

Gestão empresarial baseada em mitos: modelos simbólicos na cultura organizacional

Alberto Alvarães
SBAC – Sociedade Brasileira de Análises Clínicas
alberto@albertoalvaraes.adm.br

RESUMO

Vários autores vêm chamando a atenção para modelos de práticas ou de pessoas que cada vez mais são utilizados por gestores empresariais como soluções prontas em suas decisões. Essas práticas ou pessoas podem ser consideradas como modelos simbólicos para a cultura organizacional assim como mitos são determinantes para a cultura de qualquer grupo. Estabelece-se portanto, como objetivo deste estudo, apresentar reflexões sobre a influência da gestão empresarial baseada em mitos na cultura organizacional. Para tanto, foi desenvolvida a fundamentação teórica inicialmente posicionando o tema em autores da Administração e, posteriormente, sobre mitos e a sua influência na cultura e sobre cultura organizacional. Buscando sustentação às reflexões finais acerca da gestão baseada nesse modelo simbólico, foi desenvolvida uma análise quantitativa de livros vendidos da área de gestão empresarial durante quatro meses a partir da qual foi possível constatar a predominância de busca por obras baseadas nesses mitos e apontar as reflexões pretendidas no objetivo deste estudo.

Palavras-Chave: cultura organizacional; mitos; símbolos; gestão empresarial.

1. INTRODUÇÃO

Parece ser inevitável refletir sobre a intrigante constatação de Galvão (2006), ainda na apresentação de sua obra, sobre as exigências de habilidades e competências que hoje o mercado impõe aos gestores empresariais chamando a atenção para modelos e “receitas” que cada vez mais são utilizados como soluções prontas para os problemas da gestão empresarial:

É admirável observar os bem-sucedidos, mas sabemos o real preço do sucesso. Todos correm tanto para estar sempre devendo alguma coisa. Os perfis de seleção têm sido cada vez mais fortes e apurados. Já não se escrevem teorias gerenciais, estudam-se biografias de bem-sucedidos e existem milhões de publicações com artigos curtos e práticos que procuram dar dicas de como se portar para satisfazer às exigências do mercado (p.V-VI, grifo meu).

Fullan (2009) comenta sobre essa situação constatada por Galvão fazendo alusão aos chamados “gurus da administração” que podem criar tipos especialmente sedutores de dependência. Em sua forma de influência de suposta autoridade o guru “promete às pessoas uma saída do caos que sentem, [...] cultivam discípulos dependentes, em vez de pensadores independentes” (p.108). Fullan (2009) provoca ainda o leitor com os estudos de Anthony Storr, um psiquiatra britânico, que constata que “os gurus precisam de garantia e do sentimento de certeza que o fato de terem discípulos lhes proporciona, para que possam enfrentar as suas próprias dúvidas interiores e deixa-las de lado” (*ibidem*, p.109). Os discípulos dos gurus modernos, “estão procurando o que desejam no lugar errado” (STORR, 1997, *apud ibidem*). A impressão sobre gurus é exposta por outro autor conhecido na área de

Administração de Empresas: Peter Drucker. Para este autor, “as pessoas procuram gurus porque não sabem soletrar charlatão” (FULLAN, 2009, p.109).

Em caminho similar, Pfeffer e Sutton (2006) questionam as ações gerenciais que se baseiam em práticas “de sucesso” implantadas em outras empresas, e que são consideradas modelos, a serem seguidas e aplicadas em qualquer situação de problema ou necessidade o qual, supõe-se, seja semelhante. Neste sentido, chamam a atenção para o que chamam de “práticas de decisão inadequadas” (p.6-13) quais sejam:

1. *benchmarking* informal: a utilização do benchmarking sem o devido critério científico no qual o que se observa é uma “imitação irracional”;
2. fazer o que (parece ter) funcionado antes: quando se aplicam práticas que resolveram problemas no passado, mas que agora podem não funcionar ou carece de adaptações; e
3. seguir ideologias profundamente arraigadas embora não analisadas: quando pessoas estão totalmente tomadas por ideologias ou crenças incorporadas de forma tão profunda que fazem com que a organização adote alguma prática administrativa não porque pareça lógica, mas porque os gerentes “acreditam” que funciona ou pressupõem que impulsionam pessoas e organização ao sucesso.

