

A qualificação profissional nas empresas: Reflexões em torno das identidades sociais, nacionalidades e culturas empresariais

*Alcides Fernando Gussi**

Resumo: Este artigo tem por objetivo apresentar um conjunto de reflexões teóricas, a partir da antropologia social, acerca da construção das identidades sociais e das nacionalidades no universo empresarial. Tais reflexões buscam compreender a construção do conceito de qualificação profissional nas empresas, que vem se transformando no contexto de reestruturação produtiva mais amplo do capitalismo contemporâneo. Essas discussões pretendem encaminhar a proposta de se realizar uma pesquisa etnográfica em uma empresa (uma descrição densa, nos dizeres Geertz) como forma de compreender como os diversos agentes sociais empiricamente constroem as suas práticas e representações em torno da qualificação, verificando, sobretudo, as políticas de treinamento e formação profissional das empresas. Pretendo desenvolver essa proposta etnográfica, em minha pesquisa de doutorado em torno de empresas transnacionais espanholas que atuam no Brasil.

Palavras-chaves: Etnografia, identidades sociais, nacionalidades, culturas empresariais, qualificação profissional.

Abstract: This article has for objective to present a group of theoretical reflections, starting from the social anthropology, concerning the construction of the social identities and of the nationalities in the managerial universe. Such reflections look for to understand the construction of the concept of professional qualification in the companies that it comes transforming itself in the wider context of productive restructuring of the contemporary capitalism. Those discussions intend to guide the proposal of taking effect a ethnographical research in a company (a dense description, as tell us Geertz) as form of understanding like the several agents social empirically construct his practices and representations around the qualification, verifying, above all, the training politics and professional formation of the companies. That proposed ethnographical intends to develop in my doctorate research around spanish transnational companies that act in Brazil.

Word-keys: Ethnography, social identities, nationalities, managerial cultures, professional qualification.

Doutorando da Faculdade de Educação da Unicamp; Doutorando da IFCH - UNICAMP; Pesquisador do Grupo de Culturas Empresariais Brasileiras SFCH - Unicamp.

Introdução

Este artigo constitui um conjunto de reflexões teóricas, que tem como foco disciplinar a antropologia, sobre as construções das identidades étnicas e nacionais no universo empresarial, visando oferecer uma contribuição para (re)pensar o conceito de qualificação profissional nas empresas.¹ Entendo que uma empresa tem o seu papel na formação das pessoas, sendo também responsável pela sua formação educacional, e o que pretendo aqui, ao trazer essas reflexões, é aproximar o fato cultural e educação na empresa.

Considerando o fato de que as empresas, com maior ou menor intensidade, estão passando por experiências de mudanças de gestão no contexto de reestruturação mais ampla do capitalismo contemporâneo, como decorrência, dentre outros aspectos, de uma maior competitividade em uma economia globalizada, parto da idéia central de que as empresas respondem, de maneiras diversas, às experiências de mudanças de gestão, porque essas últimas são mediadas por variáveis identitárias (étnicas, de gênero, idade ou profissional) e nacionais, o que resultaria em formas de gestão distintas.

Pretendo refletir em que medida essas variáveis identitário-nacionais implicariam a constituição de práticas e de representações sobre a qualificação profissional nas empresas que, por sua vez, circunscrevem a implementação de políticas de treinamento e formação profissional.

Este artigo está dividido em sessões, nas quais analisarei: 1) a abordagem da lógica cultural do universo empresarial; 2) o tema da reconstrução das identidades sociais e das nacionalidades e sua relação com as culturas empresariais; 3) a emergência das identidades sociais no contexto de mudanças da chamada “sociedade pós-industrial”; 4) como essas identidades vêm se construindo no universo empresarial; e, finalmente, 5) farei algumas considerações sobre a importância das reflexões realizadas para analisar a qualificação profissional nas empresas, propondo a realização de pesquisas etnográficas em torno do tema.

