

ANTROPOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS: A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DE ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS PARA O ADMINISTRADOR

SMANIOTTO, Edgar Indalecio³

RESUMO

Este artigo pretende fazer análises, reflexões, interpretações e, sobretudo, uma pequena, mas importante revisão bibliográfica da literatura antropológica sobre a cultura organizacional, sugerindo caminhos, para uma antropologia aplicada à administração de empresas.

PALAVRAS-CHAVE: antropologia aplicada, cultura organizacional, administração.

ABSTRACT

This article intends to do analysis, reflections, interpretations, and especially a small but important review of the anthropological literature on organizational culture, suggesting ways for an anthropology applied to business administration.

KEYWORDS: applied anthropology, organizational culture, administration.

1. INTRODUÇÃO

A antropologia nasce como uma ciência essencialmente prática, cujo principal propósito era estudar comunidades não-europeias (Americanas, Africanas, Asiáticas e Oceânicas), a fim de fornecer descrições exatas destes povos, que fossem úteis aos grandes impérios euro-asiáticos (Inglaterra, França e Rússia), e Norte-Americanos (Estados Unidos da América).

³ Filósofo, Mestre e Doutorando em Ciências Sociais, professor de Metodologia Científica dos Cursos de Administração, Pedagogia, Moda e Estilismo da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista (FAIP) e pesquisador de cultura pop. E-mail: professoredgarsmaniotto@gmail.com.

Com o desfalecimento destes impérios mundiais (principalmente Inglaterra), e com a definitiva entrada da antropologia na academia, em grande parte graças as obras de Franz Boas e Bronislaw Malinowsky, a antropologia continua sendo uma ciência alicerçada no trabalho de campo, na ida do antropólogo ao mundo do outro, mas agora a finalidade é acadêmica, e não mais geopolítica. Tanto que um dos grandes antropólogos do século XX, Claude Lévi-Strauss afirma que:

Para muitos etnólogos, e não somente para mim, a vocação etnológica talvez tenha sido mesmo um refúgio contra uma civilização, um século, em que a gente não se sente à vontade. Isso não é válido para todos. Margareth Mead, por exemplo, sentia-se solidário com sua sociedade e com seu tempo. Queria ser útil aos seus contemporâneos. Se por prudência eu às vezes apregoei uma posição análoga, foi da boca para fora (2005, p.103).

Está, entretanto, não é uma posição unanime na antropologia, Roger Bastide, por sua vez, defende sim a existência de uma Antropologia Aplicada, título de uma de suas mais importantes obras. Ele nos diz que:

Uma antropologia aplicada é viável com base na ciência antropológica; apenas, ela é mais complicada que as ciências aplicadas da natureza (BASTIDE, 1979, p. 3-4).

Estudaremos a Antropologia Aplicada menos como uma arte racional a acrescentar-se a uma ciência desinteressada do que como uma ciência em vias de concretizar-se na ação dos grupos e seus esforços para modelar-se ou remodelar-se; uma ciência, por conseguinte, toda ela carregada de juízos de valor ... a Antropologia Aplicada coloca-se em plena luta (BASTIDE, 1979, p. 7-8).

Neste artigo, seguiremos as ideias de Roger Bastide, dando principal ênfase ao papel da antropologia no estudo de organizações. Neste caso, fazendo uma proposta de uma Antropologia Aplicada à Administração de Empresas.

2. O ESTUDO DA CULTURA DE ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS

O estudo da cultura organizacional, com todos os seus valores, mitos e rituais, foi introduzido por Pettigrew (1990/nota 2), segundo Schneider (1990/ nota 2), de

acordo com Cruz, Garcia, Oliveira e Bahia (2005)⁴. O que possibilitou não só o estudo de organizações por parte dos antropólogos, mas também a utilização de conceitos antropológicos por parte dos administradores, como estratégia para que estes possam melhor interpretar, compreender e modificar suas próprias organizações. Tanto que, a antropologia, é hoje, parte da grade dos cursos de Administração de Empresas em todo o Brasil.

Em geral, o estudo da antropologia aplicada a organizações, é justificado, pela existência de um “[...] o fator humano nas organizações, a partir da premissa de que há um mundo próprio do homem nas organizações” (Mascarenhas, 2002, p. 92).

Oliveira, Et al (2005), ressalta que o estudo de organizações empresarias se consolidou, a partir dos anos 1980, devido ao avanço tecnológico japonês, deslocamentos de poder na sociedade atual, o acelerado desenvolvimento econômico e tecnológico da sociedade atual, e o desequilíbrio do poder mundial e crescimento de grandes corporações.