Para evitar esses erros, Pfeffer e Sutton (2006) apresentam sua teoria de *gerenciamento baseado em evidências*, cujo princípio remonta às pesquisas baseadas em evidências da medicina. Esclarecem esses autores que o principal precursor desse método foi o Dr. David Sackett que na Universidade de McMaster, no Canadá, treinava médicos na avaliação de métodos de pesquisa e desenvolvimento para fazer a triagem de tudo, deixando apenas o que há de melhor em termos de pesquisa. Como resultado, sua equipe descartou 98% dos artigos publicados que apresentavam práticas geralmente obsoletas (p.14-15).

O gerenciamento baseado em evidências é apontado por Pfeffer e Sutton (2006) como uma oportunidade de mudar o modo de pensar e agir de qualquer gestor, tornando-se um novo modo de ver o mundo e pensar sobre a arte de administrar. Este método de gerenciamento parte da premissa de se usar melhor e plenamente a lógica e os fatos permitindo aos líderes realizar melhor o seu trabalho, entender o que funciona ou não e identificar as meias-verdades perigosas que induzem a atitudes absurdas que normalmente são aceitas como o conselho perfeito (p.14). Tal forma de administrar, requer do administrador dois componentes cruciais (p.15):

1. disposição para colocar de lado a crença e a sabedoria convencionais (as meias-verdades) e agir de acordo com os fatos e
2. capacidade de reunir as constatações e informações necessárias para tomar decisões mais coerentes e inteligentes, acompanhando o ritmo da nova evidência, bem como usar as novas evidências para atualizar as práticas.

Robbins (2005) revela preocupação semelhante ao abordar a relação entre crenças e constatações com o que chama de “noções preconcebidas *versus* evidência substantiva” (p.7). Para ele, os estudos relacionados ao comportamento organizacional se diferem dos estudos de disciplinas como cálculo, física, química ou contabilidade na medida em que estas apresentam conceitos, em sua maioria, inquestionáveis por serem claramente comprováveis, enquanto que as explicações dos fenômenos relacionados ao comportamento organizacional são constantemente influenciadas pelas noções preconcebidas existentes na mente humana. Desta forma,

ao contrário de muitas outras disciplinas, o estudo do comportamento organizacional não só introduz o aluno a uma série ampla de conceitos e teorias, como também precisa lidar com muitos ‘fatos’ normalmente aceitos sobre comportamento humano e organizações que ele adquiriu ao longo dos anos (*ibidem*).

As atuais formas de administração baseadas em modelos de práticas e modelos de personalidades que se transformam em pré-concepções e que são questionadas por autores como Pfeffer e Sutton (2006), Fullan (2009), Galvão (2006) e Robbins (2005), contribuem para uma profunda reflexão sobre as atitudes e comportamentos de administradores que promovem a formação de culturas organizacionais baseadas em modelos simbólicos, modelos esses que podem ser classificados como mitos. Na tentativa de definição do conceito de mito, Ulson (1995) o faz sob uma referência a realidades arquetípicas, ou seja, situações a que todo ser humano se depara ao longo de sua vida, decorrentes de sua própria condição. Situações do ser humano como o nascimento, o casamento, o envelhecimento e a morte são explicadas pelos mitos como elementos que promovem transformações psíquicas tanto no nível individual quanto no nível coletivo de uma determinada cultura. Os mitos “revelam e induzem as transformações da energia psíquica que acontecem no inconsciente, seja na sua dimensão pessoal, seja na coletiva” (p.43)

Embora o mito não possa ser considerado como a expressão de uma verdade, isso não necessariamente quer dizer que seja algo sem valor. Os critérios a serem considerados sobre o mito são os seus efeitos e influências sobre o ser humano e a sua sociedade e não sobre a verdade indefinida que o mito representa. Ao conduzir pensamentos, definir o comportamento dos seres humanos orientando-os para as suas questões existenciais e sendo formador integrante da cultura de uma sociedade, o mito pode situar como discutível o conceito de verdade.

A partir dessas exposições iniciais, apresenta-se como objetivo desse estudo apresentar reflexões sobre a influência da gestão empresarial baseada em mitos na cultura organizacional. Em especial, busca-se analisar essa influência nos limites da consideração dos mitos como expressão inquestionável da verdade e como experiência nas análises de evidências.

Ao se desenvolver uma gestão empresarial baseada nesses modelos simbólicos tanto de práticas como de personalidades, pressupõe-se que esses símbolos representam para a organização empresarial o que os mitos representam para a formação da cultura de uma sociedade. Por esse motivo, para atender ao objetivo deste estudo, conceitua-se aqui a *gestão empresarial baseada em mitos* como a forma de administrar baseada nesse tipo de modelo simbólico.

