
Do laissez-faire ao management: transformações do trabalho e do modelo de chefia¹

Leonardo de Souza Moura²
Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo

RESUMO

Este trabalho reconstrói historicamente a figura do manager como símbolo das crises sociais e estéticas exigidas pela classe trabalhadora que ocorreram no século XX. Para isso, partimos da fundação da escola de pensamento econômico liberal e sua influência no desenvolvimento das nações europeias modernas até sua chegada nos modelos do capital contemporâneo, tendo Boltanski e Chiapello (2009) como principal contributo teórico. A demonstração da evolução do ambiente social, político e econômico da sociedade moderna tem como base Isleide Fontenelle (2017), Dardot e Laval (2016) e Wendy Brown (2021). Concluímos que a figura do manager é produto das inflexões do capital, fruto das crises sociais e políticas do último século. O manager tornou-se figura-emblema dos desejos do trabalhador na contemporaneidade, sintoma de uma classe disposta a abrir mão da representação coletiva a partir do momento em que entende que, por mérito próprio, pode ascender econômica e socialmente, algo útil ao empresariado e ao capital no contexto neoliberal.

PALAVRAS-CHAVE: trabalho; chefe; manager; classe profissional gerencial; neoliberalismo.

CORPO DO TEXTO

1. Introdução

Desde a fundação da economia moderna, a evolução dos modelos de trabalho passa pelo retrato das formações de classes sociais. Nos séculos XIX e XX, as classes evoluíram de categorias sociais antagônicas - operários e industriais ou trabalhadores e empresários - para outros tipos de representações que consideravam as possibilidades de ascensão social dos trabalhadores, criando uma camada intermediária entre empresários e subordinados. A primeira expressão destas camadas foi o cargo de liderança e autoridade na tradicional figura do *chefe*. Na sequência, outra representação se tornou emblemática de novas ideias e modelos de trabalho. O *manager* tornou-se a conceituação das demandas dos trabalhadores que iniciavam suas carreiras na segunda metade do século XX de forma mais personalizada, apaixonada, autônoma e flexível.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo, email: leonardo.moura.77@acad.espm.br

Enquanto o *chefe* expressava ainda as construções de um mundo moderno e liberal, o *manager* se tornava uma figura em ascensão cobiçada pelos trabalhadores e incorporada nos postos de trabalho oferecidos pelo empresariado. Neste artigo, discorreremos sobre a construção desta figura gerencial e de como ela expressa a racionalidade neoliberal. Demonstramos esta evolução e sua conceituação utilizando como fundamento teórico principal Boltanski e Chiapello (2009). Para identificar o capitalismo neoliberal desde a segunda metade do século XX a partir de uma visão crítica, e de como o *manager* se encaixa neste contexto, nos apoiamos em Dardot e Laval (2016) e Wendy Brown (2021). E, com base em Isleide Fontenelle (2017), iniciamos nossa análise pela demarcação do contexto político, social e econômico que inaugurou a modernidade e serviu de base para as crises sociais e estéticas do trabalho.

2. Análise crítica

A especialização do trabalho na segunda metade do século XX gerou camadas que tornariam mais complexa a divisão social simplista entre trabalhadores e empresários. Entre aqueles que não representavam o capital e também não representavam a base operária, mas dela se originaram, estava a classe gerencial, uma categoria que não era necessariamente nova, mas que ampliou sua presença no imaginário do trabalhador e nos postos de trabalho disponíveis. Representantes diretos das diretrizes do empresariado e responsáveis pela condução trabalhista de forma hierárquica, os sujeitos que compunham esta classe eram costumeiramente oriundos das classes operárias que ascenderam a cargos de gerência, direção e até mesmo vice- presidência, formando uma espécie de junção da classe média social com a classe média trabalhista.

