

REFLEXÕES SOBRE A DIMENSÃO SIMBÓLICA  
DO PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO E A  
CONSTITUIÇÃO DO *HABITUS* EMPRESARIAL

*REFLEXIONES SOBRE LA DIMENSIÓN SIMBÓLICA  
DEL PROCESO DE EMPRESARIZACIÓN Y LA  
CONSTRUCCIÓN DEL HABITUS EMPRESARIAL*

*REFLECTIONS ON THE SYMBOLIC  
DIMENSION OF THE ENTERPRISATION  
PROCESS AND THE CONSTRUCTION OF  
THE ENTREPRENEURIAL HABITUS*

*Sabrina Sampaio RAKOW\**

*Marcio Silva RODRIGUES\*\**

*Larissa Ferreira TAVARES\*\*\**

*Elaine da Silveira LEITE\*\*\*\**

**RESUMO:** Caracterizado pela generalização da ideia de empresa em nosso mundo, o processo de empresarização enquanto abordagem teórica vem sendo debatido, no Brasil, a partir das mais variadas perspectivas e objetos. Neste estudo, nos propomos a realizar uma associação inédita entre a teoria da empresarização às principais contribuições de Pierre Bourdieu para discutir a dimensão simbólica do

---

\* Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGAdm) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5801-6994>. Contato: [sabrinarakow@hotmail.com](mailto:sabrinarakow@hotmail.com).

\*\* Professor Associado do Centro de Ciências Socio-organizacionais (CCSO) na Universidade Federal de Pelotas (UFPel), RS, Brasil. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8810-7077>. Contato: [marciosilvarodrigues@gmail.com](mailto:marciosilvarodrigues@gmail.com).

\*\*\* Professora Adjunta do Centro de Ciências Socio-organizacionais (CCSO) na Universidade Federal de Pelotas (UFPel), RS, Brasil. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-4962-9833>. Contato: [larissaftavares@gmail.com](mailto:larissaftavares@gmail.com).

\*\*\*\* Professora Associada do Instituto de Filosofia, Sociologia e Política e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pelotas. Doutora em Sociologia (UFSCar). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1402-3839>. Contato: [elaineleite10@gmail.com](mailto:elaineleite10@gmail.com).

referido processo e delinear o conceito de *habitus* empresarial. Observar a dimensão simbólica desse processo, nos permitiu compreender que o *habitus* empresarial como uma força socializadora, carrega um conjunto de valores e saberes não apenas relacionado a aspectos essencialmente mercadológicos e utilitários, sustentando uma crença nos preceitos empresariais e dando ainda mais força e legitimidade ao processo de empresarização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Processo de empresarização. Pierre Bourdieu. *Habitus* empresarial.

**RESUMEN:** *A partir de estudios sobre el proceso de emprendimiento en el mundo, que resaltan la centralidad de la idea de negocio en nuestro mundo, proponemos discutir la dimensión simbólica de este fenómeno, capaz de formar lo que haremos. Llamémoslo aquí de habitus empresarial. En este sentido, el objetivo de este trabajo es asociar la teoría de la emprendedorización con los principales aportes de Pierre Bourdieu para discutir la dimensión simbólica del referido proceso y esbozar el concepto de habitus emprendedor. Observar la dimensión simbólica de este proceso permitió comprender que el habitus empresarial, como fuerza socializadora, conlleva un conjunto mayor de valores y conocimientos no sólo relacionados con aspectos esencialmente mercantiles y utilitarios, sustentando la fe en los preceptos empresariales y dando aún más fuerza y legitimidad al proceso emprendedor.*

**PALABRAS CLAVE:** *Proceso de Empresarización. Pierre Bourdieu. Habitus empresarial.*

**ABSTRACT:** *Based on studies on the world's entrepreneurialization process, which highlight the centrality of the idea of business in our world, we propose to discuss the symbolic dimension of this phenomenon, capable of forming what we will call here of business habitus. In this sense, the objective of this work is to associate the theory of entrepreneurialization with the main contributions of Pierre Bourdieu to discuss the symbolic dimension of the referred process and outline the concept of entrepreneurial habitus. Observing the symbolic dimension of this process allowed us to understand that the business habitus, as a socializing force, carries a larger set of values and knowledge not only related to essentially market and utilitarian aspects, sustaining faith in business precepts and giving even more strength and legitimacy to the entrepreneurial process.*

**KEYWORDS:** *Enterprisation Process. Pierre Bourdieu. Entrepreneurial habitus.*

## **Introdução**

Cada vez mais estamos imersos em um contexto, no qual a empresa e a ideia de empresa desempenham papéis centrais, com uma abrangência e influência sem precedentes. Isto ocorre devido à crescente incorporação de princípios e práticas empresariais por organizações não empresariais como também pelo avanço do gerencialismo, do empreendedorismo, da uberização, da pejetização, da privatização ou da mercadorização, mas, principalmente, pela forma como os indivíduos se identificam, se relacionam e conhecem o mundo. Esse avanço e generalização da ideia de empresa sobre tudo e todos, chamado de processo de empresarialização do mundo (Rodrigues, Silva, 2019a; Rodrigues, 2021), é o ponto de partida deste texto.