A lógica cultural na empresa

Preliminarmente, volto minha observação para esse micro-espço que é a empresa. Entendo que os agentes sociais de uma empresa produzem ações e representações sobre suas práticas, quer dizer, elaboram e reelaboram uma cultura construída em um espaço/tempo contextualizados: são as culturas empresariais.² Essas culturas não são construídas exclusivamente pelo consenso, e nem mesmo são o resultado da ação administrativa dos gestores das empresas (não se trata da *cultura do empresário*).³ Elas são elaboradas nos múltiplos conflitos, entre os distintos grupos sociais de uma empresa, mediados simbolicamente por seus interesses de classe, gênero, étnicos e nacionais.⁴

Nesse sentido, ao levar em conta os múltiplos conflitos, compreendo a empresa como um espaço de poder, onde se configurariam processos de decisão que não são dados *a priori*, mas são construídos pelos atores inseridos em um contexto social mais amplo.⁵

1 Trata-se aqui da problematização teórica em torno da pesquisa que pretendo desenvolver em torno de empresas transnacionais espanholas que atuam no Brasil, simultaneamente para o doutorado em Educação, da Faculdade de Educação da UNICAMP, no Grupo Cultural Organizacional, Trabalho e Educação, e para o doutorado em ciências sociais do IFCH-UNICAMP, sob a orientação do prof. dr. Guillermo Raúl Ruben e co-orientação da profa. dra. Maria Clara de Sá Germano.

2 Inspiro-me no conceito de cultura elaborado por Geertz (1989).

3 Esse conceito de *culturas empresariais* distancia-se do mesmo conceito utilizado nas ciências administrativas (Fleury, 1987, 1989; Freitas, 1989). Para os pontos de aproximação e distanciamento entre a antropologia e a administração remeto a Coelho Jr. (1996, 1996a, 1997).

4 Remeto, para o tema do conflito nos estudos antropológicos, à chamada escola de Manchester, Gluckman (1970;1987); Turner (1967).

5 V. Pepin, N. (1998).

Mas como se justifica a tomada de foco para uma dimensão simbólica das empresas nesse momento histórico?

As empresas ocidentais e, especificamente, as brasileiras, vêm passando, nas últimas duas décadas, por inúmeras experiências de reestruturação. O êxito do modelo japonês de produção e o desenvolvimento dos processos de globalização econômica refletiram-se, nas empresas, com a introdução de formas de organização diferenciadas dos pressupostos do taylorismo-fordismo, como, por exemplo, o toyotismo e suas traduções mais recentes, que vêm recebendo denominações diversas, como reengenharia, programas de qualidade total, ISO 9000, etc. Geralmente, essas experiências vêm acompanhadas de tentativas de se estabelecerem formas de gestão mais flexíveis, nas quais procedimentos decisórios seriam, em tese, mais democráticos, mais participativos.

O discurso da lógica empresarial, que pretende justificar a implementação da reestruturação produtiva e de novas experiências de gestão, atenderia à necessidade de adequação da produção a um mercado que se revela cada vez mais globalizado e competitivo nos últimos tempos; portanto, essa lógica empresarial circunscrever-se-ia a uma lógica estritamente econômica.⁶

Essa lógica empresarial teria como pressuposto a homogeneização cultural e, dessa maneira, se implementam as novas experiências de gestão – que se inspiram em modelos que têm sua razão de ser dentro de uma determinada cultura nacional, como a japonesa, por exemplo⁷ – simplesmente para atender à lógica do mercado, desconsiderando as particularidades identitárias e nacionais.

O que proponho é pensar uma outra lógica para refletir a empresa no mundo contemporâneo. Essa lógica levaria em conta a emergência de identidades sociais que revelam a heterogeneidade das culturas, e que se faz em curso no mundo contemporâneo em contraposição a processos mais globais. O que proponho é enfocar a lógica cultural, a dimensão simbólica, na empresa.

A minha hipótese seria a de que culturas empresariais diversificadas poderiam constituir modos de gestão, de participação nos processos decisórios, que seriam também diversificados. E entendo que, para pensar essa hipótese, as variáveis identitárias e nacionais, a serem observadas na empresa, são estratégicas porque elas permitem localizar, em um contexto social e histórico, formas de gestão distintas, possibilitando verificar a existência de diferentes conduções do gerenciamento na empresa.

