

Cultura do *Management* e ideário neoliberal: construção de opinião e geração de sentidos acerca da ideologia gerencial na mídia de negócios do Brasil¹

Thaís Regina AIELLO²
Universidade Metodista de São Paulo
São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

Compreender o surgimento e a evolução da cultura do *management*, bem como suas implicações no processo de influenciar e moldar a sociedade, contribuindo para o espraiamento do ideário neoliberal, está na base do presente estudo. Recorrendo inicialmente a uma revisão bibliográfica sobre o tema, colocamos em perspectiva o processo de construção de opiniões e geração de sentidos oportunizado pela mídia de negócios, nos apoiando em análise empírica realizada para a pesquisa Ideário neoliberal e cultura do *management* – Estudo sobre construção de opiniões e geração de sentidos a partir do conceito de meritocracia e do léxico neoliberal, dissertação desenvolvida pela autora, sob a orientação do Prof. Dr. Luiz Alberto De Farias, para o grau de mestre em comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura do *management*; ideário neoliberal; ideologia gerencial; mídia de negócios; neoliberalismo

RESUMO EXPANDIDO

O presente trabalho se propõe a lançar luzes sobre a cultura do *management* enquanto sistema de sujeição e convencimento acerca de padrões, atitudes, pensamentos, práticas e valores que as forças dominantes buscam espraiar na sociedade com o intuito de legitimar o ideário neoliberal. Nesse sentido, recorreremos inicialmente a uma revisão

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas Interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Mestre e doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; jornalista profissional pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP); Pesquisadora no Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA-USP). Email: aiellothaisregina@gmail.com.

bibliográfica sobre o tema, de modo a compreender o surgimento e a evolução da cultura do *management*, bem como suas implicações no processo de influenciar e moldar a sociedade. Nossa abordagem inclui, ainda, um olhar para a mídia de negócios, território no qual se dá grande parte da construção de opinião e da geração de sentidos que pavimentam a tecitura do processo de dominação.

Para efeito de análise empírica, cotejamos o enfoque deste trabalho com os achados obtidos em nossa dissertação, intitulada *Ideário neoliberal e cultura do management – Estudo sobre construção de opiniões e geração de sentidos a partir do conceito de meritocracia e do léxico neoliberal*, defendida para obtenção do grau de mestre em comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, sob a orientação do Prof. Dr. Luiz Alberto De Farias.

O estudo envolveu trabalho exploratório no portal Exame.com, principal mídia de economia e negócios do Brasil, tendo como recorte a palavra-chave meritocracia, em levantamento compreendido entre outubro de 2008, ocasião do primeiro conteúdo disponível a partir do termo delimitador, e dezembro de 2019, quando a marca Exame foi a leilão, sendo arrematada pelo banco de investimentos BTG Pactual. No período em questão, foram identificadas 460 matérias contendo o vocábulo meritocracia.

Leitura extensa e cuidadosa fundamentaram a delimitação da amostra, que priorizou conteúdos nos quais o conceito de meritocracia mostrava-se relacionado à gestão corporativa, resultando em *corpus* final de 236 publicações. Para efeito de metodologia de pesquisa, recorreremos à análise de conteúdo (BARDIN, 1977) e, a título de solução tecnológica, utilizamos a Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires (IRaMuTeQ), ferramental adequado a *corpus* mais extensos, possibilitando identificar o contexto em que as palavras ocorrem. Além de análise lexical, o software cuida de particionar o texto “em classes hierárquicas, identificadas a partir dos segmentos de textos que compartilham o mesmo vocabulário, facilitando, assim, o pesquisador conhecer seu teor” (SALVIATI, 2017, p.4).

Muito embora tenhamos direcionado o foco para a palavra-chave meritocracia, o estudo propiciou achados que permitem vislumbrar aspectos mais abrangentes do processo de construção de opinião e geração de sentidos sobre o ideário neoliberal, incluindo contornos acerca do espraiamento da cultura do *management*.

Com vistas à interlocução sobre o ideário neoliberal e a sociedade do produtivismo, recorremos a autores como David Harvey, Pierre Dardot, Christian Laval e Byung-Chul Han. Dialogamos também com Marilena Chauí, cujas contribuições pontuam nosso trabalho, especialmente no que diz respeito a suas reflexões sobre ideologia. Já Roseli Fígaro nos auxilia a pensar acerca da ontologia do ser social e do binômio comunicação e trabalho. Nosso arcabouço teórico conta também com Ricardo Antunes e Luiz Alberto de Farias. Já as pesquisadoras Maria José Tonelli e Cristiana Trindade Ituassu nos apoiam com seus estudos sobre a cultura do *management*.

Ao processar as 236 matérias integrantes do *corpus* da pesquisa, o software IRaMuTeQ identificou 6.158 segmentos de texto (ST), dos quais 5.819 foram considerados para efeito de análise, em índice de aproveitamento equivalente a 94,49%. O conteúdo foi, então, categorizado em cinco classes, a saber: 1) A cultura do *management* no empreendedorismo; 2) Relações no mundo do trabalho e a rotina do ambiente corporativo; 3) Perfil de ocupação de cargos dentro das empresas e desigualdade de gênero; 4) Dinâmica de trabalho com base na máxima produtividade e meritocracia; 5) Atuação de grandes empresários no mercado empresarial. Em cada classe, foi possível verificar as ideias predominantes e o léxico empregado.