No Brasil, esse fenômeno vem sendo estudado desde os anos 2000, especialmente na área dos Estudos Organizacionais e da Sociologia das Organizações, em uma tentativa de colocar em evidência a empresa enquanto organização central no mundo moderno, ao mesmo tempo que questiona como esse processo se dá e o que diferencia a empresa de outras organizações, uma vez que, diante da sua generalização, a noção de empresa dificilmente é questionada (Solé, 2008). Como será visto na próxima seção, a teoria da empresarialização (Solé, 2004, 2008) já foi utilizada para analisar os mais variados objetos (Estado, espaço, cultura, religião, educação, mídia, esportes e indivíduos) e foi pensada por diferentes lentes teóricas (boa parte delas foucaultianas), sempre com o objetivo de contribuir para o avanço nos estudos sobre este fenômeno. No entanto, pouca atenção tem sido dada para a dimensão simbólica desse processo, que dá sentido e consagra o processo de empresarialização como algo naturalizado e reproduzido nos mais diversos espaços.

Pensar a dimensão simbólica do processo de empresarialização implica também compreender que, por ser um processo histórico, que produz e recebe uma série de influências, implica na formação de um *habitus* essencialmente empresarial, enraizado e perceptível nas ações, escolhas e comportamentos dos indivíduos. Dessa forma, alinhado ao conjunto de símbolos que remetem à ideia de empresa, esse *habitus* parece trazer respostas aos anseios do mundo moderno, ao mesmo tempo que sustenta e conserva, através da produção e consumo destes símbolos, o capital acumulado dos agentes (dentro de distintos campos) e asseguram os interesses de uma classe dominante.

No decorrer da pesquisa, nos deparamos com outros estudos na área das Ciências Sociais que utilizam os termos, “*New’ Corporate Habitus*” (Kay; Laberge, 2002), “*habitus* empresarial” (Chalita, 2008; Cuadra Palma, Restrepo Quintero, 2022), “espírito empresarial” (De Clercq; Voronov, 2009), “*habitus* dos gestores” (Freitag; Hoppen, 2020) ou o “*habitus* empreendedor” (Nascimento; Silva, 2021). Apesar de tais estudos contribuírem para aprimorarmos o conceito de *habitus* empresarial, buscaremos avançar nesse conceito, uma vez que os estudos citados

até aqui, tendem a observar as relações de poder do meio empresarial sob o olhar das práticas de um agente central: o gestor ou o empresário. Ademais, os estudos aqui mencionados, partem de um entendimento da empresa e das práticas incorporadas pelos atores que estão inseridos nessa organização ou de alguma forma afetados por ela, como algo dado, consolidado, uma lógica de agir e pensar que são naturais dessa organização. Entretanto, quando questionamos a origem da empresa, fica claro que ela é uma organização moderna, construída e consolidada em um momento da história e que a qualquer momento pode deixar de existir (Solé, 2008), sendo assim, constantemente atravessada por influências de outras instâncias socializadoras, fazendo com que boa parte da lógica empresarial não seja natural dessa organização, mas sim, naturalizada por ela.

Assim, o *habitus* empresarial, neste trabalho, compreende um conjunto maior de valores e saberes não apenas relacionado a aspectos predominantemente mercadológicos, empreendedorísticos ou, até mesmo, resumido às posições de poder de determinados agentes. Na medida em que compreendemos a origem do conjunto de práticas e discursos que permeiam a lógica empresarial, assim como o aparato simbólico que dá sentido e consagra essas formas de agir e pensar, entendemos também, o conjunto de saberes, influências e o processo de socialização dos indivíduos. Isso posto, o objetivo deste artigo consiste em associar a teoria do processo de empresarização às principais contribuições de Pierre Bourdieu para discutir a dimensão simbólica do referido processo e delinear o conceito de *habitus* empresarial.

Nesse sentido, apresentaremos na seção seguinte, a definição do processo de empresarização, assim como suas principais contribuições e compreensões, posteriormente, discutiremos os principais conceitos de Pierre Bourdieu, sobretudo os conceitos de *habitus*, campo e capital. Na quarta seção do trabalho, será feita uma aproximação entre as abordagens teóricas, a fim de discutir a dimensão simbólica do processo de empresarização e delinear o conceito de *habitus* empresarial através de reflexões e observações teóricas e empíricas e traz e, por fim, considerações finais destacam a relevância do conceito de *habitus* para os estudos sobre empresarização.