Como caminho metodológico, optou-se pela sustentação teórica no pensamento de Crippa (1975) acerca da influência dos mitos na cultura e nos conceitos de cultura organizacional de Schein (2009). Em seguida, em busca de uma sustentação prática, foi feito um levantamento de obras da área de gestão empresarial vendidas em um determinado período de tempo. Dentre essas obras publicadas, foram identificadas aquelas que apresentam em seu conteúdo propostas de modelos de práticas pré-configuradas e pessoas tidas como referências de atitudes e pensamentos e que podem evidenciar a alusão da prática de gerenciamento baseado em mitos .

2. OS MITOS E A SUA INFLUÊNCIA NA FORMAÇÃO DA CULTURA

Crippa (1975) aprofundou em seus estudos o relacionamento da questão do mito com a cultura. Para ele, a cultura é uma universalidade do espírito humano que não requer a

intervenção criativa do ser humano. Desta forma, sustenta este autor que não é o ser humano que cria a cultura, este é por ela criado, a cultura é uma possibilidade radical de ser humano.

Não há como questionar o fato de que existiram e existem culturas diversas em nosso mundo em todos os tempos. A história de cada uma dessas culturas busca a configuração de uma identidade, uma maneira de ser e de estar ao longo do tempo. Para Crippa (1975), “a História das Civilizações procura fixar e documentar essa diversidade cultural que anima a permanência ou a passagem dos povos na história” (p.10). Para este autor, há uma diversidade de manifestações humanas que determinam modelos que são recebidos de uma anterioridade histórica, são empiricamente indefiníveis, mas à qual tudo é referido. Dentre essas manifestações, além da linguagem, pode-se identificar a maneira de ver e estimar os bens da natureza e do espírito, o culto de Deus ou dos deuses, o cultivo dos gestos, o vestuário, a habitação, a alimentação, as festas e as concepções acerca da vida presente e futura (*ibidem*).

É possível constatar também que o início das histórias dos povos e de suas respectivas culturas é normalmente dedicado aos seus primórdios, no que aconteceu e no que deverá acontecer. São relatos de acontecimentos singulares e únicos nos quais “deuses, semideuses, heróis e homens especiais participam de acontecimentos transcendentais e decisivos, **que modelam e determinam os acontecimentos posteriores**” (*ibidem*, p.12, grifo meu). É comum nessas histórias identificarmos termos como *Assim fizeram os deuses...*, *No princípio foi* (ou *não foi*)..., *No início Deus disse...* Essas iniciativas históricas culminam em conseqüentes modelos que marcam e definem o estilo de um povo, de uma civilização.

Crippa fundamenta boa parte de sua teoria no significado de mito por Malinowski (1926) que o define da seguinte forma:

O mito, quando estudado ao vivo, não é uma explicação destinada a satisfazer uma curiosidade científica, mas uma narrativa que faz reviver uma mentalidade primordial, que satisfaz profundas necessidades religiosas, aspirações morais, pressões e imperativos de ordem social e mesmo exigências práticas. Nas civilizações primitivas, o mito desempenha uma função indispensável: exprime, enaltece e **codifica a crença**; salvaguarda e impõe princípios morais; garante a eficácia do ritual e **oferece regras práticas para a orientação do homem**. O mito, portanto, é um ingrediente vital da civilização humana. Longe de ser uma fabulação vã, ele é, ao contrário, **uma realidade viva**, à qual **se recorre incessantemente**; não é absolutamente uma teoria abstrata ou uma fantasia artística, mas uma verdadeira codificação da religião primitiva e da sabedoria prática (*apud* CRIPPA, 1975, p.16, grifo meu).

Para Crippa, “os mitos oferecem o caminho único para a compreensão do sentido primeiro e derradeiro da cultura” (*ibidem*, p.13) e segue apontando que eles são determinantes na formação dos arquétipos de uma cultura, são os seus modelos radicais. Com os mitos e os mitologemas é possível entrar em contato com as origens de uma cultura, pois os mitos não estão desligados dessas origens, eles propõem e preservam a identidade dos estilos culturais de um povo, fecundam a realidade dos acontecimentos históricos.