Todos estes fatores geraram problemas de nível cultural para o crescimento das corporações, assim o estudo das organizações passou a ser visto como um tema importante, já que pode oferecer respostas práticas a estes problemas.

Para estudar estas questões, o administrador, como o antropólogo precisa cada vez mais entender o outro e a cultura do outro.

Assim, a antropologia, seja ela “[...] uma busca malinowskiana da experiência, uma paixão straussiana pela ordem, uma ironia cultural benedictiana ou uma reafirmação cultural pritchardiana -, é, acima de tudo, uma apresentação do real[...]” (Geertz , 2002, p. 186).

Para realizar esta apresentação do real, a ficção antropológica, ainda usando uma interpretação de Geertz, pretende fazer de forma objetiva e científica a ponte

⁴ PETIGREW, A. M. On studying organization cultures. In: Administrative Science Quarterly, 24 (4), p. 570-581, 1990. In: SCHNEIDER, B. Organization Climate and culture, San Francisco: Jossey-bass, 1990 Apud. OLIVEIRA, Maria Auxiliadora Monteiro (org.); CRUZ, Rosilene Miranda Barroso da; GARCIA, Fernando Coutinho; BAHIA, Maria Gisélle Marques. **A cultura organizacional nas empresas e na escola**. In: Gestão Educacional: Novos Olhares / Novas Abordagens. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005

entre duas culturas. É o antropólogo, por sua vez, o sujeito que experimenta esta outra cultura e a traduz de forma coerente para ser degustada pelos membros da cultura ocidental.

O historiador da antropologia James Clifford, em seu trabalho “Sobre a Autoridade Etnográfica⁵”, relata a constituição da figura do antropólogo como cientista. Este não deve ser confundido com aquele que faz o trabalho de gabinete. O novo antropólogo, agora um cientista, é aquele que realiza um trabalho de campo e legitima seu texto evocando a sua experiência participante.

Muitas etnografias – por exemplo, a de Colin Turnbull, *Forest people* (1962) – ainda são apresentadas no modo experiencial, defendendo, anteriormente a qualquer hipótese de pesquisa ou método específicos, o “eu estava lá” do etnógrafo como membro integrante e participante (CLIFFORD, 1998, p. 35).

A observação participante seria, nas palavras de James Clifford, uma fórmula para o contínuo vaivém entre o “interior” e o “exterior” dos acontecimentos: de um lado, captando o sentido de ocorrências e gestos específicos, através da empatia, para então buscar situá-los estes em contextos maiores (CLIFFORD, 1998, p. 33).

Calcado na observação participante, nasceu este novo gênero científico e literário, a etnografia, dependente das seguintes inovações institucionais e metodológicas, segundo James Clifford:

Primeiro, a persona do pesquisador de campo foi legitimada, tanto pública quanto profissionalmente... Segundo, era tacitamente aceito que o etnógrafo de novo estilo, cuja estadia no campo raramente excedia a dois anos, e mais freqüentemente era bem curta, podia eficientemente “usar” as línguas nativas mesmo sem dominá-las... Terceiro, a nova etnografia era marcada por uma acentuada ênfase no poder de observação... Quarto, algumas poderosas abstrações teóricas prometiam auxiliar os etnógrafos

⁵ CLIFFORD, James. **Sobre a Autoridade Etnográfica**. In: A Experiência Etnográfica: antropologia e literatura no século XX. Org. José Reginaldo Santos Gonçalves. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

acadêmicos a “chegar ao cerne” de uma cultura mais rapidamente do que alguém, por exemplo, que empreendesse um inventário exaustivo de costumes e crenças... Quinto, uma vez que a cultura, vista como um todo complexo, estava sempre além do alcance numa pesquisa de curta duração, o novo etnógrafo pretendia focalizar tematicamente algumas instituições específicas... Sexto, os todos assim representados tendiam a ser sincrônicos, produtos de uma atividade de pesquisa de curta duração. O pesquisador de campo, operando de modo intensivo, poderia, de forma plausível, traçar o perfil do que se convencionou chamar “presente etnográfico”... (CLIFFORD, 1998, p. 28-30).

Verificamos, então, que tradicionalmente o antropólogo é aquele cientista que pretende escrever uma etnografia e para tanto deve fazer uma observação participante, ou seja, estudar o “outro” e sua cultura. Cultura que pode ser definida, segundo Geertz (1978), como uma teia de significados, que informa ou forma, toda a estrutura da sociedade, produzida e modificada, constantemente, pelas ações individuais e coletivas.