## O Processo de Empresarização do Mundo

O mundo moderno abriu espaço para um novo conjunto de relações, novas formas de ser, estar e agir no mundo, além de novas formas de organização das sociedades. Se compararmos com as sociedades mais tradicionais, por exemplo, produzir excedentes, com sobre trabalho, não faria sentido em uma sociedade que prioriza uma economia de subsistência, em que “a atividade de produção é exatamente medida, delimitada pelas necessidades que têm de ser satisfeitas” (Clastres, 1974, p. 9).

Dumont (1997), explica que estamos separados das sociedades tradicionais pelo que ele chama de “revolução nos valores”, ou seja, enquanto nas sociedades tradicionais as relações entre os homens são altamente valorizadas, mais do que entre os homens e as coisas, nas sociedades modernas essa lógica se inverte, apresentando uma cultura muito mais individualista. Tudo isso associado a uma reordenação do sentido e da importância das concepções de riqueza, fez com que, conforme Dumont (1997), as sociedades modernas experimentassem a autonomização entre o que chamamos de “política” e o que chamamos de “econômico”.

Na medida em que a lógica econômica, racional e mercadológica ganha destaque nas sociedades modernas, abre também um espaço para o surgimento das mais diversas organizações. Segundo Etzioni (1968), a nossa sociedade passou a ser uma sociedade de organizações, uma vez que nascemos em organizações, somos educados por organizações e quase todos nós passamos a vida trabalhando para organizações. No entanto, dentre os mais diversos modelos de organizações existentes nesse período, destaca-se o triunfo de um modelo específico: a organização burocrática. Seja pela sua proximidade com discursos e práticas orientadas pelo sistema econômico vigente ou pela promessa de que essa seria a forma mais eficiente de organizar (Clegg, 1998), esse modelo de organização segue sendo difundido até os dias de hoje e passa a ser materializado em um tipo ainda mais específico de organização: a empresa capitalista, provavelmente um dos mais perenes filhos do processo de racionalização (Solé, 2008; Rodrigues, Silva 2019a).

Por essa razão, é muito comum que a ideia de organização seja reduzida ou confundida com a ideia de empresa, que passou a ser muito mais apreciada nas sociedades modernas e que, através da influência dos seus discursos e práticas, passou a ser referência para qualquer forma de organizar. Fica ainda mais fácil confundir este conceito, quando organizações não empresariais como o Estado, as Igrejas ou a família, passam a adotar tais práticas.

Embora pareça novo, especialmente por conta do avanço do ideário neoliberal, Solé (2008), ressalta que esse processo, que parece tornar a empresa como instituição central – modelo legítimo de organização da sociedade, começa já entre os séculos XI e XII, na Europa e continua em nossa época. Em tempos modernos, Solé (2008) defende que não vivemos mais uma sociedade de organizações, como propunha por exemplo Etzioni (1968), mas sim, no que ele chama de “mundo-empresa”, um mundo organizado por e para a empresa, onde nascemos, crescemos e morremos dentro de alguma organização tipicamente empresarial ou que, em alguma medida, incorpora traços empresariais para o seu modo de organizar.

A empresa parece tomar o lugar de instituições como o Estado ou a Igreja, que durante muito tempo foram centrais no ocidente, provavelmente influenciado pelo avanço da modernidade e pela predominância de um ideário capitalista, implicando em uma nova configuração social. Todo esse processo, potencializado pelo

neoliberalismo, traz consigo uma série de mudanças, principalmente na visão de mundo dos indivíduos, cada vez mais orientada para uma lógica econômica e do mercado, transformando as relações internas das organizações e modificando as concepções de empresa na sociedade moderna que, conforme Grün (1999), quando associada a princípios “supersocializados” dos indivíduos, parece dar vida estável às características adquiridas na socialização e guiam a apreensão de uma série de significados acerca dos modos de organizar, orientados por essa visão de mundo legitimada e dominante.

