

A ESTÉTICA DO PARADOXO. CONCORRÊNCIA, EMPREENDEDORISMO E AGREGAÇÃO NAS COMUNIDADES EMPRESARIAIS.

JOÃO VALENTE AGUIAR⁹

RESUMO: Nos debates teóricos, académicos e políticos sobre o capitalismo, sobressalta sempre a dimensão da instabilidade. Seja provocada por crises económicas e/ou tecnológicas, seja provocada por crises políticas e sociais, a instabilidade é uma condição *sine qua non* das sociedades capitalistas. Num quadro societal global tão volúvel terão de coexistir vários fatores que permitam manter a unidade dos seus fundamentos - o trabalho assalariado. Dentre vários fatores considerados, a dimensão simbólico-ideológica é uma das “respostas” comumente avançadas pelos cientistas sociais. Neste artigo, procurar-se-á inserir esta dimensão macro num contexto específico. A saber, o estudo da coesão social e organizacional dentro das empresas a partir das práticas e das representações dos trabalhadores sobre essas mesmas práticas. Nesse sentido, o artigo descreve o papel do capital social e das relações de interconhecimento para se criar uma realidade simultaneamente prática e simbólico-ideológica - a *comunidade empresarial* - agregadora de práticas classistas diferentes no seio de uma organização hierárquica.

PALAVRAS-CHAVE: Comunidade empresarial; capital social; empreendedorismo.

ABSTRACT: In the theoretical debates about capitalism, there is always some sort of highlighting its instability. Whether it is provoked by economic crisis and/or technological changes, whether it is the result of political and social upheavals, the instability is an essential feature of capitalist societies. In a volatile global context only the coexistence of several factors would allow this kind of societal organization to keep the unity of its core - the wage labour. In this paper this macro dimension will be articulated with a specific context. That is, the study of the social and organizational cohesion inside companies through the practices of its labourers, and also the way themselves reflect about those same practices. In this way, the paper describes the role of social capital and sociability networks to create a simultaneously practical and symbolic-ideological reality - the entrepreneurship community - which fosters and gathers different social class' practices among an hierarchical organization.

KEYWORDS: Business community; share capital; entrepreneurship.

Introdução

O toyotismo tem-se revelado uma forma flexível de gestão do capitalismo. Todavia, a flexibilidade de processos e de gestão logística das empresas decorre paralelamente à flexibilidade dos vínculos laborais (Carmo 2019), com o conseqüente aumento da vulnerabilidade dos trabalhadores. A resposta clássica das organizações de trabalhadores no capitalismo fordista passavam invariavelmente pela condução de lutas de diversificado tipo. Resumidamente, o fosso entre as tarefas da direção, concepção e execução (Braverman 1974) repercutia uma segmentação pronunciada entre os diferentes níveis no seio das empresas. Ou seja, as tarefas intelectuais ficavam concentradas numa camada de especialistas (gestores ou não) afastada da linha de produção. Nesse sentido, a generalidade dos trabalhadores inseridos nas unidades de produção consideradas tecnologicamente de ponta na altura, limitavam-se a contribuir com uma dimensão física. O exemplo eternamente repetido pela literatura da especialidade da película *Tempos Modernos* assim o demonstrava. Essa cisão funcional, alicerçada numa baixa contribuição intelectual da generalidade dos trabalhadores para a prossecução da produção de mercadorias, implicou que o mundo operário se mantivesse, em termos culturais e mesmo organizacionais, num quadro à parte. Era assim que organizações tecnicamente exteriores às empresas, como os sindicatos, contribuíram decisivamente para mediar as reivindicações salariais da classe operária e as administrações das empresas.

No toyotismo, o contributo intelectual (Lojkine 2002; Antunes 2008; Alves 2011; Bernardo 2000) dos trabalhadores tornou-se evidente. Se as funções socioeconómicas de direção do processo de produção continuam hegemónicas pelos gestores (Carchedi 1987, 1977), os trabalhadores passaram a desenvolver um maior papel na concepção e monitorização de novas mercadorias. O potencial do aproveitamento dos aspetos cognitivos dos trabalhadores passou a ser substancialmente superior.

Neste quadro, a canalização das potencialidades intelectuais de centenas de milhões de trabalhadores muito mais qualificados que os seus progenitores colocou um desafio de monta às empresas: como manter o fluxo crescente de contributos intelectuais - que só brotam em contextos organizacionais minimamente criativos e livres - sem com isso ocorrer perturbação nas tarefas de comando e administração global das empresas.

Uma breve sequência histórica da passagem do fordismo para o toyotismo inclui a reflexão sobre o *aftermath* das lutas sociais dos anos 60 e 70. Se estas colocaram a batalha pelo poder e pelo controlo do processo de produção no centro das suas reivindicações, a sua derrota política - que não cabe nos objetivos deste artigo - implicou uma reconfiguração do capitalismo até então existente. O rearranjo institucional das empresas passou por incluir as potencialidades criativas e mobilizadoras dos trabalhadores para dentro da organização

laboral. Esse rearranjo institucional alicerçou-se numa internalização dos conflitos para dentro das empresas, por via de uma mutação. Dito de um modo mais simples, a inclusão das faculdades cognitivas dos trabalhadores e, sublinhe-se com particular acuidade, das suas motivações de participação na vida produtiva levou à criação do trabalhador engajado com a empresa. A despolitização conjugada com o subsequente desenvolvimento tecnológico digital permitiu inserir o trabalho intelectual na produção de um modo muito mais vasto. Naturalmente, este não apagou de modo nenhum o trabalho manual, mas assumiu uma preponderância até então inimaginável. A difusão do trabalho intelectual por toda a organização interna das empresas criaria o que se designará de comunidade empresarial. Esta conjugará uma articulação entre duas necessidades: a de elevar o desempenho produtivo de cada trabalhador (expresso no seu apego ao empreendedorismo) com a necessidade de manter a coesão interna das estruturas internas das empresas. Coesão interna da concorrência inter-trabalhadores e do conjunto destes com os estratos e classes que dispõem do poder de supervisão, de coordenação e de comando das tarefas do sistema de produção (secções II e III). Na conclusão procurar-se-á debater de que modo a coexistência entre duas dinâmicas aparentemente excludentes - a concorrência entre trabalhadores e a sua inserção comprometida numa comunidade empresarial - constitui um processo com implicações estéticas para o plano macro-societal.

Mas antes de chegarmos a este ponto da pesquisa atente-se no conceito de capital social (secção I), uma empreitada conceptual relevante na inserção naturalista das redes de sociabilidades no seio das teorias do capital humano e dos Recursos Humanos.

I. O capital social

Globalmente considerado, o conceito de capital social constitui-se como um núcleo relevante para a formação de uma equipa de trabalhadores dinâmica e comprometida ideológica e simbolicamente com a valorização do capital: a *comunidade práctico-simbólico-ideológica empresarial* (para facilitar a leitura, designaremos esta última simplesmente pela nomenclatura de *comunidade empresarial*). Segundo Bourdieu, um dos autores que transferiu (e remodelou) o conceito de capital (económico) para outras esferas, o capital social seria, principalmente,

[...] um capital de relações sociais que providencia, se necessário, “apoios” úteis: um capital de honorabilidade e respeitabilidade que é frequentemente indispensável se alguém desejar atrair clientes em posições socialmente importantes e que, por exemplo numa carreira política, pode funcionar como moeda de troca

[currency]» (Bourdieu 1977: 503).