Identidades sociais, nacionalidades e culturas empresariais

Para discutir essa hipótese, situo as discussões sobre o tema da reconstrução das identidades sociais no mundo contemporâneo, que venho realizando desde o mestrado em antropologia na UNICAMP (Gussi, 1997).⁸

Na gênese da teoria da identidade na antropologia, a diversidade dos grupos humanos é pensada através do conceito de etnicidade e não através do conceito de cultura. Em uma perspectiva interacionista, Barth (1969) distingue os grupos étnicos como categorias adscritivas e de identificação que se manifestam em uma situação de contato entre os grupos humanos, as *fronteiras étnicas*; os grupos étnicos seriam considerados como formas de organização social.

Apoiando-se em Barth, Cardoso de Oliveira (1976) afirma que a identidade étnica é contrastiva e situacional, ou seja, caracteriza-se por oposição: é a afirmação do *nós* diante dos *outros*, um conjunto de representações de que um grupo faz uso em uma situação de confronto interétnico.

6 Nesse aspecto, a contribuição da antropologia foi a de formular reflexões sobre a natureza simbólica dessa lógica econômica (Sahlins, 1979).

7 V. Corlat (1994).

8 Na dissertação de mestrado em antropologia social, analisei a construção e reformulação das identidades e memórias dos descendentes de imigrantes norte-americanos do século passado nas localidades de Americana e Santa Bárbara d'Oeste.

Partindo dessa definição, a antropologia realizou diversos estudos de identidades sobre minorias étnicas, sexuais, grupos urbanos, camponeses, etc. Todavia, a operacionalização dessa noção de identidade, amplamente utilizada, põe em risco o próprio conceito.

A aproximação dos conceitos de identidade e cultura problematiza a própria teoria da identidade. Segundo essa teoria, a cultura é considerada como o irredutível dos grupos humanos, ao mesmo tempo que a identidade se configuraria na confrontação, em que os grupos humanos escolhem traços que buscam no repertório cultural de origem. Mas, quando assim o fazem, os grupos atribuem constantemente significados à sua cultura de origem, e isto põe em dúvida o próprio conceito de identidade, questionando-se sua realidade empírica: seria uma *ilusão identitária*? (Carneiro da Cunha: 1977, 1985)

Como, então, refletir sobre o caráter distintivo dos grupos humanos se estes escolhem traços para distingui-los em diferentes negociações, historicamente contextualizadas, com outros grupos se, nas palavras de Lévi-Strauss (1986, p. 152): *não há quem possa prever que escolhas e nem para que fins*. A irredutibilidade não estaria nas próprias escolhas dos traços distintivos?

Nesse sentido, parto de uma noção de identidade considerada em seu aspecto fluido e historicizado (Gussi, 1997). Com isso, afasto-me da noção de irredutibilidade que o conceito de identidade social encerra, quando se procura definir as marcas dos grupos sociais que permanecem ao longo do tempo, e que imprime a esse conceito uma limitação na medida em que esse não permite compreender a grande diversidade dos processos sociais contemporâneos. (Ruben, 1988, 1992)

Por sua vez, estabeleço também um diálogo com estudos contemporâneos sobre nacionalismo (Gellner, 1983; Anderson, 1983; Hobsbawn, 1990). Esses estudos vêm apontando para o caráter da *invenção da idéia de nação* em torno de uma história unilateral e seletiva. Decorre daí que os símbolos que definiriam uma identidade nacional são circunstanciais e resignificados ao longo do tempo, podendo-se mesmo pensar, como Renan (1992) que *a nação é um plebiscito de todos os dias*.

E pode-se levar em conta ainda que os movimentos transnacionais contemporâneos vêm reforçando mudanças sobre o significado do que vem a ser uma identidade nacional; segundo Habermas (1989), é a própria consciência histórica nacional que se encontra problematizada em um contexto que caminha para a universalização da democracia e dos direitos constitucionais dos povos. Nesse sentido, para Habermas, percebe-se uma consciência pós-tradicional onde os indivíduos assumem a responsabilidade pública de continuar ou não com a tradição através das gerações. Tomando como exemplo a Alemanha atual, Habermas se pergunta: *queremos ou não ser de outra maneira?*