Para Eliade (1963, *apud* CRIPPA, 1975, p.17-18), existem cinco aspectos fundamentais do mito resguardando o fato que tal definição se refere ao mito tal qual é vivido pelas sociedades arcaicas. São eles:

1. o mito constitui a história das ações de Entes sobrenaturais;
2. o mito põe essa história como absolutamente verdadeira (referindo-se à realidade) e sagrada (referindo-se à obra dos Entes sobrenaturais);

3. o mito põe sempre uma criação, narrando como alguma coisa veio à existência ou como um comportamento, uma instituição, uma maneira de trabalhar foram inicialmente estabelecidos;
4. o mito é uma revelação: conhecendo o mito, conhecemos a origem das coisas e, em consequência, podemos dominá-las e submetê-las à nossa vontade (não se trata de um conhecimento exterior, abstrato, mas de um conhecimento vivido ritualmente, seja pela narração ritual do mito, seja pela repetição de cena ritual proposta pelo mito e
5. de uma ou de outra maneira o mito é vivido. Somos tomadas pelo poder sagrado, que engrandece os acontecimento rememorados e reatualizados.

A partir do aprofundamento de conceitos iniciais de mito e o seu relacionamento com a formação cultural dos povos, Crippa, segue apontando que o mito é uma experiência singular da realidade que ultrapassa a constatação de fenômenos culturais, psicológicos e históricos. Além da palavra falada, narração ou fábula, o mito é uma proposição da realidade (1975, p.41). Viver uma experiência mítica é experimentar a realidade que se verifica num nível especial da consciência correspondente a uma revelação (uma verdade) do Ser. Além de qualquer tentativa de significado de mitos, “há uma realidade mais profunda de natureza ontológica, determinando uma percepção que pode ser denominada **consciência mítica**, à qual, por sua vez, corresponde um pensamento mítico” (*ibidem*, grifo do autor). Quando se considera que o ser humano é um criador de mitos, na realidade, ele está fazendo referência a esta realidade mais profunda e à percepção dessa consciência mítica que é anterior a qualquer determinação consciente e histórica.

Há, portanto, na consciência humana, uma **estrutura mítica** que se apresenta de maneira independente das atividades conscientes e que corresponde a um núcleo comum da verdade de todos os entes que se impõe por si mesmo ou que se revela naturalmente à própria consciência.

A consciência cria os mitos, mas é ela mesma determinada pelo mítico. A esse mítico deve ser reduzida a possibilidade radical e primordial de ver e pôr a verdade das coisas. Nesta região não há possibilidade de invenção. Ninguém inventa o mito, mas **todos inventam a partir da revelação inicial do mito** (CRIPPA, 1975, p.42, grifo meu).

A esta estrutura mítica, Crippa conceitua como uma incidência irrecusável do Ser, um poder determinante da consciência que não somente abre campos de atividade no mundo do real, mas lhe oferece as formas possíveis das ações. Entretanto, nessa possibilidade, apresenta-se como um erro querer estabelecer a natureza da consciência mítica com critérios validados pela consciência lógica. Crippa (1975, p.44) chama a atenção para o fato de que a consciência lógica divide, classifica, ordena e subordina a realidade. Já a consciência mítica procura compreender as coisas no seu vir-a-ser real, em uma intimidade constitutiva. A consciência mítica é parte da constituição da consciência humana, uma possibilidade de ser, natural ao espírito humano, anterior a qualquer tentativa de formulação lógica, um mundo de possibilidades ilimitadas que advém de diversas manifestações como a arte, a poesia, a música, a organização social e política, a filosofia, a teologia e até dos sistemas científicos.

A consciência mítica antecipa todas as formas da consciência, continuando presente nas formas derivadas na medida em que as proto-formas fazem-se manifestas nas diversas formulações possíveis. A consciência mítica, traduzindo as possibilidades ofertadas pela manifestação original do Ser, propõe os modelos primordiais de todas as formações culturais (*ibidem*).

Tais constatações de Crippa (1975) contribuem neste estudo para o conceito de gestão empresarial baseada em mitos como uma prática que possa vir a influenciar a cultura organizacional. Se pela análise filosófica-antropológica de Crippa (1975), são os mitos que configuram a cultura que, por sua vez, formam o ser humano, pode-se supor que a formação mítica de modelos de práticas ou de pessoas na gestão empresarial, pode ser uma determinante da cultura organizacional que, por sua vez, será referência para a formação de seus gestores. Ou seja, uma formação de pessoas baseada em uma cultura orientada por mitos como um “caminho único para a compreensão do sentido primeiro e derradeiro da cultura” (CRIPPA, 1975, p.13).