Anos mais tarde, e dessa vez em colaboração com Loic Wacquant, o autor relembra que «o capital social é a soma de recursos, reais ou virtuais, que provém um indivíduo ou um grupo em virtude deste possuir uma *rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e reconhecimento*» (Bourdieu e Wacquant 1992: 119) [grifos nossos, GN]. Aqui o dado mais relevante prende-se com o papel de uma determinada comunidade ou grupo em gerar relações e laços de interconhecimento e de identificação grupal.

Todavia, as formulações que aproximam o capital social ao paradigma do empreendedorismo presente nas empresas mais dinâmicas do capitalismo das últimas décadas não são as de Bourdieu. Por exemplo, para Field, a tônica no retorno económico é particularmente notória: «*as conexões podem ser lucrativas; tal como qualquer outra forma de capital, ele pode ser investido e pode ser esperado um retorno decente para o investimento aplicado*» (Field 2009: 14) [GN]¹⁰. Retorno que pode ser diretamente económico (produzindo lucro) ou que pode ser de uma tonalidade mais sócio-cultural. Para Coleman «o capital social representa um recurso porque ele envolve a expectativa da reciprocidade e vai para além de um dado indivíduo ao envolver redes mais vastas cujas *relações são governadas por um elevado grau de valores partilhados e fidedignos*» (citado em Field 2009: 23) [GN]. Esta vertente societária veiculada por Coleman é o que permite conjugar capital social, recursos e a formação de comunidades reguladoras de relações sociais. Assim, o capital social é

[...]o conjunto de recursos inerente em relações familiares e nas organizações sociais da comunidade e que são úteis para o desenvolvimento social ou cognitivo de uma criança ou de um jovem. Estes recursos diferem para pessoas diferentes e podem constituir uma vantagem importante para as crianças e adolescentes no desenvolvimento do seu capital humano» (Coleman 1994: 300).

Por conseguinte, e continuando a citar o mesmo exemplo sobre crianças e jovens, o capital social envolve «as normas, as redes sociais e as relações entre adultos e as crianças que são valiosas para o crescimento destas. O capital social existe dentro da família, mas também fora desta», mais concretamente «na comunidade» (Coleman 1990: 334). Poderá parecer estranho o recurso a um exemplo como o da instituição familiar. Porém,

¹⁰ Uma breve metodológica. O recurso extensivo a citações de manuais de Recursos Humanos, organizações empresariais ou manuais académicos prende-se com a necessidade de dar a conhecer o que de facto contempla a malha complexa de teses e conceitos que sustentam a comunidade empresarial. Assim, este artigo recorre extensivamente a material empírico de modo a fornecer suporte para a elaboração teórica adjacente. Esta decorre do material recolhido disponível e não da especulação.

para Coleman, só a comunidade (familiar, nacional, organizacional ou outra) permite, de um lado, incrementar o empenho, determinação e dinamismo na execução de tarefas (o capital humano) e, do outro lado, forjar uma unidade baseada primordialmente em valores - «a confiança no ambiente social» e com a «definição de determinadas sanções sobre os possíveis desviantes» - independentemente de as posições objetivas nas estruturas sociais serem ou não divergentes.

No ensaio de Coleman sobre o capital social e o capital humano, as relações são apresentadas como constituidoras de recursos de capital ao ajudarem a estabelecer obrigações e expectativas entre os atores, construindo a confiança no ambiente social, abrindo canais para a informação e definindo as normas que aprovam formas particulares de comportamento ao mesmo tempo que impõem determinadas sanções nos possíveis desviantes. A sua criação é facilitada pelo “fechamento” entre diferentes redes de atores por via da estabilidade e da partilha de uma ideologia comum» (Field 2009: 27; Coleman 1988-89: 102-104; 1994: 104-108).

Na interpretação de Coleman, o nível simbólico-ideológico impõe-se a quaisquer outros critérios de índole socioeconómica ou mesmo político na modulação das comunidades. Com efeito, a instituição familiar é pela sua trajetória e concretude um agrupamento edificado em torno de dimensões afetivas, morais e sentimentais, e onde uma fricção de posições objetivas de classe se pode encontrar menos presente. O mesmo não se passa noutras comunidades simbólico-ideológicas que, apesar da sua maior ou menor coerência disposicional interna continuam permeadas por contradições objetivas de classe no seu interior. Por exemplo, uma comunidade nacional é composta por diferentes classes sociais, mesmo que o sentimento de pertença identitário à “pátria”, à “nação” ou à comunidade nacional esteja mais presente nos processos de autoidentificação dos agentes sociais ali inseridos.

No caso das organizações laborais e das empresas,

[...]o capital social é definido pela sua função. Ele não é uma entidade única, mas uma variedade de diferentes entidades com duas características em comum: todas elas consistem em algum aspeto da estrutura social e facilitam certas ações de indivíduos que estão dentro da estrutura» (Coleman 1994: 302).

Portanto, será da comunidade (simbólico-ideológica) empresarial que surge a possibilidade de cada um dos seus agentes (seja dos que desempenham a função do trabalho ou do

capital) detonar ações performativas valorizadoras dos recursos à disposição. Isto é, no caso presente, em incrementar a valorização do capital.

A definição de Coleman do capital social estabelece uma ponte entre o indivíduo e o coletivo. Ele viu certamente o capital social como “um recurso de capital para o indivíduo” mas também o viu como um construtor de “recursos sociais estruturais” (Coleman 1994: 302). Ao determinar onde os recursos poderiam ser postos em prática, Coleman acreditava que dois elementos cruciais entravam em jogo: tanto a “extensão de obrigações mantidas por um indivíduo” como “o nível de confiança no ambiente social”» (citado em Field 2009: 28)

Não se trata simplesmente da mera inscrição do indivíduo num grupo, mas da conversão da ação individual de cada trabalhador numa nova mercadoria em sede de uma comunidade orgânica e complementar para a prossecução de um interesse: a reprodução da estrutura económica empresarial. Por conseguinte, existe no empreendedorismo a articulação entre o agente individual e vários macro-grupos, articulação complexa que foge às aporias clássicas indivíduo/sociedade ou estrutura/ação (Lopes 2001).

Mas tal como a economia neoclássica foi lenta a reconhecer as diferenças fundamentais introduzidas pelas externalidades e pelos bens públicos, aqueles que usam a teoria da troca na sociologia têm sido igualmente demorados em reconhecer que muitas ações e transações sociais geram externalidades ou têm o carácter de bens ou males públicos. Isto significa que a teoria da troca na sociologia tem sido incorretamente individualista, falhando em reconhecer que as externalidades criam um interesse em exercer controlo. É neste sentido que as normas sociais constituem capital social» (Coleman 1987: 153).

Em Putnam as considerações genéricas e estruturantes sobre o capital social não são discrepantes com a versão de Coleman. «O capital social refere-se aqui às características da organização social, tais como a confiança, as normas e as redes que podem melhorar a eficiência da sociedade ao facilitar as ações coordenadas» (Putnam 1993: 167). Por outras palavras, «características da vida social - redes, normas e confiança - que possibilitam os participantes agirem em conjunto mais efetivamente para perseguirem objetivos comuns» (Putnam 1996: 56). Comparativamente com Coleman, Putnam sublinha o dado dos objetivos comuns a um grupo ou comunidade na medida em que, na sua aceção, «as redes sociais têm valor. Os contactos sociais afectam a produtividade de indivíduos e grupos» (Putnam 2000: 18). Da mais íntima aproximação entre capital social e capital

económico, Putnam defende a tese do capital social como potenciador simultâneo de lucratividade nos mercados e de promoção de políticas públicas que, por sua vez, auxiliem na reprodução e regulação das redes sociais.