Da mesma forma, quando se pensa no caráter fluido e historicizado das identidades e das nacionalidades, pode-se refletir também sobre o que vem a ser culturas empresariais. Poderia se pensar as culturas empresariais como categorias analíticas excessivamente fluidas, tanto quanto se pensam as identidades desprovidas de um irredutível que as constituiriam. Assim, considerar práticas empresariais associadas a uma identidade, por exemplo, brasileira, presente na realização dos negócios, seria, antes, refleti-las como práticas que podem ser construídas a partir de uma potencialidade etnográfica infinda, e que poderá ser detectada apenas com uma criteriosa análise das relações de poder subjacentes às configurações históricas em que se negociam estas práticas, como ocorre atualmente no contexto da globalização. As culturas empresariais seriam, portanto, configurações provisórias. (Gussi e Castro, 1995)

Identidades na sociedade pós-industrial

A partir dessas reflexões acerca das identidades e das nacionalidades, pretendo discutir com o pensamento sociológico, que vem possibilitando refletir a construção das identidades sociais no contexto de mudanças gerais do mundo contemporâneo e, particularmente, no contexto da empresa. Essa

discussão permite relacionar processos locais – as construções das identidades sociais nas empresas – a processos globais.

A questão central é se (e como) as identidades sociais estariam se reconfigurando no contexto de mudanças das sociedades contemporâneas. Essas mudanças, que em seu conjunto definiriam, segundo Touraine (1969), a *sociedade pós-industrial*, vêm constituindo, como se sabe, à luz dos acontecimentos históricos das últimas décadas, novas formas de relações sociais. Mas, de que modo elas também viriam permitir a (re)constituição das identidades sociais?

Para responder a essas perguntas, procuro estabelecer um diálogo com Alan Touraine e Daniel Bell, que discutem a sociedade pós-industrial. Ainda que esses sociólogos cerquem o tema das identidades sociais de maneira residual, eles vêm sugerindo algumas pistas.

Touraine – que arqueologicamente cunha o termo *sociedade pós-industrial* – não define identidades pré-constituídas, mas, para esse autor, elas se constituiriam na negociação, no conflito, nos movimentos sociais. Todavia, constata que os movimentos sociais estão em mudança na sociedade pós-industrial contra novas formas de poder, de alienação, que não chegam a excluir os grupos sociais, mas os *integra, manipula e agride*. E decorre então, que, nesse contexto, antigos movimentos sociais, como o sindicalismo, por exemplo, incorporam outras demandas. Daí a necessidade de se pensar as questões de etnia, gênero e nacionalidades, por exemplo.

Um outro sociólogo, Bell (1973), não se preocupa com o tema das identidades sociais – mas desloca o seu debate para a questão da ética. Bell identifica a decadência de uma ética baseada nos valores da produção, do trabalho; isso porque a sociedade atual, voltada para o consumo e para o bem-estar individual, prezando valores mais voltados para o eu, vem questionando essa ética tradicional. Daí se impõe a necessidade da sociedade criar uma outra ética, transcendental e utópica, que substitua a anterior.

Pode-se falar que, para Bell, essa outra ética, que estaria em construção, é que deveria orientar a ação dos grupos sociais; e os grupos se definiriam – utopicamente – orientados por essa ética. Falaríamos em Bell, não de identidades, mas sim, de eticidades. Essa idéia de Bell me instiga a pensar como se daria a negociação entre essa ética mais universal e outra que é particular dos grupos sociais, e que é ancorada na tradição porque, a meu ver, é no momento da negociação dos valores entre o particular e o universal que os grupos sociais se identificariam.⁹

Diferentemente de Touraine, que perpassa a questão das identidades subliminarmente, e de Bell, que prefere falar em ética, Castells (1995) lida diretamente com a questão da constituição das identidades sociais, e também das nacionalidades, no contexto das mudanças contemporâneas; e, dentre os três autores apresentados, é o que me vem suscitando mais questões. Castells escreve, vinte anos depois das teorias da sociedade pós-industrial de Touraine e Bell, atualizando essas teorias à luz dos acontecimentos desse tempo decorrido. E parte justamente de uma crítica ao etnocentrismo de Touraine e Bell que, segundo ele, não deram conta de pensar a sociedade pós-industrial fora do eixo da sociedade ocidental.