3. CULTURA ORGANIZACIONAL: DE FORMADA À FORMADORA

Os conceitos da influência dos mitos na formação da cultura de uma sociedade sob o enfoque da antropologia e da filosofia em Crippa (2005), parecem fazer eco também em conceitos sobre cultura organizacional de alguns autores de gestão empresarial. Schein (2009), ao abordar sobre o relacionamento entre liderança e cultura organizacional, aponta que nem uma nem outra podem ser entendidas por si próprias. Para este autor, o talento único dos líderes é a sua capacidade de entender e trabalhar com a cultura, esta já pré-estabelecida (p.10-11).

Da mesma forma, a proposição de que a diversidade de manifestações humanas que determinam modelos que são recebidos de uma anterioridade histórica e à qual tudo é referido segundo a teoria de Crippa (1975), pode ser de forma semelhante constatada em Schein (2009) ao citar que os membros de uma organização possuem uma história compartilhada e que

qualquer unidade social que tenha algum tipo de história compartilhada terá desenvolvido uma cultura. E a força dessa cultura depende da extensão de sua existência, da estabilidade dos membros do grupo e da intensidade emocional das experiências históricas reais compartilhadas (p.11).

A estabilidade estrutural de uma cultura, tradicionalmente tida como algo que possui grande inércia para mudanças, está centrada no grupo por ela definida. “Quando dizemos que algo é ‘cultural’, afirmamos que não é apenas compartilhado, mas também estável, porque define o grupo. [...] a cultura sobrevive mesmo quando alguns membros deixam a organização” (*ibidem*, p.13). Portanto, a citada inércia para mudanças se justifica pela dificuldade de modificá-la porque os próprios membros do grupo valorizam essa estabilidade, o significado e a previsibilidade da cultura.

Abordando especificamente a formação de uma cultura organizacional, Schein (2009, p.15-16) aponta que quando um empreendedor funda um novo negócio, será possuidor de certas visões, metas, crenças, valores e suposições pessoais sobre como as coisas são e devem ser. Isto será inicialmente imposto ao grupo gerando uma similaridade de pensamentos e valores. Essas ações ainda não podem ser consideradas como a formação de uma cultura, pois o que esse empreendedor conquistará será tão simplesmente a confiança do grupo, um grupo que, possivelmente, se sentirá bem sobre seus relacionamentos mútuos reforçando as crenças e valores do fundador. Esse sentimento de confiança e o bom relacionamento entre os membros do grupo farão com que um processo de formação cultural se desenvolva ao redor desse empreendedor. Com este reforço continuado, o grupo se tornará cada vez mais consciente de suas crenças e valores e passará a tratá-las cada vez mais como suposições não negociáveis. Na continuidade, essas suposições passam a ser encaradas como verdadeiras e como a expressão de identidade de um grupo. Os novos integrantes do grupo receberão esses ensinamentos de como pensar, sentir e agir e serão e suas ações e seus comportamentos serão definidos a partir de uma cultura já existente, comum à coletividade. Esse processo indica

uma sustentação do que Crippa (1975, p.12), em sua definição de cultura, conceitua como relatos de acontecimentos singulares e únicos nos quais personagens como heróis e homens especiais participam de acontecimentos transcendentais e decisivos, que modelam e determinam os acontecimentos posteriores.

É possível constatar, com o exposto até aqui, uma relevante aplicabilidade do conceito de mitos aos conceitos de formação da cultura organizacional. No âmbito da cultura organizacional, vários autores compartilham que quando um grupo forma a sua cultura, os elementos dessa cultura são transmitidos às novas gerações de membros do grupo (LOUIS, 1980; SCHEIN, 1968; VAN MAANEN, 1976; VAN MAANEN e SCHEIN, 1979 *apud* SCHEIN, 2009, p.17). Tal pensamento, corrobora com alguns princípios básicos sobre mitos como o de Crippa (1975, p.13) de que mitos possibilitam o contato com as origens de uma cultura, pois estes não estão desligados dessas origens e preservam a identidade dos estilos culturais de um povo, fecundando a realidade dos acontecimentos históricos.

A partir da fundamentação teórica desenvolvida até aqui envolvendo a relação entre cultura organizacional e os mitos presentes nesta cultura como elemento determinante de sua formação, pretende-se apresentar algumas evidências, do que neste estudo se conceituou como *gestão empresarial baseada em mitos* na cultura organizacional, a fim de se desenvolver contribuições para a apresentação de reflexões sobre este tema, escopo do presente objetivo de estudo.