O capital social não é um substituto para uma efetiva política pública mas antes um pré-requisito para esta e, em parte, sua consequência. O capital social opera através e dentro dos Estados e dos mercados, não no seu lugar. O capital social aproxima abordagens de descobrir novas formas de combinar a infra-estrutura social com políticas públicas que operam, por seu turno, no uso de políticas públicas inteligentes que revitalizem o stock de capital social existente nos EUA» (Putnam 1993: 42) [GI].

Na ótica de Putnam e de outros comentadores como Fukuyama, o capital social é sobretudo um complemento ao mercado e, correlativamente, as teorias sobre o primeiro seriam um contributo para as teses da economia neoclássica.

Nós podemos pensar a economia neoclássica como estando, digamos, 80% correta: ela descobriu importantes verdades acerca da natureza do dinheiro e dos mercados porque o seu modelo fundamental do comportamento humano racional e auto-interessado é correto em cerca de 80% do tempo. Mas existem 20% de comportamento humano que a economia neoclássica dá uma pobre panorâmica. Como Adam Smith muito bem compreendeu, a vida económica está profundamente mergulhada na vida social e não pode ser compreendida separada de costumes, morais e hábitos da sociedade onde ocorre. Em resumo, a economia não pode estar divorciada da cultura» (Fukuyama 1996: 13).

Isto significa que as comunidades simbólico-ideológicas (e práticas) que circundam a produção de valor económico são vitais para o capitalismo. As comunidades empresariais promovem o empreendedorismo enquanto normatividade e enquanto promotor de uma performatividade específica para o mercado da força de trabalho e para o desempenho profissional no capitalismo toyotista. No respeitante às comunidades (simbólico-ideológicas) circundantes da esfera económica, o seu ponto de partida consubstancia-se no facto de

[...]a presença de redes densas dentro de uma sociedade e as normas acompanhantes de confiança e reciprocidade generalizadas permitirem que os cidadãos

ultrapassem problemas coletivos de ação de forma mais efetiva. O capital social é, assim, visto como um importante recurso disponível às sociedades e às comunidades» (Hooghe e Stolle 2003: 1).

Uma aproximação entre a *Gemeinschaft* e a *Gesellschaft* parece ocorrer nestas teses. Na esfera política, especialmente nos países anglo-saxónicos, sucedem-se os exemplos. Citemos apenas um: «o governo de Tony Blair revigorou a educação cívica nas escolas de modo a promover o capital social e a reforçar uma cultura cívica que se acredita estar ameaçada pela crescente descrença nas instituições governamentais» (idem).

Assim, o capital social fornece o esqueleto do corpo performativo empreendedorista e, nas referidas esferas circundantes do espaço económico, o seu papel regulador implica que

[...]os benefícios do capital social estejam bem estabelecidos tanto ao nível micro como no nível macro. Na esfera política, a confiança generalizada e outras atitudes cívicas permitem aos cidadãos juntar as suas forças em grupos sociais e políticos que lhes possibilitem construir iniciativas cidadãs com maior facilidade. Na esfera social, a confiança generalizada facilita a vida em sociedades diversificadas e promove atos de tolerância e aceitação dos outros» (idem: 4).

Ao promover o desenvolvimento de atitudes para a geração de capital social (idem: 2-3), «a confiança interna ao grupo pode ser utilizada para atingir os propósitos do grupo mais eficientemente e mais facilmente» (Stolle 2003: 24). Esta confiança interna no grupo, idealmente resultaria no «desenvolvimento da confiança interpessoal e de experiências de cooperação entre membros de um grupo tende a generalizar-se à sociedade como um todo» (idem: 25). Portanto, o capital social assoma como «o mais importante mecanismo para a geração de normas de reciprocidade e de confiança é identificada como uma interação social regular» (idem: 22). Regularidade percebida no facto de o capital social resultar no facto de «unir e estabelecer pontes» o que induziria

[...]tolerância e aceitação dos outros, uma das fundações das virtudes cívicas. Mas a confiança também tem outras formas, tal como a confiança particularizada, por exemplo, que é dirigida a membros de um grupo real ou imaginário e fornece-lhe a necessária estrutura para atingir os objetivos do grupo mais eficientemente» (idem: 5).

Explicitando, o carácter gregário da humanidade é aqui misturado com a pertença, esta sim pretensamente natural e inevitável, às comunidades social e historicamente construídas como as empresas ou as comunidades políticas. Se há algo natural nestas comunidades é o facto de não serem naturais, mas o produto da interação de complexos processos sociais, políticos e simbólico-ideológicos ao longo de determinados períodos históricos. Atente-se no seguinte exemplo de naturalização das comunidades simbólico-ideológicas.

Os indivíduos tendem a evitar a dissonância cognitiva mas eles não conseguem, por si mesmos, desenvolver um padrão coerente de valores, o que é congruente com a complexidade de observações a partir do mundo exterior. Para contrariar esta fonte potencial de insegurança, os indivíduos são dependentes da interação e do diálogo com os outros. Assim, os processos de auto-categorização podem reduzir essa complexidade e incerteza: os indivíduos aprendem a ver-se a si mesmos como membros de uma categoria socialmente definida e, por conseguinte, ganham acesso ao seu correspondente papel e padrão de valores» (Hooghe 2003: 93)

A literatura veiculadora das teses do capital social não descarta, porém, a hipótese de se constituírem comunidades imaginadas. Na seguinte passagem, percebe-se de modo bastante nítido o primado dos vetores simbólico-ideológicos e axiológicos na formação de comunidades relativamente a fatores socioeconómicos que, em determinados contextos, poderiam incrementar a conflitualidade social e/ou política. «Uma comunidade imaginada é um grupo ao qual um indivíduo sente uma afinidade psicológica mesmo que ele seja demasiado alargado para permitir um contacto direto face-a-face entre todos os seus membros» (Selle 2003: 69) mas onde «os seus membros podem sentir uma afinidade aos símbolos e valores, ou partilhar um comprometimento» (idem: 70). Assim, «o seu sentido de identificação e de confiança abstrata pode ser transferido a vários contextos e possivelmente à sociedade no seu todo» (idem). Na medida em que a instância dominante nas sociedades contemporâneas é a economia produtora de mercadorias, torna-se implícito que as teses do capital social inserem e misturam as redes de sociabilidade e as relações de hierarquia numa espécie de comunidade transclassista, no interior das empresas. Partindo de um conceito trans-histórico de comunidade, a teoria do capital social abre espaço à sobreposição entre relações interpessoais e relações hierárquicas de comando. Seria dessas comunidades que adviria a formação de novos recursos da mais variada índole - o capital.

II. Capital social e empreendedorismo: o reforço da coesão no interior das empresas

Caminhando agora para as perspetivas que abordam mais detidamente o impacto do capital social na criação, maturação e reprodução de uma comunidade empresarial, lembre-se apenas quais os componentes do capital social. «O primeiro componente é a rede social», «o segundo componente são as normas sociais», portanto, «regras, valores e expectativas que caracterizam os membros da comunidade (ou da rede)». Por fim, «o terceiro componente são as sanções. As sanções não são apenas formais - como a punição por incumprimento da lei. A maioria são informais e efetivas na manutenção das normas sociais» (Halpern 2010: 10-11).