O sujeito ascendia focado em si, sua carreira, sua família, seus ganhos e sua vida, encarnando o ideal liberal de maneira filosófica e econômica, a ponto de ter borrado as classificações tradicionais de classe (Dardot e Laval, 2019, p. 22). De maneira resumida, podemos chamá-lo de *chefe* ou, no linguajar corporativo, *gestor*. E, como veremos na evolução da acepção no termo de maneira a incorporar a literatura das escolas de negócios que expandiram na segunda metade do século XX, quanto mais especializada for a sua função e mais sofisticada for a sua educação, a nomenclatura *chefe* evoluirá para *manager* (Boltanski e Chiapello, 2009, p. 108). Ainda que os donos do capital tenham poder de chefia, nos interessa aqui destacar esta camada de gestão

como nível intermediário entre empresariado e trabalhadores, pois, “em comparação com a classe operária, os trabalhadores da classe média estão em posição de comando ou, pelo menos, de autoridade. (Ehrenreich, 1994, p. 149)”. O modelo usual de gestão de recursos humanos destacava que a ocupação-alvo para os que queriam ser bem-sucedidos estaria em grandes cargos nas empresas. Esta ascensão individual estaria ao alcance de todos mas, devido a mérito e competência individuais, poucos alcançavam. A ideia de uma competição de todos contra todos em empresas, indústrias e corporações por cargos de chefia, abrindo mão da união pelas representações de classe, cargos ou função, foi, desde então, incorporada substancialmente ao cotidiano corporativo. Mas as benesses oferecidas à chefia não dariam conta de novas aspirações de grandeza individual, que estavam muito além do “grande número de secretárias, elevador e restaurante privativos, salas suntuosas (Ehrenreich, 1994, p. 107)”. A crise trabalhista, que foi social e baseada nos antagonismos entre empresários e trabalhadores, tornava-se estética e calcada na visão que o indivíduo tinha de si para além dos tradicionais emblemas hierárquicos corporativos. A representação de si no trabalho, do "verdadeiro eu" (Fontenelle, 2017, pos. 25), se sobreporia à representação de classe, sejam entre as baixas, ou mesmo nas posições hierárquicas de chefia ou gestor.

A figura do *manager* uniu as camadas hierárquicas trabalhistas de autoridade à expressão individual demandada pelos novos trabalhadores. Se antes as paixões deveriam ser deixadas em casa, nos clubes, nos hobbies ou no espectro familiar, a partir da década de 1970, elas deveriam ser trazidas para o trabalho. Isso acontece ante um novo cenário econômico liberal difundido mundialmente: o neoliberalismo (Dardot e Laval, 2016, p. 139), razão até hoje do capitalismo, que desviou os homens da conduta e construção em modelos sociais com enfoques coletivos para embutir em cada indivíduo um ideal de ascensão social e econômica por si, num ambiente de concorrência de todos contra todos (Ibid, p. 17). Na década de 1980, o então presidente estadunidense Ronald Reagan e a primeira-ministra britânica Margareth Thatcher tornaram-se bastiões de políticas neoliberais (Ibid., p. 15). Cartilhas das escolas econômicas do austríaco Friedrich Hayek e do estadunidense Milton Friedman foram intensificadas nos Estados Unidos e no Reino Unido, reduzindo os direitos trabalhistas e desvalorizando a mediação social como um espaço democrático para o debate entre classes e para a aquisição e negociação de direitos. Esta nova razão em que cada um é por si, por

necessidade e paixão, acabou por intensificar desde então o aumento das diferenças entre os ricos e pobres mundialmente (Brown, 2021, p. 79).

Foi neste contexto de mundo que o empresariado se apropriou do desejo de autonomia e flexibilidade das classes trabalhadoras, expresso na figura do *manager*, e passou a usar isso a seu favor (Boltanski e Chiapello, 2009, p. 447). As exigências em termos de resultados continuariam as mesmas, porém com um incremento: a partir desta nova demanda, era o indivíduo que deveria impor mais esforços, procurar seus próprios caminhos para os resultados e criar perspectivas de carreira dentro e fora da empresa, desenvolvendo capacidade de reinventar-se diante de novos modelos econômicos, corporativos e sociais que foram ajustados para atendê-lo. Estaria em cada *manager* a responsabilidade de apresentar soluções para os novos tempos, para si e para os negócios a partir de uma visão de mundo autônoma, criativa e, em muitos casos, progressista. E estaria disposta para cada indivíduo a possibilidade de lutar pela ascensão social via trabalho diante dos postos de liderança disponíveis. É possível dizer, portanto, que, enquanto a figura dos *chefes* contemplavam um modelo de mundo econômico ainda dentro das premissas tradicionais da construção do capital numa sociedade liberal moderna, a figura do *manager* incorpora a razão neoliberal de uma competição num mundo pós-moderno, com fronteiras e funções menos rígidas, em que a concorrência estimula e permite que as rédeas encurtadas da seguridade social deem a cada um projetos para os quais trabalhe, seja de maneira formal ou informal numa economia em que todos competem contra todos.