O conjunto de ideias sobre a empresa, o processo de empresarização e o Mundo-Empresa propostos por Solé aparecem juntos, pela primeira vez, em um *Working paper* escrito em 2004 pelo Sociólogo e Professor Emérito da HEC-Paris. Ao conceber a organização como um conjunto de relações definidas no espaço e no tempo, o autor conceitua a empresa como um conjunto singular de relações entre seres humanos (as relações que caracterizam a empresa são aquelas que caracterizam o mundo) (Rodrigues; Silva, 2019a). Para Solé (2004), a empresa é um fenômeno social total, uma organização histórica e não natural ao ser humano que surgiu em determinado momento e pode vir a desaparecer, como toda organização humana. A partir desses postulados, Solé (2004), adota uma abordagem weberiana na busca por elaborar um conceito transdisciplinar e tipoidealizado de empresa. Formada a partir de um conjunto de traços, para ele a empresa pode ser caracterizada como um conjunto humano, mais ou menos estável, vasto ou reduzido, mais ou menos concentrado, podendo desaparecer a qualquer momento; de propriedade privada; salarial; uma relação dirigente/dirigido; que possui divisão do trabalho; que produz e implica desemprego; que implica e produz o indivíduo; submetida ao direito, às leis; sujeita a outra organização: o Estado; onde a propriedade e a direção podem estar juntas ou separadas; que é uma mercadoria; onde a atividade é única ou múltipla; que concebe, produz e vende mercadorias; que concorre permanentemente com outras empresas; que supõe outra organização: o mercado; sendo um processo de criação destrutiva de relações incertas entre humanos; com moeda, capital e benefício econômico; com escritura e contabilidade; que produz linguagem, seres humanos insatisfeitos e uma concepção de felicidade (Rodrigues; Silva; Dellagnelo, 2014). Para Solé (2004), cada um dos traços apresentados é uma condição necessária, mas não suficiente para se falar em empresa. É o conjunto dos traços que formam a empresa.

Em um trabalho posterior, publicado em 2008, Solé traz cinco manifestações centrais e comuns da empresa, que são tomadas como intrínsecas ao mundo moderno, dentre elas: 1) a expansão geográfica da empresa, ou seja, em qualquer lugar do mundo encontramos organizações empresariais; 2) em cada país, a empresa se envolve progressivamente em um espectro mais amplo de atividades e interações humanas, uma vez que boa parte do que consumimos e apreciamos é produzido por empresas; 3) a empresa como modelo imperativo para outras organizações e

atividades humanas, considerando que outras organizações e o próprio comportamento humano passa a ser atravessado por questões empresariais; 4) o aumento do domínio da empresa sobre a vida dos seres humanos, ditando a ação e a forma como os indivíduos se enxergam no mundo moderno e; 5) o aumento do domínio das empresas sobre a vida humana fora da empresa, já que mesmo fora dessa instituição carregam traços dela enraizados no seu comportamento (Solé, 2008; Rodrigues, Silva, 2019a).

Embora o autor preserve do texto de 2004 boa parte dos postulados que fundamentam a ideia de empresa, no texto de 2008, o autor concentra-se essencialmente em um dos traços mencionados anteriormente: a relação entre empresa e felicidade. Segundo o autor, uma outra característica do mundo-empresa é a própria concepção de felicidade, definida como a melhor forma de viver que cada mundo delineia para si (Solé, 2008). Para Solé (2008), no mundo moderno a ideia de felicidade está em satisfazer as nossas necessidades e para isso, trabalhamos para ganhar dinheiro que nos permite comprar bens e mercadorias, que faz com que as nossas necessidades sejam satisfeitas, caso contrário, tendemos a viver constantemente frustrados e esta é a boa maneira de viver neste mundo e de manter o sistema em funcionamento. Assim, a empresa passa a ser a principal produtora da nossa percepção de felicidade, dos nossos desejos, frustrações, medos e sonhos.

A partir do trabalho de Solé, o Sociólogo e Professor da HEC-Montreal, Yves-Marie Abraham, ex-aluno de Solé, inspirado em Émile Durkheim, entende a necessidade de compreender o que sustenta a empresa. Diferente de Solé, o autor passa a compreender a empresa como uma instituição composta por um conjunto de regras e procedimentos aceitos e sancionados pela sociedade, que promovem ordem e coesão social. O que ele chama de “hábitos coletivos”, implicam em uma associação de cinco modos de agir e pensar que nada tem de natural e que fundamentam a ideia de empresa, a saber: o individualismo e a invenção da realidade econômica o mito fundador da escassez, o racionalismo e a dominação, a propriedade privada, a apropriação e a exploração, e, por fim, a inovação, o desenvolvimento e o mito do progresso<sup>1</sup>. Com o intuito de desnaturalizar a ideia de empresa, no restante do texto, o esforço do autor reside justamente na desnaturalização de cada um desses hábitos coletivos, bem como das relações sociais deles decorrentes, quais sejam: as relações impessoais, as relações de trabalho ou funcionais, as relações de consumo, as relações de dominação, as relações de exploração (ou assalariamento) e as relações concorrenciais (Abraham, 2006; Rodrigues, Silva 2019a; 2019b).