A explosão da literatura escrita, publicada e apresentada internacionalmente sobre o capital social reflete uma preocupação constante do capitalismo (ou se se preferir da sua classe dominante e dos seus agentes políticos) com a produção e replicação de instituições passíveis de regular e de enquadrar a força de trabalho e a globalidade do processo económico. O próprio Banco Mundial é muito assertivo a este respeito, nomeadamente acerca do capital social e da sua influência no nível macro:

[...]o capital refere-se às instituições, relações e normas que moldam a qualidade e quantidade de interações sociais numa sociedade [sic]. Evidência empírica mostra que a coesão social é crítica para que as sociedades possam prosperar economicamente e o seu desenvolvimento seja sustentável. O capital social não é somente a soma das instituições que sustentam uma sociedade - é a cola que as mantém e assegura em conjunto» (Banco Mundial 1999: 16).

Daí que o capital social seja um bem público, não no sentido de ser um serviço ou bem ao dispor de todos os cidadãos, mas que «beneficia um grupo e não é apenas a propriedade de indivíduos isoladamente» (Halpern 2010: 22). O grupo que Halpern evidencia aqui não se trata propriamente de uma classe social dominante e detentora dos meios e recursos sociais de produção que lhe permite apropriar (e monitorizar os investimentos sociais e económicos d) o excedente económico. De facto, o grupo a que o autor se refere é tão-somente a comunidade empresarial, portanto, fundindo simbólico-ideologicamente classes sociais distintas em torno de um objetivo comum. A importância do capital social nas suas implicações económicas é, para as empresas, um aspeto crucial.

As empresas podem escolher entre comprar novas máquinas (capital físico), enviar os empregados para cursos de formação (capital humano) ou enviar todo um grupo de empregados e de associados num fim-de-semana de aventura de modo a construir redes e confiança entre todos eles (capital social)» (Halpern 2010: 30) [GN].

Como este antigo conselheiro do Primeiro-Ministro britânico Tony Blair defende e assume explicitamente, o capital social é um *asset* valioso para as empresas no capitalismo toyotista.

Existem muitas e relevantes vantagens em reunir um conjunto de indivíduos com capacidades e competências complementares numa rede intimamente coordenada, na base de entendimentos partilhados e de compromentimentos mútuos, o que facilita a ação cooperativa para uma máxima produtividade. A existência da empresa significa que os indivíduos dentro dela podem suportar-se uns nos outros sempre que necessitarem, para partilhar informação e para desempenhar tarefas sem contratos elaborados e sem regateios a serem negociados de cada vez que um ato separado aparece» (idem: 53) [GN].

Com efeito, a constituição de uma comunidade empresarial surge agregada a um processo formação e difusão de um self performativo. A noção de agregação aqui evocada pretende elucidar sobre o que está em causa para as empresas capitalistas no paradigma toyotista e neoliberal.

A empresa pode ser vista como uma forma de capital social e provavelmente, em primeiro lugar, como um capital social de agregação [bonding]. Agentes económicos individuais agregam-se numa rede relativamente densa. Eles desenvolvem normas e objetivos partilhados (uma cultura de empresa, uma compreensão dos papéis e dos comportamentos apropriados e uma compreensão partilhada dos propósitos da empresa ou do produto. E a empresa também incorpora sanções de modo a manter estas normas e redes internas em funcionamento (pressão da direção mas também dos pares; recompensas monetárias; punições formais ou informais para performances abaixo do esperado)» (idem: 53-54).

Por aqui se verifica como o desempenho económico está longe de ser uma variável estritamente técnica. De facto, a sua substância é fundamentalmente social não só porque tem na sua própria matriz uma relação social de base - a relação do trabalho assalariado - mas, a jusante, é da criação e da promoção de um clima de “paz social” e de empenho consentido, desejado e sentido pelos trabalhadores como igualmente seu na produção de mercadorias, que o crescimento económico e a expansão a novas áreas e mercadorização se torna possível, sem fricções ou conflitos sociais de maior.

É claro que o capital social se apresenta como um importante factor para explicar variações nacionais em termos de crescimento económico. Quando a variável

“capital social” é incorporada num modelo neoclássico modificado torna-se um fator altamente significativo do crescimento [económico] numa série de países. Na presença de outras variáveis de controlo, o capital social também não pode ser ignorado num qualquer modelo de crescimento económico adequado» (Whiteley 1997: 18).

Na mesma onda de frequência, Halpern recorda que

[...] o capital social tem sido visto como tendo jogado um papel relevante no sucesso dos tigres asiáticos. Similarmente, a efetividade dos esquemas de desenvolvimento financeiro em mercados emergentes tem sido significativamente explicado por dotações diferenciadas de capital social» (Halpern 2010: 62).

Apesar de «a ideia de que o capital social influencia a competitividade ser ainda recente» (Field 2009: 59), isso só densifica uma das hipóteses teóricas que tem animado este trabalho de pesquisa: a hetero-organização da classe trabalhadora, mais especificamente dos seus setores mais jovens, no plano sociabilitário, organizacional e simbólico-ideológico ocorre, nas últimas décadas, por intermédio da sua inserção numa comunidade (simbólico-ideológica) empresarial. Assim sendo,

[...] as redes têm sido vistas como importantes para o sucesso dos negócios, particularmente durante a fase de arranque [start-up], é largamente aceite a ideia de que as redes funcionam como um recurso importante de informação e que estas podem ser críticas na identificação e exploração de oportunidades de negócio. Elas podem também ajudar a garantir acesso a meios financeiros. O capital social tem sido igualmente visto como um recurso nos mercados e no fator trabalho; mesmo quando recrutados através de intermediários, tanto os clientes como os trabalhadores mostram maior lealdade e comprometimento. Finalmente, as redes contribuem para um estilo de gestão consistente e estável que pode ser vital para potenciar o desempenho das empresas» (Field 2009: 59) [GN].

Em suma, a inserção da classe trabalhadora numa comunidade empresarial contém implicações financeiras diretas e, nomeadamente, implicações profundas na estabilização política potencialmente mobilizadora e reivindicativa daquela classe social. Por conseguinte, a hetero-organização da classe trabalhadora numa comunidade empresarial, no plano simbólico e das práticas laborais, possibilita um desempenho económico mais otimizado da tessitura económica capitalista. «A ideia central do capital social está em

que as redes sociais são um recurso valioso. *As redes fornecem a base para a coesão social porque elas potenciam as pessoas em colaborarem umas com as outras - e não apenas com pessoas que conhecem diretamente - para atingirem vantagens mútuas»* (idem: 14) [GN]. Por conseguinte, o capital social decorre de uma conceção que busca antecipar uma inscrição específica da classe trabalhadora nas organizações empresariais, conjugando uma ampla margem de performatividade laboral individual com um comprometimento aplicado, empenhado e entusiasta no seio de uma comunidade orgânica simbólico-ideológica. No fundo, trata-se de fazer coexistir a concorrência entre trabalhadores pela melhor performance laboral com a coesão das hierarquias internas. De seguida, procuraremos acrescentar novos eixos a esta questão. Mais concretamente, o empreendedorismo como manifestação própria da concorrência entre trabalhadores e nivelador simbólico das perceções (das posições) de classe.

