele vai te chamar vai falar que não pode que vai dar problema, se é solteiro não, talvez seja ate uma preocupação com o profissional, de não querer perder um profissional (...) Eles vão te observar, a sua fidelidade, em todos os sentidos, tanto profissional quanto familiar, como companheiro, no setor que trabalha, com a equipe, então se você se destaca, não é que você vai ser tratado diferente, mas eles vão te ver com olhos diferentes, querendo ou não essa pessoa vai ter um tratamento diferenciado sim, não na execução da tarefa, moral mesmo, eles vão te dar um apoio maior.”

Vendo a empresa enquanto uma família, a invasão de privacidade torna-se normal. E outro empregado reproduz o mesmo discurso:

“Se você está numa área e quer fazer curso de outra, não tem nada haver (...) ai eles vão te instruir, você tem que fazer alguma coisa que vai te dar retorno dentro disso e pra empresa também, já que a empresa te dá todo suporte” (...) eles vão te instruir, eles não vão te cortar, você não pode fazer, a empresa não vai te bancar, mas vão te dar uma estrutura, não vai fazer porque isso aqui não vai servir pra você, ou não vai ser interessante pra empresa”.

O mito da “grande família” permite um ambiente em que as ações são interpretadas enquanto cuidado paterno, para os empregados, os dirigentes agem no sentido de proteger e instruir, e o fazem pelo bem dos empregados. Assim, gera-se também um forte sentimento de confiança, como expresso no fragmento a seguir:

“Se o empregado está com um problema, ele pode procurar o RH, e não é pra saber quem está com problema para mandar embora, é para ajudar, não precisa mentir”.

Esse ambiente seguro promove o não questionamento, a aceitação. Uma empregada justifica a falta de estabilidade no emprego, defendendo o fato de a responsabilidade pela demissão ser do empregado, visto que a empresa não gosta de demitir:

“O emprego não é estável, aqui você tem que mostrar trabalho, eles gostam que peça ajuda, que você passe os problemas para eles se você não está dando conta. Eles não gostam de descobrir o problema, nem de demitir.”

Isso se explica pelo fato de o mito ser uma fala “despolitizada” (Barthes, 1978, p.132), “que não nega as coisas, mas, pelo contrario, fala delas, mas purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em natureza e eternidade, dando-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação”. Dessa forma, os poucos empregados que se dizem insatisfeitos com a empresa apontam que o problema todo está no supervisor. Todavia, dizem que continuam esforçando se para serem vistos e conseguirem promoções. Fica evidente que o problema nunca se refere à organização em si. Sempre é relacionado ao próprio empregado ou a um supervisor, mas jamais a figura do fundador, que representa o “pai” de todos os empregados pertencentes à grande família. Como diz Campbell (1998, p.64), “os mitos nos dizem onde estamos”. Assim o mito de grande família diz ao sujeito que ele está em meio a irmãos, que querem o seu bem, seu projeto é o bem coletivo, falhas precisam ser colocada sobre outros, os líderes ruins são como meio irmãos, não são aliados. O sujeito, então, acaba por não questionar a empresa, que abriga seu próprio ideal de ego.

Tudo isso retrata a identificação dos empregados baseados no mito da “grande família” e na forma de fazer parte dele, tomando para si os objetivos da empresa. Para além da identificação, há também a idolatria, que pode ser vista em fragmentos como: “Aqui é a minha casa, se eu sair daqui vai ser um pesadelo”, “Só saiu daqui aposentado”, “É maravilhoso, era um sonho trabalhar aqui”, “Aqui eu cuido como se fosse dono”.

A idolatria permite que os funcionários vejam seus benefícios como favores, não façam muitas exigências e não percebam certas contradições. Eles estão extasiados por fazer parte de uma família tão unida e feliz. Um empregado diz: “a empresa me dá mais do que eu mereço, não posso reclamar”. E outro ratifica: “eu estou sempre concordando com a empresa, ela é muito boa, não dá nem pra ficar cobrando”.

Mas porque a maioria das pessoas mantém-se cega a essas redes ocultas? Segundo Campbell (1998), os mitos oferecem modelos de vida. Mas, para este autor (Campbell, 1998, p. 61) “os modelos têm de ser adaptados ao tempo que você está vivendo. Acontece que o tempo mudou tão depressa que o que era aceitável há cinquenta anos não o é mais, hoje”. Essa falta de referências, por sua vez, aproxima ainda mais as pessoas da empresa, do mito do fundador, que está associado a valores religiosos, de família, de luta e vitória. Como vivemos hoje em “um mundo desmitologizado” Campbell (1998, p. 56), os mitos transformam-se em norteadores, trazem conforto às pessoas, dão a elas um horizonte conhecido. O sujeito fica mais permissível ao mito da grande família, não só pela falta de referência das pessoas, mas também pelo seu conteúdo, que facilitam o envolvimento dos sujeitos.

Quanto à referência, sabe-se que uma das funções do mito é sociológica, como citado anteriormente. Visa ao suporte e validação de determinada ordem social, diz sobre princípios éticos, sobre as leis da vida, como deveria ser, na sociedade ideal. Todavia, essa dimensão, que já assumiu a direção do nosso mundo, está hoje desatualizada. As pessoas querem mitos, querem um ethos para nortear sua conduta, que lhes diga como viver uma vida humana sobre qualquer circunstância.