Inspirado no antropólogo Louis Dumont, Abraham (2006) ressalta que o individualismo e a invenção da realidade econômica é um fenômeno tipicamente

---

<sup>1</sup> Para uma visão mais aprofundada acerca das perspectivas apresentadas por Solé e Abraham, ver: Rodrigues e Silva (2019a).

moderno, com um sentido muito distinto daquele observado em outras sociedades. Para o autor, é somente nas civilizações modernas que a economia passa a ser uma esfera autônoma e central, que faz com a busca pela satisfação de necessidades ilimitadas (Sahlins, 1978), vista como característica inerente ao indivíduo moderno, seja o grande negócio das nossas vidas (Abraham, 2006). Embora a economia seja um fenômeno presente em diversas sociedades, somente a nossa civilização é econômica em um sentido diferente, pois ela escolheu basear-se num motivo raramente reconhecido como válido na história das sociedades humanas e, certamente, nunca antes elevado ao nível de uma justificativa de ação e comportamento na vida cotidiana, a saber: o lucro (Rodrigues; Silva, 2019a). Essa lógica tende a refletir em um comportamento individualista, baseado nas satisfações das próprias necessidades, como já apontava Smith (1996). Associada ao avanço de uma solidariedade orgânica (situação que conduz o indivíduo para a especialização produtiva) (Durkheim, 1999), é possível evidenciar a consolidação de relações impessoais. Assentada no plano material, no utilitarismo, na satisfação das necessidades individuais e no trabalho, a dependência que liga os indivíduos passa a estar relacionada àquilo que o outro tem ou pode prover, privilegiando a troca egoísta e fazendo com que tudo seja em alguma medida, objetificado, passível de troca, comerciável (Rodrigues; Silva, 2019a).

Partindo mais uma vez do pressuposto de que a busca por satisfação das necessidades é uma das principais forças de ação dos indivíduos modernos, uma vez que considera o homem um ser perpetuamente insatisfeito com a sua condição natural (Smith, 1996), constitui-se o segundo modo de agir e pensar: o mito fundador da escassez. A ideia de escassez, difundida nos manuais de economia, carrega duas questões implícitas fundamentais: a de que os bens são escassos e de que por essa razão, deve se utilizar os recursos de que dispõe de uma forma eficiente. Assim, o dinheiro, “Deus da modernidade” (Simmel, 1998) e o trabalho (Weber, 2004) tornam-se centrais nas sociedades modernas, uma vez que permitem que tais necessidades sejam satisfeitas, desencadeando uma tragédia predestinada, que torna o homem prisioneiro do seu trabalho pesado caracterizado por uma disparidade perpétua entre vontades ilimitadas e meios insuficientes (Sahlins, 1978; Rodrigues, Silva, 2019a). Aqui, as relações de consumo e as relações de trabalho passam a ser centrais, uma vez que, essa é a melhor maneira de manter o sistema em funcionamento, como um caminho para uma suposta satisfação, enquanto a empresa assume o trabalho incansável de produzir novas mercadorias, novos desejos e, conseqüentemente, novas insatisfações, caso contrário, se todas as necessidades fossem plenamente satisfeitas, nosso mundo desmoronaria e com ele, a sua instituição central (Solé, 2000).

Inspirando no pensamento weberiano, Abraham (2006) argumenta que o racionalismo e a dominação (racional) são princípios organizadores das sociedades modernas, materializados na burocracia. Por apresentar um conjunto de caracte-

terísticas específicas (autoridade institucional, regras, qualificação profissional, separação entre o quadro administrativo e os meios de produção, documentação formal, princípio da documentação, dentre outras), a burocracia é considerada a forma mais racional de exercício de dominação (Weber, 1978). Partindo desses elementos, Abraham (2006) argumenta que a empresa é uma burocracia e, portanto, racional e eficiente<sup>2</sup>. As relações de dominação e as relações funcionais ganham destaque aqui, calcadas na premissa da organização racional da vida, em todos os seus aspectos, reforçando o cálculo utilitário e a função de cada indivíduo na sociedade em maximizar esse cálculo, tornando qualquer outra forma de racionalidade algo “irracional” (Rodrigues; Silva, 2019a).

A propriedade privada, apropriação e exploração, muito associados à ideia de liberdade, igualdade e democracia, que se dá de maneira desigual, é baseada na concepção liberal de homem, como tendência natural e divina defendida por autores como Locke (2003), resultando em relações de exploração, expropriação e assalariamento. A ideia de propriedade, central e defendida na grande maioria das teorias econômicas ortodoxas, ganha outras interpretações, por exemplo, na obra de Rousseau (2007), que aponta a propriedade privada como um dos grandes males da modernidade e a grande responsável por gerar desigualdades entre os homens. Ademais, Abraham sustenta-se nos pressupostos Marxistas para demonstrar que é essa lógica de propriedade, especialmente burguesa, dos meios de produção, que garante o funcionamento do sistema como ele é, e a empresa carrega consigo esses pressupostos, especialmente pela manutenção da exploração do trabalho assalariado, uma das principais características do meio empresarial que garante a sobrevivência dessa organização.