Em uma outra perspectiva, Castells (1995) cunha o termo *sociedade informacional*, que acredita que possa responder melhor às mudanças estruturais contemporâneas. Essa estrutura seria cada vez mais global, atrelada à dinâmica da economia, embora cada sociedade responda diferentemente a esta dinâmica segundo a sua capacidade de utilizar tecnologias de informática e de absorver fluxos de informação e comunicação. E é a economia, ela própria, que integra seletivamente as sociedades

9 Cardoso de Oliveira (1996) propõe que, a partir do contato intercultural, se estabeleça uma relação dialógica que busque instituir *novas normas*, ou seja, uma nova moralidade; esta não estaria apenas atrelada ao seu caráter particularista, mas sim articula-se a uma ética universalista – por exemplo, a dos direitos humanos (pp. 22-4). Desse modo, refere-se à noção de eticidade para referir à etnicidade.

através do acesso (ou não) a uma rede de saber e informação. Para compreender esta dinâmica, lança mão do que chama de um novo paradigma teórico: a *sociedade de fluxos*. Ela estaria atrelada às trocas dentro de redes de informações, muito em função da tecnologia da informática, sendo que a posição dos atores sociais depende da posição e da reação diante dessa rede.

Para Castells, os atores sociais posicionam-se e reagem diante dessa sociedade de fluxos através da afirmação de suas identidades sociais. Essas estão vinculadas à dinâmica da ação coletiva e são reveladas através de uma lógica simbólica que se apresenta diante dos fluxos pelas comunidades étnicas, locais, de gênero, etc. Diante de uma sociedade *definida pela inovação, pela flexibilidade e impresivibilidade*, há uma constante *reestruturação das personalidades* na vida cotidiana, ao contrário da definição de papéis sociais – estigmas, como diria Gofman. Castells pergunta, então, como se poderia aliar os fluxos, que conduzem as identidades para uma racionalidade *abstrata e a-histórica*, às identidades *irredutíveis* dos grupos sociais. Para ele, a resposta pode estar na reconstrução de identidades nacionais.

A meu ver pode-se pensar, todavia, que Castells, ainda que considere a constante *reestruturação das personalidades*, tem uma concepção de identidades como sendo *o irredutível dos grupos humanos*. Entretanto, quando se considera um caráter fluido, historicizado, portanto cambiante, das identidades sociais – desprovidas de um irredutível que as constituiriam, como venho refletindo – a pergunta de Castells daria margem para se elaborar uma outra idéia. Do meu ponto de vista, as identidades sociais não se oporiam aos fluxos, mas eles – identidades e fluxos – se justapõem: os atores sociais resignificariam simbolicamente seus critérios de identificação no contexto da sociedade informacional.

Identidades sociais no universo empresarial

Considerando as idéias dos sociólogos de que as identidades sociais vêm se (re)construindo na sociedade pós-industrial, pergunto como essas identidades se constituiriam no universo da empresa. Considerando as mudanças estruturais pelas quais passam as sociedades atuais, os grupos sociais na empresa vêm interferindo na condução da sua gestão? Experiências de gestão mais democráticas poderiam estar sendo viabilizadas nesse contexto? Novamente, retomo às idéias dos sociólogos para procurar pistas para essas perguntas.

Touraine (1969) atribui uma certa possibilidade de participação dependente, e limitada, dos grupos sociais, que permite uma redução dos conflitos em uma sociedade de alienação. Por revés, pode-se pensar que novos movimentos sociais ampliam a participação dos grupos sociais – uma participação sem alienação – como novas formas de estratégias de poder. Assim, considerar apenas a participação dos trabalhadores na organização de empresa, para Touraine, não bastaria, *se não se considera esta participação como uma virada estratégica em seu conflito com os dirigentes da empresa*. (p. 11)

Bell (1973) refere-se, de passagem, ao universo empresarial. E identifica as empresas como o espaço de permanência da *legitimidade tradicional da propriedade e do trabalho* porque *produzem bens materiais com maior eficiência que outros modos de produção* (p. 531); ou seja, as empresas seriam o universo privilegiado de uma ética tradicional, da propriedade e do trabalho.

Mas, seriam ainda as empresas um universo privilegiado de permanência de uma ética tradicional na sociedade pós-industrial? Ou a necessidade do estabelecimento de outra ética – em decorrência das transformações que levam à estruturação de uma sociedade tecnocrática, de que fala Bell – implicaria mudanças nas negociações entre os atores sociais na empresa, conduzindo a outras experiências de gestão? E poderíamos dizer que experiências mais democráticas de gestão caminhariam no sentido de se estabelecer essa nova ética, de que fala Bell?