O controle psicossocial por vínculo diz de um contrato que não é só formal, mas também psicológico, e é isso que o mito promove. Sobre os rituais mitológicos, Campbell (1998, p. 60) exemplifica que “ao alistar-se no exercito você desiste de sua vida pessoal e aceita uma forma socialmente determinada de vida, a serviço da sociedade de que você é membro”. Da mesma forma, ao assinar o contrato com a empresa, um homem deixa de ser o que era e passa a assumir-se enquanto representante da empresa, sacrifica desejos pessoais em nome do papel que desempenha. É neste ponto que o controle psicossocial se exerce. A organização favorece a mediação de interesses, oferecendo um projeto social comum, onde os objetivos dos empregados passam ser o mesmo da empresa. O sujeito deixa de perceber o que lhe acontece, e a empresa passa a submetê-los a seus interesses, tornando-os satisfeitos em sua submissão. Portanto, é assim que se desenvolve o controle por vínculo, através da identificação com o mito “grande família”.

5. Considerações finais

O trabalho em questão foi motivado inicialmente pela indagação por parte dos pesquisadores acerca do motivo pelos quais os empregados da empresa “Somos uma grande família” possuíam um vínculo afetivo tão forte com sua organização. Era interesse também desvendar o que, efetivamente, influenciava esta vinculação tão intensa.

Procuramos contribuir, de certa forma, com os estudos da matriz teórica Economia Política do Poder, ilustrando, a partir de tal teoria, o mito da “grande família”, existente na empresa pesquisada, e mostrando o seu papel enquanto mecanismo de controle psicossocial por vínculos. Para isso utilizamos à instância de análise mítica proposta por Enriquez (1997), que permite, segundo Faria (2004) compreender como o mito atua na organização.

A empresa pesquisada retratou bem este mito, pois se percebia nas suas práticas de gestão e em seus valores forte presença de sentimentos ligados ao ambiente familiar. A cooperação, a solidariedade, a dedicação, o companheirismo são valores difundidos pela organização e permeiam as relações de trabalho. Assim, o projeto social comum, o projeto da “grande

família”, é constituído e compartilhado por todos, guiando as ações dos empregado e levando a empresa para alcance dos seus resultados.

Porém, a luz da Teoria Crítica, segundo Faria (2004, p. 119), “devemos procurar atrás da cena do manifesto, a outra cena, a outra palavra, o não dito” para entendermos como funciona o mecanismo de controle psicossocial. Diante desta perspectiva por traz do mito da “grande família”, esconde-se relações de dominação e subordinação.

Percebe-se que o controle psicossocial por vínculos se manifesta, na medida em que gera nas relações entre os sujeitos, a identificação e adesão a um ideal comum, segundo o qual todos são donos da empresa. Os sujeitos desejam fazer parte do projeto de família, e dessa forma reproduzem os ideais da empresa.

Mas porque isso acontece? Segundo Barthes (1978, p.132) o homem da sociedade burguesa se encontra, a cada instante, imerso numa falsa natureza, assim, “a mitologia tenta recuperar, sob as inocências da vida relacional mais ingênua, a profunda alienação que essas inocências têm por função camuflar”. O mito abole a complexidade, organiza um mundo sem contradições, cria uma “clareza feliz”. Na empresa “somos uma grande família”, este mito transforma uma intenção histórica em natureza, uma contingência em eternidade e é aí que reside sua forma de controle.

Assim, o controle psicossocial por vínculos, através do mito da “grande família”, intervém nos processos e relações de trabalho, influenciando as práticas de gestão. Este mito legitima práticas e estabelece normas de condutas que são seguidas pelos empregados. É importante ter esta visão crítica, para entender a trama que se desenvolve por trás da encenação da empresa como uma “grande família”.

Referências

BARTHES R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Editora Difel, 1978.

BERNHOEFT, R. **Empresa familiar: sucessão profissionalizada ou sobrevivência comprometida**. São Paulo: Nobel, 1989.

CAMPBELL, J.; MOYERS, B. **O poder do mito**. São Paulo: Editora Palas Athena, 1998.

ELIADE, M. **Tratado de histórias das religiões**. Lisboa: Edições Cosmos, 1977.

ENRIQUEZ, E. **Da horda ao Estado: psicanálise do vínculo social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

_____. **Organizações em análise**. Petrópolis: Vozes, 1997.

FARIA, J. H. de, KRAMER, G. G. **Vínculos Organizacionais**. RAP Rio de Janeiro 41(1):83-104, Jan. /Fev. 2007.

FARIA J. H. de. **Economia Política do Poder**. Curitiba: Juruá, 2004. v. 3.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1977.

GERSICK, Kelin E. et al. **De Geração para Geração: ciclos de vida das empresas familiares**. 2. ed. São Paulo: Negócio, 1997.

GONZÁLEZ REY, F. L. **Pesquisa Qualitativa em Psicologia: Caminhos e Desafios**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

GONZÁLEZ REY, F. L. **Pesquisa Qualitativa e Subjetividade: os processos de construção da informação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

PAGÈS, M., et al. **O poder das organizações: a dominação das multinacionais sobre os indivíduos**. São Paulo: Ed. Atlas S.A., 1987.

ROGERS, C. R. **Psicoterapia e Consulta Psicológica**. 2º ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

SILVA, Jader C. de Souza, FISCHER, Tânia, DAVEL, Eduardo. **Organizações familiares e tipologias de análise: o caso da Organização Odebrecht**. *Anais Eletrônicos*, 23º ENANPAD (Foz do Iguaçu – PR), 1999.