III. Compromisso individual, empreendedorismo e coesão interna: da inserção do individualismo concorrencial numa comunidade empresarial

Na concretude do empreendedorismo (e na medida em que se interliga com a difusão dos círculos de controlo de qualidade surgidos com o toyotismo), a formação de equipas de trabalhadores aliadas ao desenvolvimento das empresas e dos seus propósitos económicos e financeiros constitui um vetor a equacionar. Com efeito, nas palavras de um proprietário espanhol, «”ajudei a incorporar na companhia a equipa humana necessária para apoiar o seu crescimento (...); montar uma estrutura que permitisse à companhia um desenvolvimento harmonioso, sem sofrer desequilíbrios”» (Castellano 2007: 57). Explicitando, o mesmo interlocutor assevera que

Todos os profissionais que integramos passam inicialmente por uma loja. Deste modo, são expostos ao contacto direto com a venda. Depois foram crescendo com a companhia. Não procuramos dispor necessariamente dos melhores especialistas, mas conseguimos atrair gente capaz de adaptar-se ao nosso modelo: flexível, ágil, acostumado à tomada de decisões e coeso com o resto das equipas nas diferentes funções da companhia (idem: 59) [GN].

As expressões em itálico evidenciam a relevância que a classe dominante dá à constituição de uma comunidade empresarial que, no plano das práticas e no plano da produção de sentido (portanto, simbólico-ideológico), transcenda as fronteiras de classe.

Consequentemente, o uso dos momentos de turbulência económica para reforçar a coesão interna da *comunidade práctico-simbólico-ideológica empresarial* surge como uma

discursividade, como um desdobramento possível do empreendedorismo.

Nos momentos mais difíceis, quando se necessita que cada colaborador dê o melhor de si mesmo, o mais importante é comunicar uma visão de futuro de forma convincente para que todos entendam os problemas, saibam o que se espera de cada um e conheçam o que podem ganhar quando se alcançam os objetivos. “Em alguns casos, o prémio era aprender com a experiência e desenvolver-se profissionalmente. Noutros, quando podia facilitá-los, elementos adicionais de compensação. Utilizei também as reuniões de grupo fora da empresa, como ferramenta tática para lançar ideias e criar momentos de rutura e integração”, recorda» (Anguita 2007: 92) [GN].

Dentro deste quadro, surge a necessidade de desenvolver uma noção de compromisso e de elevado comprometimento pessoal com os desígnios da empresa. Algo que é exigido tanto às camadas dirigentes e proprietárias de uma empresa, como aos seus denominados colaboradores. Contribui-se, assim, para o reforço da coesão interna da *comunidade prático-simbólico-ideológica empresarial*.

Creio que o máximo a que alguém pode aspirar na vida é transcender pelo impacto positivo e a marca que deixa nos outros. Desde então, procurei seguir esta referência para ajudar com o máximo nível de compromisso a minha família, os meus amigos e a minha empresa. Nesta última, preocupa-me o que posso fazer pelo meu acionista, pelos meus clientes e pela minha equipa”» (idem: 98) [GN].

“Máximo nível de compromisso” que caminha lado-a-lado com a venda dos produtos no mercado. Ou seja, o *comprometimento*¹¹ procura articular duas plataformas entrecruzadas. De um lado, a criação da já identificada *comunidade prático-simbólico-ideológica empresarial* com o propósito de sustentar e amarrar as clivagens (estruturais) de classe a um desígnio aparentemente supra-classista: o sucesso do grupo económico, a lucratividade da empresa. De outro lado, o esforço e a envolvimento dos trabalhadores para vender as mercadorias previamente produzidas e portadoras de valor.

Outro exemplo deste fenómeno:

11 «Não é apenas o “fazer” e o “saber” operário que são capturados pela lógica do capital, mas a sua disposição intelectual-afetiva que é mobilizada para cooperar com a lógica da valorização. O trabalhador é encorajado a pensar pró-ativamente, a encontrar soluções antes que os problemas aconteçam. Cria-se, deste modo, um ambiente de desafio contínuo, de mobilização constante da mente e do corpo do operário empregado, onde o capital não dispensa, como fez no fordismo, o “espírito” operário» (Batista 2009: 108).

[...]o relativamente reduzido tamanho da sua organização permite a Rosario atuar como catalisador da cultura que quer imprimir nela. Trabalha em estreita proximidade e mantém um contacto pessoal permanente com os seus colaboradores. “Todas as manhãs - explica -, sento-me com a maior parte deles. Exploramos juntos diferentes maneiras de focar os problemas do momento. Quando consideramos oportuno, convocamos uma pequena reunião de quatro ou cinco pessoas para tratar de um assunto específico. Penso que este fluxo de comunicação permanente é essencial para permitir que aprendamos constantemente uns com os outros. Hoje em dia, os produtos são cada vez mais complexos e ninguém sabe tocar por si só todos os instrumentos que permitem dominar os detalhes em profundidade. Creio que conseguimos estabelecer um ambiente extremamente transparente, baseado numa sintonia total, graças a uma comunicação aberta”» (Cabiedes 2007: 264) [GN].

Mais uma vez, a utopia de uma comunidade harmoniosa, multi-vetorial, plana (Friedman 2007), trabalhando conjuntamente com uma “sintonia total”,

[...]”nós temos tido a sorte de a organização sempre ter deixado um amplo espaço para crescer, para que todos pudéssemos dar o nosso contributo e desenvolver-nos. Raras vezes encontramos profissionais com resistências. Ao contrário, todos falamos, opinamos e decidimos conjuntamente. As equipas de alto rendimento configuram-se precisamente numa organização que oferece estas possibilidades (Cabiedes 2007: 264) [GN].

A produção de condições para que a mencionada comunidade empresarial funcione não é isenta de todo um trabalho de socialização e ressocialização dos trabalhadores, até se chegar a tal estado e configuração.

Vender é uma questão de relações humanas. Nas grandes corporações conta tanto ou mais a parte relacional do que a técnica”, explica. Para ela, a chave do processo de aprendizagem no início da carreira profissional consiste em assegurar que investimos tempo suficiente a envolver e a conseguir o apoio do resto da organização nos nossos projetos» (idem 2007: 265) [GN].

Em suma, a constituição de tal comunidade empresarial consubstancia-se num empreendedorismo construído socialmente pelas camadas dirigentes de uma empresa. Ou, num plano mais global, comunidades de práticas simbólico-ideológicas construídas socialmente pelas classes dominantes nas várias empresas que compõem o conjunto da economia.

Por conseguinte, é a motivação introduzida nas atividades laborais pela existência de uma comunidade assalariada comprometida à empresa (por outras palavras, à valorização de capital) que se estrutura como condição *sine qua non* para uma prossecução estável dos negócios da empresa: «*Tornámo-nos eficazes porque dotamos de alma o negócio*» (Tena 2007: 301) [GN]. Para isso, a comunidade empresarial é passível de se edificar quando os seus componentes (a socializar ou já socializados), no fundo, os seus trabalhadores, se demonstrem

[...]”dispostos a assumir a cultura, valores e missão da companhia. Que queiram e saibam viver o nosso negócio com a mesma paixão que nós pusemos nele desde o princípio”. Félix considera que o êxito da Imaginarium é precisamente a paixão com que todos os seus empregados vivem o dia-a-dia do negócio. “O nosso negócio é hiper-eficaz porque é um negócio com alma”. Quanto à contratação dos seus empregados, Félix afirma perentoriamente que não contrata mercenários, pessoas com um acentuado desequilíbrio de interesses a favor do fator económico» (idem: 308-309) individual.

Interiorizando o metabolismo oscilante da empresa,

[...]conseguimos que toda a gente viva o valor da transformação do banco como uma coisa positiva e que isso faça parte da nossa cultura. Houve um momento em que comecei a sentir que não era eu quem promovia uma determinada cultura no banco, mas que a cultura do banco começava a influir em mim. Sentia que, ou continuava a agitar o banco, ou este me expulsava”. A cultura Bakinter exige por si mesma a mudança» (Arena 2007: 326).