4. GESTÃO EMPRESARIAL BASEADA EM MITOS: EVIDÊNCIAS A PARTIR DA ANÁLISE DE OBRAS EM ADMINISTRAÇÃO

Estudos mais profundos com o objetivo de identificar a presença simbólica do mito na cultura organizacional poderiam levar o presente estudo a limites e a subjetividades que se afastariam de seu escopo. Consciente dessa situação, este autor optou por fazer um levantamento de obras, dentre as publicadas da área de gestão empresarial, que apresentam em seu conteúdo evidências de propostas de modelos de práticas pré-configuradas e pessoas tidas como referências de atitudes e pensamentos que podem evidenciar a alusão da prática do gerenciamento baseado em mitos .

Foram pesquisados três sites de vendas de livros que funcionam no ambiente da *internet*, ou, conforme são classificados comercialmente, livrarias virtuais . Na escolha destas livrarias virtuais foram considerados os seguintes critérios: a) livrarias sem especialização de áreas, ou seja, que não sejam dirigidas a um público-alvo específico diminuindo assim a possibilidade de análises sobre preferências de procura dos seus clientes; b) livrarias com maiores volumes de vendas no mercado para aumentar a precisão dos números levantados e c) livrarias que possuam uma área claramente segmentada na administração e/ou negócios que neste trabalho será chamada reduzidamente de área de Administração. Além disso, foram identificadas as livrarias virtuais pertencentes a um mesmo grupo empresarial e que utilizam a mesma central de estoque. Nestes casos identificados, os dados foram levantados apenas em uma das livrarias do grupo para evitar duplicidade no levantamento de dados.

Neste levantamento, foram buscados os 20 livros mais vendidos em cada livraria na área de Administração. As análises foram elaboradas durante os meses de janeiro à abril de 2010 não sendo constatadas variações significativas neste período e sendo utilizada a média aritmética destes números que eram levantados semanalmente. Os sites dessas livrarias pesquisados permitiram esse tipo de filtro segundo dois critérios: a) os mais vendidos e b) na área de Administração. Cada livro foi classificado em uma das seguintes abordagens apresentadas no quadro 1 conforme o seu conteúdo identificado neste estudo.

<i>Abordagem do livro</i>	<i>Característica</i>
Baseado em personalidade	Livro que se baseia em experiências e práticas de uma determinada pessoa ou em um grupo de pessoas os quais são considerados como exemplo de atitudes ou pensamentos.
Baseado em modelo de gestão	Livro que se baseia em experiências de casos desenvolvidos ou analisados em empresas considerados como exemplo de sucesso.
Baseado em princípios básicos de Administração	Livro que se baseia em conceitos da área de Administração sem fazer alusão direta a personalidades ou modelos.
Não classificado	Livro cujo conteúdo não pôde ser classificado nas abordagens anteriores.

Quadro 1 – Classificação das abordagens dos livros utilizada no estudo
Fonte: do autor

A consolidação desse levantamento está apresentada na tabela 1. As livrarias são identificadas por letras por não ser significativa, neste estudo, a apresentação de seus nomes.

Tabela 1 – Consolidação das abordagens dos livros mais vendidos na área de Administração

Livraria Virtual	Baseado em personalidade	Baseado em modelo de gestão	Baseado em princípios básicos de Administração	Não classificado	Total
A	9	6	1	4	20
B	10	5	2	3	20
C	10	9	1	0	20
Média	9,7	6,7	1,3	2,3	20
Percentual	48%	33%	7%	12%	100%

Fonte: do autor a partir dos dados colhidos nas livrarias virtuais

A partir dos dados consolidados na tabela 1, é possível observar uma predominância de procura por livros que abordam personalidades, pessoas que se apresentam ou que são apresentadas como exemplo de atitudes ou pensamentos. Os livros baseados em modelos de gestão também se apresentam com relevante procura. Ao se comparar o levantamento de busca do conjunto de livros baseados em personalidades e livros baseados em modelos de gestão com os livros baseados em princípios básicos de administração, é possível perceber uma relevante diferença conforme demonstrada no gráfico 1.