No que se refere a Castells (1995), esse sociólogo entende que a nossa sociedade não mais se estrutura no trabalho, no mesmo sentido de Touraine e Bell. Todavia, questiona que os últimos não

deram conta de verificar *as diferenciações internas das atividades de serviços, a especialização das atividades informacionais e geradoras de saber* (p. 341), mesmo porque essas diferenciações intensificaram-se justamente com a revolução da informática, portanto, com a economia informacional nas duas últimas décadas. Essas diferenciações levariam à constituição de novas identidades sociais no mundo do trabalho.

Todavia, para Castells, a possibilidade de constituição de novas identidades estaria na capacidade das sociedades se posicionarem diante de *um fluxo no sistema global de redes* (p. 351). Às empresas caberia, para se posicionar diante dessas redes de fluxos, procurar mudanças de gestão: *uma melhor direção, uma melhor estratégia de marketing, um pessoal melhor formado, um melhor acesso às redes de fornecedores, uma melhor tecnologia, etc.* (p. 351) E Castells também conclui, no sentido de pensar as nacionalidades, a partir de observações em multinacionais, que *os pontos nodais do espaço dos fluxos se constroem ao redor de identidades nacionais e elites dirigentes se reagrupam em tribos ancestrais de primórdios.* (p. 358)

Pergunto se as empresas conseguiriam equacionar as identidades dos grupos, com interesses étnicos, locais e nacionais, a essa nova sociedade informacional, de que fala Castells. Disso poderia resultar experiências mais democráticas nas formas de gestão, que permitiriam estabelecer o diálogo entre os grupos, nos seus interesses locais, e demandas de interesses mais globais?

Nesse sentido, as reflexões sobre a sociedade pós-industrial podem suscitar questões sobre a possibilidade dos grupos sociais, em seus interesses identitários e nacionais, mediar processos decisórios nas empresas. Resta saber em que medida as relações de poder nas empresas permitiram a participação ampla dos atores sociais nas decisões da empresa. Em que nível se daria essa participação? Novas experiências de gestão permitiriam, aproximando o pensamento de Appel (1985), formar *comunidades de argumentação*, instituindo um debate mais democrático nas decisões, flexibilizando as variáveis identitária-nacionais nas formas de gestão?

A qualificação profissional nas empresas

Ao tomar como problemática as identidades e as nacionalidades nas empresas no contexto de mudanças da sociedade pós-industrial, pode-se pensar como, a partir da análise das categorias identitário-nacionais, reconstrói-se o conceito de qualificação profissional nas empresas.

Atualmente, a qualificação profissional vem sendo problematizada no contexto das mudanças tecnológicas e organizacionais que se fazem no curso do universo empresarial. O modelo taylorista tem uma relação intrínseca, segundo Braverman (1974), com a desqualificação do trabalho. No entanto, a reestruturação produtiva e organizacional, que tem sua gênese no chamado modelo japonês, vem impondo a necessidade de uma mão-de-obra de trabalho qualificada¹⁰ como uma forma também de tornar mais competitivas as empresas no contexto de uma economia globalizada, o que implica um investimento maior em treinamento.

Que relações podem-se estabelecer, então, entre as novas formas de gestão e qualificação? Shiroma (1993) indica que o modelo de gestão japonês implica a substituição do *controle pela desqualificação* do modelo taylorista pelo *controle pela qualificação*, onde nas fábricas japonesas *se busca uma combinação adequada entre consenso e controle* (p. 39). Partindo dessa reflexão, pode-se perguntar até que ponto há uma relação direta-proporcional entre formas mais democráticas de gestão e qualificação.

Mas parto da idéia de que as habilidades não são naturais aos indivíduos e, sim, são adquiridas,

10 Segundo Shiroma (1993:36) "enquanto no taylorismo os eventuais problemas ficam a cargo de uma categoria especial de trabalhadores indiretos (técnicos de manutenção, supervisores, engenheiros), considerados 'os qualificados', no toyotismo são os próprios trabalhadores diretos que devem localizar o problema, logo nos primeiros indícios".

e que, portanto, a qualificação é um conceito socialmente construído. Esse conceito de qualificação incorpora o aspecto cultural e político do fenômeno, como afirma Leite (1996, p. 64):

[esse conceito] é fundamental para a elucidação de questões que não dependem apenas de aspectos técnicos, mas de representações sociais presentes no mercado de trabalho, pelas quais determinados postos acabam se tornando exclusivos de certos grupos de trabalhadores a partir de características como sexo, raça, idade, etc. Ao mesmo tempo, ele nos permite dar conta do aspecto político da qualificação, presente tanto na relação entre a empresa e os trabalhadores como entre várias categorias de trabalhadores.