O antropólogo realiza na empresa, o mesmo estudo etnográfico, que realizaria entre tribos indígenas e/ou urbanas. Mas com um propósito diferente, ele não vai à empresa apenas com o propósito acadêmico de construir uma pesquisa. Esta pesquisa deve fornecer ao empresário, geralmente quem está pagando por ela, uma solução prática para certas variáveis que aparecem nas empresas. Afinal a administração é uma disciplina essencialmente prática, e que busca soluções para problemas práticos. Algo que a antropologia aplicada, pode oferecer.

3. O LÍDER TRIBAL

Logan, King e Fischer-Wright (2009), afirmam que toda a empresa é como uma tribo, e, portanto, assim como o antropólogo busca estudar relações de poder nas tribos tradicionais, o administrador, ao ser assessorado por um antropólogo, ou mesmo fazer antropologia, deve buscar uma compreensão deste relacionamento entre os membros da tribo.

Não são poucos, ainda segundo Logan, King e Fischer-Wright (2009), os empresários que ao trocar de companhia fracassam em seu novo ambiente, mesmo tendo tido sucesso anterior na administração de outras corporações. Neste caso, o

que acontece é que o líder, na verdade não conseguiu se inserir na dinâmica de relacionamento da nova tribo.

Em outros casos, como salienta Assens (2008), organizações cujo líder tribal não consegue gerar uma identificação e integração entre todos os seus níveis de funcionários, jamais serão empresas integradoras, e, portanto jamais vai gerar uma plena identificação entre a empresa e os colaboradores. Quando isso não acontece, os empregados jamais vão ser uma vantagem competitiva para a empresa.

Assim o líder tribal esperado é alguém que:

Pode liberar a esteira rolante – e fazê-la correr mais depressa – para grupos inteiros de pessoas, não importa em que estágio estejam. O resultado são locais de trabalho mais eficazes, maior sucesso estratégico, menos estresse e mais diversão... construindo uma organização melhor, em que as pessoas queiram trabalhar e causar impacto (Logan, King e Fischer-Wright, 2009, p. 25).

O sucesso, ou fracasso de uma empresa, estaria inteiramente ligado a um tipo de liderança, que chamamos de liderança tribal, por conseguir transformar a empresa em uma verdadeira tribo corporativa.

CONCLUSÃO

Este artigo faz parte de uma pesquisa em andamento, mas ainda que limitadamente e salvo engano, podemos fazer algumas considerações finais, sobre a antropologia aplicada à administração.

Nota-se que apesar de algumas críticas, a antropologia pode ser sim uma ciência aplicada. Ela também, ao estudar culturas organizacionais, oferece ao administrador respostas e estratégias para melhorar problemas relacionados à gestão empresarial.

Por fim o estudo da antropologia é de suma importância para líderes que desejam tornarem-se líderes tribais, e neste caso, construir uma empresa que consegue gerar uma identificação e integração entre todos os seus níveis de funcionários. Este processo transformará a empresa em uma verdadeira tribo corporativa. Para tanto, a antropologia é indispensável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSENS, Jordi. **Ovos com Bacon**: como aumentar o compromisso dos empregados com a empresa e como administrar seu próprio compromisso como empregado. Trad. Flávia Delgado. São Paulo: Ciranda Cultural; Princípios, 2008.

BASTIDE, Roger. **Antropologia Aplicada**. Trad. Maria Lucia Pereira e J. Guinsburg. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

CLIFFORD, James. **Sobre a Autoridade Etnográfica**. In: A Experiência Etnográfica: antropologia e literatura no século XX. Org. José Reginaldo Santos Gonçalves. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Trad. Fanny Wrobel. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

_____. **OBRAS E VIDAS**: O antropólogo como autor. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **De perto e de longe**. Trad. Léa Mello e Julieta Leite. São Paulo: Cosac Naify, 2005. (Entrevista dada a Didier Eribon)

LOGAN, Dave; KING, John; FISCHER-WRIGHT, Halee. **O Executivo e Sua Tribo**: Lidere sua tribo corporativa e maximize a produtividade e o lucro da empresa. Trad. Magda Lopes. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2009.

MASCARENHAS, André Ofenhejm. **Etnografia e Cultura organizacional**: uma contribuição da antropologia à administração de empresas. RAE - Revista de Administração de Empresas. Abr./Jun. 2002, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 88-94

OLIVEIRA, Maria Auxiliadora Monteiro (org.); CRUZ, Rosilene Miranda Barroso da; GARCIA, Fernando Coutinho; BAHIA, Maria Giselle Marques. **A cultura organizacional nas empresas e na escola**. In: Gestão Educacional: Novos Olhares / Novas Abordagens. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.