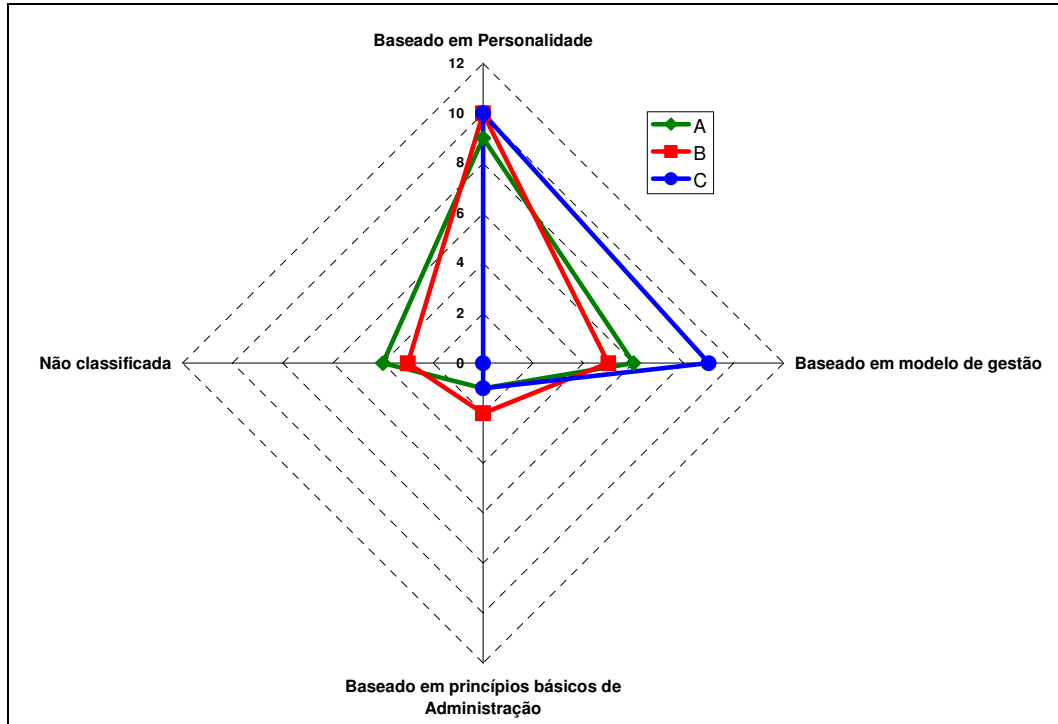


Gráfico 1 - Consolidação das abordagens dos livros mais vendidos na área de Administração
Fonte: do autor a partir dos dados da tabela 1

No gráfico 2, são apresentados dois grupos de levantamentos de vendas de livros: os livros aqui classificados como baseados em mitos (personalidades e modelos de gestão) e os demais. Pode-se, neste gráfico, notar uma relevante diferença entre esses dois grupos, apontando uma maior procura por livros cujo conteúdo é baseado em mitos.

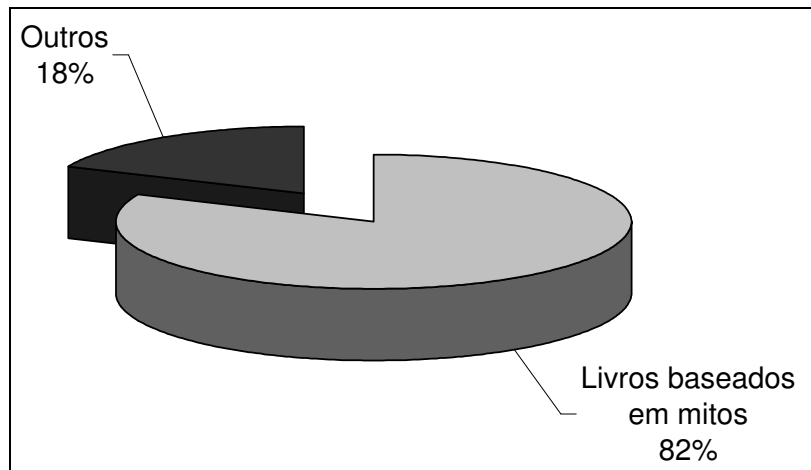


Gráfico 2 – comparativo de vendas entre livros baseados em mitos e outro
Fonte: do autor a partir dos dados da tabela 1