Para finalizar essa breve apresentação dos hábitos coletivos e das relações sociais tipicamente modernas que fundamentam a ideia de empresa, destacamos a inovação, o desenvolvimento e o mito do progresso, que se tornou em nosso mundo uma forma de crença, de ideologia, um elemento central à manutenção e distinção do sistema vigente e consolidado pela ideia de empresa. Aqui, ao contrário da noção de crescimento, o desenvolvimento econômico, seria de responsabilidade do empresário e, consequentemente, da empresa, já que é impulsionado pelo progresso técnico e está intimamente relacionado com a geração de inovações (Schumpeter, 1961;1964). As relações concorrenciais surgem aqui como um resultado desse processo essencial e constitutivo do capitalismo, adotado por toda empresa que queira sobreviver nesse contexto: a destruição criadora, substituindo criações antigas por novas, visto que,

---

<sup>2</sup> Conforme Rodrigues e Silva (2019a), Solé discorda desta interpretação e afirma que a empresa não é a organização mais racional, mais eficiente, mais engenhosa que a humanidade desenvolveu. O autor apresenta dois argumentos: 1) a vida cotidiana das empresas é marcada pela falta de racionalidade; 2) a história humana apresenta muitos exemplos de organização tão ou mais eficientes que a empresa - ele cita os exemplos da construção das pirâmides e de povos, como os Inuits ou os povos da Amazônia, que conseguiram enfrentar ambientes pouco hospitaleiros.

“se o capitalismo é uma dinâmica permanente de mudança, é porque se trata de um sistema econômico com base em empresas e que a empresa é um processo perpétuo de criações e destruições” (Solé, 2008, p. 39, tradução nossa).

A síntese sobre os modos de agir e pensar feita nos parágrafos anteriores, se ligam à discussão que vem sendo feita nos últimos vinte anos por um conjunto de pesquisadores ligados à área Estudos Organizacionais que têm se dedicado a desenvolver a discussão sobre empresarização no Brasil<sup>3</sup>, visando preencher as lacunas presentes na abordagem teórica lançada por Solé e, também, nas considerações realizadas por Abraham (2006). Assim, os pesquisadores brasileiros produziram e/ou orientaram uma série de pesquisas sobre o tema e contribuíram, inclusive, para reconceituar o processo de empresarização, caracterizado agora como a generalização da ideia de empresa em nosso mundo (Rodrigues, Silva, 2019a; Rodrigues, 2021). Uma síntese dessa história e do desenvolvimento da teoria da empresarização na área de Estudos Organizacionais no Brasil é apresentada a seguir.

Utilizada para compreender os mais diversos objetos de estudo e os mais variados campos e espaços, os primeiros estudos sobre a teoria da empresarização partiram essencialmente dos estudos de Solé e buscaram evidenciar as manifestações do processo de empresarização em três instituições, a saber: as instituições religiosas (Serra, 2005; Gonçalves, Serra, Costa, 2007), as instituições esportivas (Costa, 2005; Costa, Silva, 2006; Rodrigues, 2006, Rodrigues, Silva, 2006a, 2006b; Durieux, 2005) e, por fim, as instituições culturais (Tavares, 2011; Vargas, Rodrigues, 2019; Rodrigues, Silva, Dellagnelo, 2014).

Dentre os estudos que se detiveram aos pressupostos de Abraham (2006) e exploram os hábitos coletivos, encontramos um novo conjunto de estudos com objetivos diferentes dos citados anteriormente que utilizavam exclusivamente a abordagem de Solé. Destaca-se aqui, os estudos sobre políticas públicas para a agricultura familiar (Araújo; Silva, 2016), o estudo sobre a mídia (Rodrigues, 2013; 2021), e os estudos sobre a educação (Rodrigues, 2013; Barcelos, Rodrigues, 2017; Badia 2017; Duquia, Franz, Barcelos, Rodrigues, 2022; Rodrigues, Silva, 2019b; Franz, Rodrigues, 2021).

Para além do arcabouço teóricos de Solé e Abraham, os estudos sobre empresarização também incluíram outros autores para enriquecer o assunto e superar lacunas presentes nas abordagens originais de Solé e Abraham, a saber: as contribuições de Jean Baudrillard e Karl Polanyi para observar as relações de concorrência inerentes ao processo de empresarização (Vargas; Rodrigues, 2019); Jean Baudrillard também se faz presente no trabalho de Onofre, Tavares, Fossá e

---

<sup>3</sup> Dentre eles, destacam-se a Professora Rosimeri Carvalho da Silva, responsável por trazer a abordagem de Solé para o Brasil, e o Professor Marcio Rodrigues, seu ex-orientando, que dedicou boa parte de sua trajetória acadêmica à teoria da empresarização. O *working paper* escrito em 2004 foi entregue por Solé diretamente para a referida professora.