Partindo desse conceito de qualificação, entendo que, no contexto da negociação das identidades sociais e nacionais nas empresas, há a constituição de práticas e representações sobre qualificação, que podem configurar políticas diversas de treinamento e formação profissional.

Assim, diante das reflexões teóricas aqui apresentadas, encaminho a proposta metodológica de se realizar a pesquisa etnográfica em empresas (descrição densa, nos dizeres de Geertz), com o intuito de contribuir para (re)pensar a qualificação profissional diante da problematização que esse tema vêm apresentando – uma discussão aqui apenas esboçada. Essa proposta visa possibilitar verificar como, empiricamente, se constrói o conceito de qualificação, relacionando as identidades e as nacionalidades, aproximando, em suma, o fato cultural nas empresas à educação.

Finalmente, entendo que essa proposta etnográfica insere-se em um debate mais amplo das ciências sociais: o da emergência de um novo paradigma técnico-productivo e organizacional nas empresas, que vem orientando uma reorganização das relações entre capital e trabalho. O debate, realizado sobretudo pela sociologia do trabalho, discute que esse paradigma constituiria um conjunto de saberes que se imporia, de modo homogeneizante e inexorável, às empresas, em decorrência de uma economia globalizada, desconsiderando-se as particularidades culturais locais e nacionais.

Uma etnografia, contudo, que pretenda voltar-se para a construção dos saberes empresariais de atores sociais, em torno do que seja a qualificação profissional, tende a refletir a (re)constituição de outros paradigmas, locais e nacionais.¹¹

11 Remeto, para a discussão epistemológica de paradigma, a Cardoso de Oliveira (1988) e Kuhn (1992); e, para as discussões de um novo paradigma técnico-productivo e organizacional, a Gitahy (1994) e Hirata (1993).

Referências Bibliográficas

- Anderson, B. (1983) *Imagined communities: Reflections on the origin and sprad of nationalism*. Londres: Verso.
- Appel, K. O. (1985) *La transformación de la filosofía*. Madri: Taurus.
- Barth, F. (1969) *Ethnic groups and boundaries. The social organization of culture diference*. Bergen Oslo: University for Galet.
- Bell, D. (1973) *O advento da sociedade pós-industrial*. São Paulo: Cultrix.
- Braverman, H. (1974) *Trabalho e capital monopolista*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Cardoso de Oliveira, R. (1976) *Identidade, etnia e estrutura social*. São Paulo: Pioneira.
- _____. (1983) *Enigmas e soluções*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