3. Considerações finais

O liberalismo se espalhou pelo mundo moderno a partir do século XIX com base em ideais civilizatórios eurocêntricos, tendo a França e a Inglaterra como nações de grande influência de modelos sociais, políticos e econômicos. Entre as tensões e lutas de classe que se aceleraram na passagem para o século XX, a crítica social teve papel-chave para a conquista de direitos trabalhistas e a diminuição das diferenças de renda e de estilos de vida entre o empresariado e os operários dentro das possibilidades. Com a ascensão social da classe trabalhadora no século XX, o *chefe* tornou-se a figura moderna representante dos postos de ocupação com autoridade hierárquica e melhores

remunerações. Podemos dizer que o *chefe* é uma figura característica do mundo moderno e do tradicional liberalismo.

O *manager* surge como representante pós-moderno da chefia. Ele está ligado a uma nova racionalidade que rege o mundo para além da esfera econômica: a razão neoliberal. Produto de uma crise estética aprofundada a partir da segunda metade do século XX, a identidade do *manager* se sobrepõe à identidade da classe trabalhadora. Apesar disso, podemos conceitualmente caracterizar o *manager* como uma representação de classe com base nos autores que utilizamos: uma classe adaptada às personalizações individuais. O que estes indivíduos têm em comum são não só altas remunerações e benefícios como, também, a flexibilidade de poder exercer seu tempo e sua visão de mundo em função dos negócios.

Na segunda metade do século XX, a figura do *manager* rapidamente se espalhou pela base de trabalhadores com diplomas universitários e a classe média em geral, fazendo com que o sonho de boa parte da juventude que adentrava no mercado de trabalho fosse ocupar cargos gerenciais nos quais pudesse trabalhar de forma apaixonada, unindo ideais pessoais e de renda. A origem e o produto disso são o enfraquecimento dos laços sociais dos trabalhadores por representatividade e engajamento. Unir trabalho, criatividade e personalidade passou a ser um sonho que, ainda hoje, é perseguido por todos. Porém, ainda que aqueles que ocuparam cargos gerenciais de prestígio e recompensas na atualidade se beneficiem dos ganhos a partir da crise estética do trabalho, é preciso reconhecer, como apontam os autores que nos serviram de base para este artigo, que os maiores beneficiados foram, sobretudo, os donos do capital. O empresariado ampliou suas formas de controle sobre a classe gerencial com foco em resultados e sobre a classe trabalhadora, que, agora, acumula o sonho de poder, por mérito, alcançar novos postos com autonomia, flexibilidade e personalidade.

REFERÊNCIAS

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BONVICINI, Stephanie. **Louis Vuitton: uma saga**. Porto Alegre: L&PM, 2018

BROWN, Wendy. **Nas ruínas do neoliberalismo:** a ascensão da política antidemocrática no Ocidente; tradução Mario A. Marino, Eduardo Altheman C. Santos. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2019.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo.** São Paulo: Boitempo editorial, 2017.

EHRENREICH, Barbara. **O medo da queda:** ascensão e crise da classe média. São Paulo: Scritta, 1994.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo:** fundamentos e formas contemporâneas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.

SANTAELLA, Lucia. **Da cultura das mídias à cibercultura:** o advento do pós- humano. Revista FAMECOS, Porto Alegre: n. 22, dez. 2003.

SMITH, Adam; AGUIAR, Luís Cristóvão de (trad). **A riqueza das nações.** 6. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2016. 2.v. (Textos Clássicos).