Rodrigues (2022) para observar as relações de consumo; Florestan Fernandes e Milton Santos para abordar o desenvolvimento do capitalismo dependente e pensar a discussão sobre a noção de espaço, respectivamente (Costa, 2017); Michel Foucault, contribuindo para compreender as formas discursivas e relações de poder do processo de empresarização (Borges, Rodrigues, 2017; Rodrigues, Silva, 2019b; Franz, Leite, Rodrigues, 2020; Rodrigues, 2021); Nikolas Rose, para discutir a formação do sujeito e o processo de “empresarização do eu” (Arnoni, 2022); Mark Considine, para compreender as formas internas de organização do Estado (Duquia; Franz; Barcellos; Rodrigues, 2022); e Karl Marx para analisar as relações de assalariamento e exploração do tempo de trabalho como uma característica do mundo-empresa (Tometchi, 2019; Tometchi; Silva, 2018).

Em síntese, nesses estudos é possível identificar um conjunto de características empresariais que estão constantemente presentes em espaços e situações não necessariamente empresariais, assim como os diversos esforços para suprir lacunas presentes nas abordagens iniciais sobre este fenômeno. No presente texto, a tarefa é, mais uma vez, produzir algo novo que, diferente dos trabalhos já apresentados, pense o processo de empresarização não apenas como uma forma de discurso ou um conjunto de práticas, mas como um processo que se sustenta e ganha legitimidade através de um aparato simbólico, que ganha sentido e se consagra a partir de um processo de socialização, agindo simultaneamente em caráter subjetivo e objetivo.

Uma vez que nos propomos a pensar a empresa como um conjunto de símbolos, que são consumidos e reproduzidos no meio social para as mais diversas esferas, utilizaremos os cinco modos de agir e pensar propostos por Abraham (2006) e desenvolvidos posteriormente por Rodrigues e Silva (2019a), enumerados acima, bem como as respectivas relações sociais que eles desencadeiam nos indivíduos, como norteadores para caracterizar esse conjunto simbólico que constitui a empresa. Apesar da possibilidade de existirem outras perspectivas analíticas, provavelmente influenciadas pelas mudanças sociais do mundo moderno, esses pressupostos iniciais nos ajudarão a pensar no processo de empresarização como um fenômeno que atua simultaneamente nas estruturas, em caráter objetivo e, nos agentes, de maneira subjetiva. Um processo que dissemina uma nova forma de instituição e de socialização, dos indivíduos e das estruturas como um processo legítimo e amplamente reconhecido, capaz de se reproduzir nos mais diversos campos e espaços, um conjunto simbólico que uniformiza os capitais de disputa que asseguram os interesses de uma classe de dominantes.

## **Bourdieu e o Processo de Empresarização**

Refletir sobre o processo de empresarização à luz da teoria de Pierre Bourdieu é um desafio teórico-analítico, pois busca-se transcender a oposição entre subjeti-

vidade e objetividade ao examinar esse fenômeno, visando superar a controvérsia entre o sujeito e o objeto, a estrutura e o indivíduo, uma vez que tais elementos caminham juntos influenciando um ao outro, produzindo e reproduzindo uma série de saberes, valores e regras que se fazem presentes no meio social. Nesse sentido, para Bourdieu (1989), o agir dos agentes está relacionado à sua socialização que assume formas corporificadas por meio do *habitus*, expresso nas atitudes, gostos, opiniões, habilidades, valores e disposições, assim, as ações de um agente exprimem um *habitus* interiorizado.

A noção de *habitus*, portanto, é ampliada pelo autor como uma forma de romper com a dualidade do senso comum entre indivíduo e sociedade, com a tentativa de captar a interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade (Wacquant, 2007). Desse modo, através de um sistema de posições e da forma como os agentes estão inseridos dentro de cada campo, o *habitus* se sustenta através de esquemas generativos, que antecedem e orientam a ação de outros esquemas generativos, portanto, o próprio gosto, assim como as escolhas e os modos de pensar não são vistos apenas como simples subjetividade, mas sim, como objetividade interiorizada, que orientam e determinam a escolha estética (Ortiz, 1983).

Nos mais variados campos, existe uma divisão onde se manifestam relações de poder, baseada em uma distribuição desigual de capitais (sociais, culturais ou econômicos), a depender da crença legítima capaz de proporcionar um processo de distinção dos demais atores do campo. Dessa forma, dentro de cada campo, um conjunto de *habitus* e de capitais propiciará diferenciações entre os agentes, gerando diferentes classes e criando uma relação entre dominado e dominante, momento em que o poder passa a exercer uma eficácia simbólica, impondo significações de mundo como legítimas.