- _____. (1986) "Etnicidade, eticidade e globalização". Salvador: ABA. (digitado)
- _____. (1988) *Sobre o pensamento antropológico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Carneiro da Cunha, M. (1985) "Etnicidade: da cultura residual mas irredutível". In: *Antropologia do Brasil: Mito, história, etnicidade*. São Paulo: Brasiliense/EDUSP.
- _____. (1985a) *Negros, estrangeiros – Os escravos libertos e sua volta à África*. São Paulo: Brasiliense.
- Castells, M. (1995) "Les flux, les réseaux et les identités: Où sont les sujets dans société informationnelle?" In: Dubet, F. e Wiewiorka, M. *Penser le sujet*. Paris: Fayard.
- _____. (1998) *La era de la información*. Madri: Alianza Editorial.
- Coelho Jr., P. J. (1996) "Etnografia, antropologia e o universo empresarial". In: *Revista de Administração Pública*, vol. 30, nº 6, Rio de Janeiro.
- _____. (1996a) "Ligações perigosas: Breves reflexões sobre as relações entre a antropologia e administração". In: *Revista de Administração Pública*, vol. 30, nº 4, Rio de Janeiro.
- _____. (1997) "Antropologia e Administração: Encontro de Saberes. Uma Abordagem Etnográfica". IFCH-UNICAMP. (dissertação de mestrado).
- Coriat, B. (1994) *Pensar pelo avesso: O modelo japonês de trabalho e organização*. Rio de Janeiro: Revan.
- Flury, M. T. L. (1987) "Estórias, Mitos, Heróis – Cultura Organizacional e Relações de Trabalho". In: *ERA*, 27 (4) 7/18, out/dez.
- _____. e Fischer R. (coords.) (1989) *Cultura e poder nas organizações*. São Paulo: Atlas.
- Freitas, M. E. de (1989) "Cultura Organizacional: Grandes Temas em Debate". In: *Revista de Administração de Empresas*, jan/março, São Paulo.
- Gellner, E. (1983) *Nations and nationalism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Geertz, C. (1989) *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara.
- Gitahy, L. (org.) (1984) *Reestructuración productiva, trabajo y educación en America Latina*. Campinas: CIID-CENEP, UNESCO-OREALC.
- Gussi, A. F. (1997) *Os norte-americanos do Brasil: Identidades no contexto transnacional*. Editora do Centro de Memória/UNICAMP.
- _____. e Castro, M. L. de (1995) *Identidades no contexto transnacional: Lembranças e esquecimentos de ser norte-americano confederado ou japonês*. Tramandaí, RS, V Reunião de Antropologia do Mercosul, 1995, no prelo.
- Gluckman, M. (1972) *Análise de uma situação social na Zululândia moderna*. In: Feldman-Bianco (ed.). *Antropologia das sociedades contemporâneas: Métodos*. São Paulo: Global.
- Habermas, J. (1989) *Identidades nacionales y identidades postnacionales*. Madri: Tecnos.
- Hirata, H. (org.) (1993) *Sobre o modelo japonês*. São Paulo: EDUSP.
- Hobsbawn, E. (1990) *Nações e nacionalismo desde 1780: Mito e realidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Kuhn, T. S. (1992) *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Leite, M. e Posthuma, A. C. (1996) "Reestruturação Produtiva e Qualificação: Reflexões sobre a Experiência Brasileira". In: *São Paulo em Perspectiva*, vol.10, nº1, jan./mar., São Paulo.
- Levi-Strauss, C. (1986) "Estrutura e ecologia". In: *O olhar distanciado*. Lisboa: Edições 70.
- Pépin, N. (1997) "Cultura de Empresa: Nascimento, Alcances e Limites de um Conceito". In: *Mosaico*. V(1), nº 1, Vitória: UFES/CEG.

- Ruben, G. R. (1984) *O que é nacionalidade*. São Paulo: Brasiliense.
- _____. (1988) “Teoria da identidade: Uma Crítica”. In: *Anuário Antropológico/86*. Brasília.
- _____. (1992) “Teoria da Identidade na Antropologia: Um Exercício de Etnografia do Pensamento Moderno”. In: Corrêa, M. e Laraia, R. (orgs.) *Roberto Cardoso de Oliveira: Homenagem*. São Paulo: IFCH/UNICAMP.
- _____. (1992) “As Identidades e Nacionalidades Latino-americanas no Contexto Transnacional”. In: Zarur, G. (org.) *Identidades em America Latina*. FLACSO.
- _____. (1995) “Empresários e Globalização: Prolegômenos de uma Metodologia de Compreensão e de Ação”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 28.
- _____. (1997) “Cultura e Gestão de Empresa no Brasil: Um Estudo Comparativo”. Campinas: Unicamp. (*digitado*)
- _____. et alli. (1995) “Resíduos e Complementaridade: Das Relações entre a Teoria da Administração e a Antropologia”. In: *Revista Brasileira de Administração Contemporânea*, vol. I, nº 6, Rio de Janeiro.
- Sahlins, M. (1979) *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Shiroma, E. O. (1983) “Mudança Tecnológica, Qualificação e Políticas de Gestão na Força de Trabalho no Modelo Japonês”. (tese de doutorado em educação.) Universidade Estadual de Campinas. Campinas.
- Touraine, A. (1969) *La société post-industrielle*. Paris: Danoel.
- _____. (1995) *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes.
- Turner, V. (1967) *The forest of symbols: aspects of Ndembu ritual*. Ithaca: Cornell University.