Com efeito, o comprometimento/compromisso dos trabalhadores que acolhem (e são acolhidos n)a *comunidade práctico-simbólico-ideológica empresarial* contempla algumas propriedades a fixar analiticamente, tais como «comprometer-se a uma aprendizagem contínua e a um contacto direto com o mundo exterior; estabelecer prioridades claras que focalizem adequadamente o negócio atual; criar uma cultura propícia à inovação» (Dorsch 2007: 348). Sobretudo e acima de tudo, trata-se de «*unir esforços* aproveitando capacidades complementares de gestão; *envolver toda a organização* no desenho de estruturas e processos; manter um sistema de informação que permita delegar ao máximo a tomada de decisões» (idem: 355) [GN].

Na mesma linha de continuidade, Mintzberg define a moderna adhocracia como um espaço organizacional aparentemente menos compartimentado em termos funcionais

e aparentemente a-classista ou supra-classista. Um dos espaços sociais mais fechados à democracia mais básica (vd. Bernardo 2004: 120-137) aparece, como iremos poder observar, idilicamente retratado como um espaço fluido, sem fricções, sem lugares de classe definidos e, portanto, deslocando toda a problemática económica e material da produção, circulação e apropriação de excedente económico - o valor - para o plano simbólico-ideológico da “formulação” (tida por natural e necessariamente coletiva, democrática e multidirecional) “da estratégia” da (comunidade) empresa(rial).

Em todas as configurações estruturais o processo de formulação da estratégia desenvolve-se claramente de cima para baixo, e é controlado pelo vértice estratégico. Em claro contraste, na Adhocracia, o controlo sobre o processo de formulação da estratégia não se encontra claramente localizado, nem no vértice estratégico nem em parte alguma da organização. Aliás, é mais exato concebê-lo como um processo de formação da estratégia porque a estratégia nestas estruturas não é tanto formulada conscientemente pelos indivíduos como formada de maneira implícita pelas decisões que estes tomam, uma de cada vez» (Mintzberg 2004: 468).

A assunção do compromisso como um vetor estratégico para uma reprodução mais legitimada da estrutura organizacional, (porque mais participada e mais comprometida pela parte dos trabalhadores) não contempla, como já se avançou anteriormente, uma problematização do trabalho assalariado como uma relação social e do seu papel societal. Ora, o trabalho assalariado não se consubstancia como uma relação meramente hierarquizada, mas como uma relação social cimentada em redor de duas condições estruturais fundamentais - as funções do trabalho e do capital - e que se sustentam numa *lógica dual, subordinada e desigual no fluxo do excedente económico*. Obliterando esta centralidade, facilmente se pode reivindicar o envolvimento do trabalhador em relações sociais relativamente fluidas, comunicantes, harmoniosas, logo, tendencialmente vocacionadas para o equilíbrio e a coesão internas: a *comunidade prático-simbólico-ideológica empresarial*. Como se tem procurado evidenciar o propósito de construção de comunidades empresariais é, em alguns textos, assertivamente assumida por membros da classe dominante e por académicos defensores do empreendedorismo.

Os patrões querem pessoas que estejam focadas e que tenham iniciativa, automotivação, auto-confiança e com um forte sentido de urgência - em resumo, empreendedores. Estes agentes podem vir de qualquer parte da organização desde que estejam preparados para correr riscos associados a fazer novas coisas acontecerem (Vandermerwe 2000: 357).

De facto, o comportamento empreendedor(ista) não vive fora da formação de uma *comunidade prático-simbólico-ideológica empresarial*.

Nunca dizemos que as empresas, à medida que crescem, falham em manter processos sistemáticos para continuar a desenvolver inovações, novos produtos e negócios. Pelo contrário, o que aqui estamos a sugerir é que isto não é suficiente: as empresas necessitam de providenciar uma contínua capacidade e opção para que os indivíduos e as equipas possam identificar e desenvolver oportunidades. Estas pessoas precisam de encontrar quem as ouça pelas suas ideias e terem o apoio requerido para ao menos as poderem desenvolver. Combinar habilidade, motivação e meios para identificar novas oportunidades é o que faz uma empresa verdadeiramente empreendedora.

Uma empresa empreendedora deve apoiar o comportamento empreendedor e deve ter uma orientação no sentido da lógica competitiva e de facultar processos e instrumentos que contribuam para construir e reforçar o comportamento empreendedor e uma atitude empreendedora (Muzyka 2000: 365)

das performances laborais. Adicionalmente,

[...]a estrutura da organização deve ser flexível e desenhada para servir o aproveitamento de oportunidades; a estratégia da empresa e a sua direção é emergente e deve ser criada através da escolha e da busca de oportunidades; os indivíduos procuram valor através da pertença em organizações que pode ser concretizado pelo reconhecimento e pela criação de um sentido de comunidade» (idem: 369) [GN].

Criação de valor e competição articulam-se, portanto. Inversamente ao que uma noção de senso comum poderia esperar e inferir, a competição pode conviver com a existência de trabalho de equipe. Desde que a concorrência entre trabalhadores não coloque em causa a manutenção da *comunidade prático-simbólico-ideológica empresarial* - «os padrões gerem tensões culturais e políticas na organização, insistindo que o projeto é sempre a primeira prioridade e criando um ambiente de confiança» (Vandermerwe 2000: 358) - essa concorrência interpares é convocada como elemento decisivo para envolver ainda mais cada trabalhador (cada competidor) na engrenagem de desideratos de cada empresa. Nas «novas organizações empreendedoras» estas devem: «desenvolver competências novas, pró-ativas e de procedimentos. Significa, sem dúvida, deixar as pessoas ir onde os seus instintos e sentidos lhes dizem; encorajar a experimentação e recompensar o sucesso tal como definido na relação de competição pelo ganho de clientes» (idem: 359).

Por outras palavras, essa competição funciona como uma «tensão útil na organização

(tração organizacional porque ela assegura um movimento contínuo)» (Muzyka 2000: 366).

Também segundo Mintzberg, a competição enquadra-se no seio das organizações toyotistas mais recentes.

Ao conjugar as suas ambiguidades e as suas interdependências, a Adhocracia emerge como a mais politizada das cinco configurações estruturais. Nenhuma estrutura é mais darwiniana do que a Adhocracia - a estrutura que dá mais apoio aos mais competentes, e a estrutura que mais brutalmente elimina os fracos. As estruturas que são a este ponto fluidas, tendem a ser fortemente competitivas e brutais (Mintzberg 2004: 487).

Em suma, ao contrário das empresas fordistas, onde «os quadros são obrigados a passar uma boa parte do seu tempo a conter conflitos», inversamente «na Adhocracia, isto não deve, nem pode ser feito». Ou seja, o conflito sofre uma inflexão da verticalidade para a horizontalidade, um conflito inter-classes tornar-se intra-classe (grande conquista organizacional das classes capitalistas nas últimas décadas). Como dizíamos, «tais esforços de contenção de conflitos acabam por abafar a criatividade. Quaisquer ansiedades e fricções que possam ser geradas são inerentes à própria vida, e ninguém as pode eliminar de uma organização - pelo menos, sem negligenciar ou lesar qualquer interesse mais vital. Os conflitos e a agressividade são elementos vitais na Adhocracia: o trabalho dos quadros» e de todos os agentes da estrutura «consiste em canalizá-los para fins produtivos» (idem: 487-488).