O Iramuteq também indicou o respectivo volume representativo de cada classe e estabeleceu a correlação entre elas, fornecendo um dendrograma de Classificação Hierárquica. Assim, o software detectou similaridades entre a classe 1, de maior extensão (31,84%), com a classe 2 (11,51%), bem como entre as classes 3 (14,83%) e 4 (29,30%), enquanto a classe 5 (12,51%) ficou apartada das demais. Contudo, sob a perspectiva do nosso estudo, consideramos que essa última classe era a que justamente exercia papel estruturante para o processo de construção de opiniões e geração de sentidos acerca do conceito de meritocracia, uma vez que reunia matérias de exaltação ao modelo de gestão bilionária de empresários brasileiros que, segundo Exame, personificam a cultura meritocrática no país – notadamente os empresários Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles e Carlos Alberto Sicupira, de empreendimentos como Ambev e Americanas.

Sangue nos olhos, faca nos dentes, fazer acontecer, bater meta, alto desempenho, trabalhar duro, fazer dinheiro e chegar lá foram expressões recorrentes no conteúdo editorial estudado, reforçando ideias intrínsecas à cultura do *management*, muito

valorizadas no cotidiano corporativo e que transborda fronteiras, conformando padrões de comportamento para além do mundo do trabalho, sempre em consonância com os ditames hegemônicos.

Nossos achados buscam contribuir para a reflexão sobre a atuação da mídia de negócios no processo de propagar, fortalecer e ratificar o ideário neoliberal, a partir da difusão de um modelo de vida e carreira afinado a valores e interesses das classes dominantes. Tendo em vista que a cultura do *management* guarda em suas fileiras os operadores que sustentam e fortalecem a ideologia dominante – e, por outro lado, sendo a mídia de negócios a grande arena a dar voz, visibilidade e reputação a esses operadores, muitos deles fontes de matérias jornalísticas –, tem-se, então, um forte aparato de construção de opiniões e geração de sentidos a serviço do *status quo*.

Trata-se de uma dinâmica que se retroalimenta e na qual os operadores do sistema cumprem um papel determinante. Em nossa pesquisa, à medida que os achados surgiam, ganhava corpo um questionamento inspirado em Hannah Arendt (1999). Na obra *Eichmann em Jerusalém*, durante o julgamento de Otto Adolf Eichmann, Arendt se surpreende com a trivialidade do oficial nazista, que se dizia mero funcionário cumpridor de ordens superiores e cujo discurso era pontuado por clichês. “O problema com Eichmann era exatamente que muitos eram como ele, e muitos não eram nem pervertidos, nem sádicos, mas eram e ainda são terrível e assustadoramente normais”, escreve Arendt.

Nesse contexto, a indagação que nos interpelou ao final do mestrado dizia respeito à possibilidade de estarmos diante de uma eventual versão contemporânea da banalidade do mal – uma questão que permanece no horizonte de nossas pesquisas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho**: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 2015.

_____. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2020.

_____. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.

ARENDT, Hannah. **Eichmann em Jerusalém**: um relato sobre a banalidade do mal. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2021.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais**. Temas em psicologia, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **A ideologia da competência**. Organizador: André Rocha. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2021.

_____. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. São Paulo: Cortez, 2014.

_____. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 2012.

_____. **O ser humano é um ser social**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2013.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

FARIAS, Luiz Alberto de. **Opiniões voláteis: opinião pública e construção de sentido**. São Bernardo do campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2019.

FIGARO, R., **Atividade de comunicação e e trabalho**. Revista Trabalho, Educação Saúde. Fiocruz, Rio de Janeiro, v. 6 n. 1, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462008000100007

_____. **Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas**. Revista Galaxia. PUC-SP, 2018. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/35905>

_____. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo: Annablume, 2008.

HAN, Byung-Chul. **Favor fechar os olhos**. Petrópolis, RJ: editora Vozes, 2021a.

_____. **Sociedade do Cansaço**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2017.

_____. **Sociedade paliativa**. Petrópolis, RJ: editora Vozes, 2021b.

HARVEY, David. **O Neoliberalismo: História e Implicações**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

ITUASSU, Cristiana Trindade. **O sentido do sucesso: uma construção social made in USA – 2012**. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/9454>. Acesso em 18/07/2023.

ITUASSU, C.T.; TONELLI, M.T. **Sucesso, mídia de negócios e a cultura do management no Brasil**. Cad. EBAPE.BR, v. 12, nº 1, artigo 5, Rio de Janeiro, Jan./Mar. 2014.

SALVIATI, Maria E. **Manual do Aplicativo IRaMuTeQ: versão 0.7 Alpha 2 e R 3.2.3**. Planaltina, 2017. Disponível em: <http://www.IRaMuTeQ.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-IRaMuTeQ-par-maria-elisabeth-salviati>.