Essas constatações apontam relevantes evidências à tendência de gestores para uma gestão empresarial baseada em mitos, uma vez que são apresentadas na maioria dessas obras pesquisadas, conteúdos com propostas de modelos de práticas pré-configuradas ou pessoas tidas como referências de atitudes e pensamentos. Tais evidências são exploradas mais detalhadamente nas considerações finais, a seguir.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As constatações da gestão empresarial baseada em mitos levantadas neste estudo, vêm ao encontro das preocupações de vários autores sobre a gestão menos baseada em evidências e mais baseada em modelos de práticas ou modelos de personalidades (PFEFFER e SUTTON, 2006; FULLAN, 2009; GALVÃO, 2006 e ROBBINS, 2005). A relevante maior procura por obras na área de Administração que apresentam mitos em forma de práticas e de personalidades parecem ser fortes indícios para uma predominância atual de formação de culturas organizacionais baseadas nestes símbolos. A pura imitação destes modelos prontos pode se transformar em inibidores naturais de habilidades e competências tão exigidas na seleção de gestores e tão aprofundadas em sua formação acadêmica como a criatividade, a iniciativa, o planejamento, a capacidade de assumir riscos, a visão generalista, a audácia, a ambição, a capacidade de síntese e a intuição (ANDRADE e AMBONI, 2005, p.36-37). A presença de símbolos mitológicos no inconsciente coletivo dos gestores e demais funcionários submetidos a uma cultura organizacional se apresenta como inevitável, pois inevitável é a negação do mito como formador da cultura (CRIPPA, 1975). Entretanto, em uma área como a gestão empresarial, seguir uma gestão empresarial baseada em mitos tendo estes como dogmas inquestionáveis pode ser uma contradição com esta área que fundamentalmente busca fatos e evidências para tomadas de decisões racionais, decisões essas cuja qualidade vai determinar os resultados no desempenho das empresas (SOBRAL e PECCI, 2008, p.96).

Esta pesquisa não busca combater, diminuir a importância ou desconsiderar os mitos que formam a cultura organizacional o que para Crippa (1975) e Schein (2009) seria impossível. Ao contrário, os mitos podem ser considerados como experiências e oportunidades nas análises das decisões empresariais. Busca-se aqui tão somente apresentar reflexões sobre as influências desses mitos na gestão empresarial, em especial, nos limites que podem posicioná-los como expressão inquestionável da verdade ou como experiências nas análises de evidências que rodeiam as decisões diárias dos gestores. Tais reflexões são: 1) Em que medida, a gestão empresarial considera um determinado mito (personalidade ou prática) como determinante e não como experiência a ser estudada para uma determinada decisão? 2) Quando a situação apresentada por um mito é similar ou aplicável para um problema empresarial específico? 3) Até que ponto uma decisão baseada em mitos não passa de uma simples “imitação irracional” (PFEFFER e SUTTON, 2006) sem critérios de análise? 4) O quanto uma decisão empresarial está baseada em crenças mitológicas de gestores que não desenvolvem análises racionais? E 5) em que medida os gestores buscam evidências para fundamentar suas decisões e reconfigurar (ou confirmar) um determinado mito?

Como já declarado, procura-se com essas reflexões não desconsiderar a importância do mito na gestão empresarial, mas revelar as possíveis conseqüências de uma gestão empresarial baseada em mitos sem critérios e sem o ímpeto analítico. Em paralelo, dada a importância da cultura organizacional e da indissociabilidade desta dos mitos, podem ser estes importantes fontes de experiência desde que a atitude racional dos gestores não despreze as evidências de cada situação vivida no dia-a-dia das organizações para que estas possam formar a sua própria identidade de cultura organizacional .

6. REFERÊNCIAS

ANDRADE, R.; AMBONI, N.. Gestão de cursos de Administração: metodologia e diretrizes curriculares. São Paulo: Pearson, 2005.

CRIPPA, A.. Mito e Cultura. São Paulo: Convívio, 1975

FULLAN, M.. O significado da mudança educacional. 4ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GALVÃO, M.. Gravatas de Pedra: Competências, Mitos e Heróis. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006

PFEFFER, J.; SUTTON, R. I. A verdade dos fatos: gerenciamento baseado em evidências. São Paulo: Campus, 2006

ROBBINS, S. P. Comportamento Organizacional. 11ª ed. São Paulo: Pearson, 2005.

SCHEIN, E. H. Cultura Organizacional e Liderança. São Paulo: Atlas, 2009.

SOBRAL, F.; PECCI, A. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson, 2008.

ULSON, G. Mitos escatológicos gregos *In*: BOECHAT, Walter (org.). Mitos e arquétipos do homem contemporâneo. 2ª ed. Petrópolis: Vozes 1995