Assim, temos a assunção de que a competição intra-trabalhadores no seio do local de trabalho e, noutro plano, no seio da *comunidade práctico-simbólico-ideológica empresarial* é uma condição inescapável para o bom funcionamento da empresa capitalista. Mais ainda, na medida em que os trabalhadores em competição não são convocados para o jogo concorrencial nessa sua figura laboral e de classe mas enquanto quase micro-empresários em competição, uma possível agregação coletiva *de* e *entre* assalariados em torno de qualquer tipo de reivindicações, afigura-se como um empreendimento sumamente mais complexo e obstaculizado.

No compasso histórico que a(s) classe(s) trabalhadora(s) têm vivido nas últimas décadas, compasso histórico decorrente da hegemonia desta situação de individualização da sua orgânica interna, a produção de valor continua.

Conclusão

A transformação do trabalhador num empreendedor autónomo ao mesmo tempo que o individualizou acabou também por o integrar numa comunidade muito mais vasta.

Com efeito, em paralelo com o vetor da fragmentação da classe trabalhadora em agentes empreendedores individuais verificou-se a existência de uma comunidade empresarial que congrega trabalhadores, proprietários, gestores e supervisores numa perspetiva organicista/instrumental de cada uma das peças da empresa. Como se procurou evidenciar, a formação de uma comunidade supraclassista surge no plano meso-social (dentro de cada organização ou empresa) como o corolário da formação de um conjunto de trabalhadores pró-ativos, empreendedoristas e performativos em prol da otimização dos recursos disponíveis e, com isso, ampliar o campo de negócios da respetiva empresa. Nesse sentido, o empreendedorismo estabelece residência - simbólica e ideológica - em várias classes sociais (da burguesia dirigente e proprietária, aos gestores e supervisores, sem esquecer trabalhadores produtivos e empregados comerciais), sem com isso perder o seu lastro de classe.

Se as relações de trabalho se mantêm hierarquizadas e estruturadas em torno das funções economicamente antagónicas do capital (direção, gestão e supervisão da força de trabalho) e do trabalho (produção e circulação de valor), importa lembrar que a produção simbólico-ideológica revela toda a sua importância nas sociedades contemporâneas, especialmente quando esta agrega dimensões organizacionais, motivacionais, comportamentais e, naturalmente, culturais. Temos assim que o empreendedorismo consuma um papel duplamente relevante. Como ponto de encontro entre dimensões socioeconómicas e socioculturais, demonstração evidente da complexidade dos fenómenos sociais. E, por via da junção de disposições e de práticas pró-ativas, como plataforma de cruzamento/conciliação de dinâmicas classistas antagónicas no plano económico. No caso aqui em mãos, o empreendedorismo alcança um grau superior de organização do universo empresarial ao obliterar a relação de classe - no plano discursivo e ideativo - e ao substituí-la por uma relação comunitária de partilha de interesses. Partilha de interesses que não se concretiza primordialmente numa ótica repressora ou impositiva mas, corolário da estética imanente ao empreendedorismo, por intermédio do empenho e de um comprometimento afetivo, criativo e performativo do trabalhador.

O processo de recomposição ocupacional e profissional da classe trabalhadora, e a retração política e social da classe trabalhadora nos países capitalistas mais desenvolvidos nas últimas décadas não é uma mera decorrência estética. Todavia, a estética penetra este processo de dois modos fundamentais. Por um lado, a performatividade imputada e esperada no quadro do empreendedorismo incorpora uma componente estética tanto para

a produção de novos produtos e reorganização de processos, como no empenho devotado a uma ação capaz de mudar o mundo e colher interesse estético nos detalhes dos atos mais rotineiros. Ou seja, a formação do self do trabalhador no capitalismo toyotista não vive sem uma constante mobilização da criatividade e das capacidades cognitivas, mesmo que em contextos de precariedade laboral.

Por outro lado, a transformação do carácter coletivo da classe trabalhadora numa comunidade simbólico-ideológica não deixa de ser, num sentido lato, um processo com propriedades estéticas. Se as relações de trabalho se mantêm hierarquizadas e estruturadas em torno das funções economicamente antagónicas do capital (directão, gestão e supervisão da força de trabalho) e do trabalho (produção e circulação de valor), importa lembrar que a produção simbólico-ideológica revela toda a sua importância nas sociedades contemporâneas, especialmente quando esta agrega dimensões organizacionais, motivacionais, comportamentais e, naturalmente, culturais. Temos assim que o empreendedorismo consuma um papel duplamente relevante. Como ponto de encontro entre dimensões socioeconómicas e socioculturais, demonstração evidente da complexidade dos fenómenos sociais. E, por via da junção de disposições e de práticas pró-activas, como plataforma de cruzamento/conciliação de dinâmicas classistas antagónicas no plano económico. No caso aqui em mãos, o empreendedorismo alcança um grau superior de organização do universo empresarial ao obliterar a relação de classe - no plano discursivo e ideativo - e ao substituí-la por uma relação comunitária de partilha de interesses. Partilha de interesses que não se concretiza primordialmente numa ótica repressora ou impositiva mas, corolário da estética imanente ao empreendedorismo, por intermédio do empenho e de um comprometimento afetivo, criativo e performativo do trabalhador. Em suma, separados e fragmentados no espaço económico concorrencial do mercado de trabalho, o empreendedorismo coloca os trabalhadores todos juntos no âmbito da transversalidade das práticas laborais esperadas e no âmbito da agregação exclusivamente simbólico-ideológica de trabalhadores, empresários, gestores e supervisores numa comunidade dentro de cada empresa: a comunidade empresarial. O capitalismo toyotista constitui-se, assim, numa constelação de comunidades empresariais, concorrentes entre si. A constelação de comunidades empresariais não apenas fragmenta os trabalhadores internamente a cada empresa, mas também entre todas elas. Mas ao fragmentar por via do empreendedorismo individual de cada um, numa interminável luta pela sobrevivência, o toyotismo também estipula o denominador comum: a dupla agregação de cada trabalhador a um ideário comum de compromisso total e de entrega das suas melhores qualidades à produção de valor, e de cada trabalhador a uma empresa. Neste carrossel entre fragmentação e agregação, a diferenciação das classes parece esfumar-se.

Bourdieu denominaria esta rede de processos de violência simbólica. Do que se procurou demonstrar no artigo, tais processos buscam representar a capacidade espantosa de recuperação institucional do capitalismo (e da classe dos gestores) em apreenderem dinâmicas de criatividade, de entusiasmo e de colaboração coletiva que a classe trabalhadora tinha apresentado em lutas sociais nos anos 60 e 70, portanto anteriores à substituição do fordismo pelo toyotismo e à promoção do empreendedorismo. Se todo este processo social e cultural de profunda reconversão - linguística, simbólica, semântica e praxiológica - de temas libertários de auto-organização da classe trabalhadora em novas modalidades de hetero-organização e de subsequente amplificação da extração do volume de excedente económico não tem o seu quê de estético, então fica-se sem saber que maior efeito estético se poderia atingir na modulação das sociedades contemporâneas.

Para terminar, uma última exemplificação do papel de estruturação social desenvolvido por processos de estetização. Recorrendo a um dos autores que mais tem abordado estas temáticas, no caso, Fredric Jameson. Segundo este autor, a obra de arte congenitamente congregaria uma tensão entre o ideológico - a dominação de (uma) classe - e o utópico - a emancipação em torno de um “valor universal inconsistente” com os privilégios de classe. Jameson procura resolver a tensão por meio de uma contradição onde o ideológico e o utópico não apenas se confrontariam entre si dentro de uma obra de arte, mas se embrenhariam e entrelaçariam mutuamente.

Toda a ideologia em sentido forte é utópica na sua própria natureza uma vez que exprime ou projeta a unidade de uma comunidade e que essas comunidades são elas próprias figuras para a concreta vida coletiva de uma conseguida sociedade utópica ou sem classes. A referida unidade entre o ideológico e o utópico aparece como a antecipação da lógica de uma comunidade por vir (Jameson 1983: 298).

Jameson antevê a resolução do conflito tensional entre utopia e ideologia na possibilidade histórica de uma “sociedade utópica ou sem classes”. Portanto, uma “comunidade por vir” presente em cada obra de arte e que comportasse a visão de uma sociedade sem classes.

Por conseguinte, sabendo que a dialética das classes no capitalismo nada tem de inevitável mas tudo de conflitual, estrutural e mutuamente articulável, se Jameson considera que a “comunidade por vir” presente numa obra de arte comporta uma sociedade utópica ou sem classes, porque essa mesma “comunidade por vir” sem classes não possa ser, *no plano discursivo e simbólico-ideológico*, precisamente uma comunidade prático-simbólico-ideológica empresarial? Jameson na sua dialética da utopia e da ideologia apenas

equaciona o lado enunciativo de cada um dos eixos da dialética das classes no capitalismo, mas não os efeitos condicionadores das classes dominantes sobre o conjunto da classe trabalhadora. Afinal não é será a classe dos gestores a mais intransigente defensora de uma sociedade sem classes no plano simbólico-ideológico? Não será esse o maior poder utópico da ideologia dominante no capitalismo: fundar um simbólico comunismo das oportunidades individua(l)is(tas) e performativas de cada um, de modo a obstaculizar ao objetivo político da sociedade sem classes inscrito na tradição dos oprimidos? Haverá maior operação estética?

REFERÊNCIAS

- ALVES, Giovanni (2011) - *Trabalho e subjetividade*. São Paulo: Boitempo
- ANGUITA, Antonio (2007) - As pessoas acompanham quem toma decisões com critério e valentia. In DORSCH, Manuel Márquez - *Retratos de liderança*. Porto: Ambar, p.87-98
- ANTUNES, Ricardo (2008) - Desenhando a nova morfologia do trabalho: as múltiplas formas de degradação do trabalho. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 83, p.19-34
- ARENA, Juan (2007) - O verdadeiro líder deve transformar permanentemente o negócio. DORSCH, Manuel Márquez - *Retratos de liderança*. Porto: Ambar, p.313-327
- BANCO MUNDIAL (1999) - *Poverty and Social Capital*. New York: World Bank
- BATISTA, Roberto Leme (2009) - A reestruturação produtiva e a ideologia das competências. In FIGARI, Claudia (org.) - *La precarización del trabajo en América Latina: perspectivas del capitalismo global*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, p.95-121
- BERNARDO, João (2004) - *Democracia Totalitária : Teoria e Prática da Empresa Soberana*. Belo Horizonte: Livros Biblioteca Pública Independente
- BERNARDO, João (2000) - *Transnacionalização do capital e fragmentação dos trabalhadores*. São Paulo: Boitempo
- BOURDIEU, Pierre (1977) - Cultural reproduction and social reproduction, in -KARABEL, J. e HALSEY, A. H. - *Power and ideology in education*. New York : Oxford University Press.
- BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loic (1992) - *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- BRAVERMAN, Harry (1974) - *Labor and monopoly capital: the degradation of work in the twentieth century*. New York: Monthly Review Press
- CARCHEDI, Guglielmo (1987) - *Class analysis and social research*. Oxford, Blackwell.
- CARCHEDI, Guglielmo (1977) - *On the economic identification of social classes*. London, Routledge.
- CARMO, Renato (2019) - *Retratos da Precariedade*. Lisboa: Tinta da China
- CABIEDES, Rosario Martín (2007) - O líder tem de transpirar entusiasmo. In DORSCH, Manuel Márquez - *Retratos de liderança*. Porto: Ambar, p.255-266

- CASTELLANO, José María (2007) - A verdadeira sabedoria consiste em ouvir e aprender. In DORSCH, Manuel Márquez - *Retratos de liderança*. Porto: Ambar, p.51-62
- COLEMAN, James (1994) - *Foundations of Social Theory*. Cambridge MA : Belknap Press
- COLEMAN, James (1990) - *Equality and Achievement in Education*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- COLEMAN, James (1988-89) - Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, vol. 94, p.95-120
- COLEMAN, James (1987) - Norms as Social Capital, In RADNITZKY, George ; BERNHOLZ, Peter (org.) - *Economic Imperialism: The Economic Method Applied Outside the Field of Economics*. New York: Paragon House Publishers
- DORSCH, Manuel Márquez (2007) - Princípios de liderança, In DORSCH, Manuel Márquez - *Retratos de liderança*. Porto: Ambar, p.343-364
- DURKHEIM, Émile (2001) - *As regras do método sociológico*, 8ªed. Lisboa: Presença.
- FIELD, John (2009) - *Social capital*. London: Routledge
- FRIEDMAN, Thomas L. (2007) - *The World is Flat: The Globalized World in the Twenty-first Century*. London: Penguin
- FUKUYAMA, Francis (1996) - *Trust: the social virtues and the creation of prosperity*. London: Penguin
- HALPERN, David (2010) - *Social Capital*. Cambridge: Polity Press
- HOOGHE, Marc (2003) - Voluntary Associations and Democratic Attitudes: Value Congruence as a Casual Mechanism. In HOOGHE, Marc; STOLLE, Dietlind (org.) - *Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective*. New York: Palgrave MacMillan, p.89-111
- HOOGHE, Marc; STOLLE, Dietlind (2003) - Introduction: Generating Social Capital. In HOOGHE, Marc; STOLLE, Dietlind (org.) - *Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective*. New York: Palgrave MacMillan, p.1-18
- JAMESON, Fredric (1983) - *The Political Unconscious*. London: Methuen and Company
- LOJKINE, Jean (2002) - *A revolução informacional*. São Paulo: Cortez Editora.
- LOPES, João Teixeira (2001) - Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos

simbólicos. *Sociologia*, 11, p.27-78

MINTZBERG, Henry (2004) - *Estrutura e Dinâmica das Organizações*. 3ª edição. Lisboa: Publicações Dom Quixote

MUZYKA, Dan (2000) - Fostering the entrepreneurial spirit. In BIRLEY, Susan; MUZYKA, Dan - *Mastering Entrepreneurship: your Single-Source Guide to Becoming a Master of Entrepreneurship*. London: Financial Times & Prentice Hall, p.364-370

PUTNAM, Robert (2000) - *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster

PUTNAM, Robert (1996) - Who killed civic America?, *Prospect*, 7 (24), p.66-72

PUTNAM, Robert (1993) - *Making Democracy Work: civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press

STOLLE, Dietlind (2003) - The sources of social capital. In HOOGHE, Marc; STOLLE, Dietlind (org.) - *Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective*. New York: Palgrave MacMillan, p.19-42

TENA, Félix (2007) - Tornámo-nos eficazes porque dotámos de alma o negócio. In DORSCH, Manuel Márquez - *Retratos de liderança*. Porto: Ambar, p.301-311

VANDERMERWE, Sandra (2000) - The boss as a force for change. In BIRLEY, Susan; MUZYKA, Dan - *Mastering Entrepreneurship: your Single-Source Guide to Becoming a Master of Entrepreneurship*. London: Financial Times & Prentice Hall, p.356-364

WHITELEY, P. (1997) - *Economic growth and social capital*. Sheffield: Political Economy Research Centre