Esse poder simbólico se manifesta como uma violência invisível, sutil e silenciosa nas relações sociais e resulta de uma dominação que está fortemente introduzida na *doxa* das coisas, vividas como naturais e evidentes. Os dominados agem de maneira natural e na medida em que adentram o campo social são forçados às regras desse novo espaço e ao sofrer essa violência simbólica podem assumir dois comportamentos diferentes: a submissão (aceitação), interiorizando a *doxa* e alinhando-se com a lógica do campo ou a negação de toda a lógica do campo (Rosa; Brito, 2009).

Nesse sentido, nos diferentes campos, uma série de instituições promotoras e produtoras de saberes, dotadas de autonomia, tendem a cumprir o papel de reprodução de determinadas formas de agir e estar no mundo, normalmente alinhado aos anseios, desejos e interesses das classes dominantes, levando o agente dentro do campo a adequar tacitamente seu modo de agir e pensar às exigências daquele campo. Tais questões, provenientes de um suposto “comportamento adequado” influenciado por instituições dominantes, ferramentas necessárias e indispensáveis,

para a consolidação e reprodução de determinados modos de agir, que de alguma maneira sustentam um sistema de posições e os agentes que as dominam, formando distintos *habitus* que norteiam tais ações.

Por ser simultaneamente estruturado por meios sociais passados e estruturante de ações e representações presentes (Wacquant, 2007), o *habitus* varia não apenas com os indivíduos e suas imitações, mas sobretudo com as sociedades, as educações, os prestígios, as conveniências e os modos (Casanova, 1995). Durante muito tempo, o trabalho de reprodução dessas diferentes formas de comportamento ou de dominação, esteve garantido por três instâncias principais: a Família, a Igreja e a Escola. Tais instituições, objetivamente orquestradas, agiam sobre as estruturas inconscientes, por tais razões, durante muito tempo se falou a respeito do *habitus* ou da linguagem religiosa, como um conjunto simbólico capaz de se tornar um veículo de poder e de política, que cumpre uma função de conservação da ordem social, contribuindo através da sua própria linguagem, para a “legitimação” do poder dos “dominantes” e para a “domesticação dos dominados” (Bourdieu, 2015).

Em outras palavras, especialmente, a religião contribuiu para a imposição dos princípios de estruturação da percepção e do pensamento do mundo na medida em que impõe um sistema de práticas e representações, a partir de um processo racionalizador e moralizador das práticas religiosas, fortemente marcado pela transferência da noção de pureza da ordem mágica para a ordem moral. Com a ajuda de instâncias objetivamente incumbidas para a produção e reprodução, conservação e difusão dos bens de salvação religiosos, diferentes formações sociais podem ser distribuídas, como é o caso da Igreja, que passa a ser além de uma confraria sacerdotal, uma comunidade moral, formada por crentes da mesma fé. Através de práticas ou crenças religiosas e sobretudo na produção, reprodução, difusão e consumo de bens de salvação, a religião passa não só a cumprir funções sociais, mas também, fornece aos indivíduos leigos, justificações de existir em uma posição social determinada, conforme explica Bourdieu (2015).

Na medida em que a sociedade avança, as principais instâncias socializadoras como a Família, a Escola e a Igreja vão dando espaço a outros meios de salvação, principalmente devido às disposições associadas às posições e trajetórias sociais determinadas. Ou seja, se durante muito tempo se falou a respeito de processos de socialização através de uma primeira socialização familiar, como um sistema gerador de práticas, distinções e sistemas estéticos dos indivíduos, passando também por processos escolares e/ou religiosos, as alterações na estrutura e nos tipos familiares, a expansão do emprego feminino, que se associam a instrução pré-primária, bem como a exposição aos meios de comunicação de massa, a expansão da escolaridade e o adiamento da entrada na vida ativa, a formação permanente, a multiplicação de situações de subemprego e de desemprego, a mobilidade profissional e residencial, são alguns dos fatores que concorrem para uma eventual reconfiguração do *habitus*

dos atores sociais (Casanova, 1995), menos centrado no meio e nos valores essencialmente familiares e com maior influência das necessidades e dinâmicas do mundo moderno, precisamente, do mundo-empresa.

Cada vez mais podemos pensar em novas configurações do mundo social que contribuem para a construção de um “novo” *habitus*, de um novo sujeito social, que agora passa a ser influenciado não apenas pelas instâncias tradicionais de socialização – a Família, a Igreja e a Escola – mas sim, um *habitus* alinhado às pressões, às mudanças e as influências modernas. Se o fenômeno da empresarização nos mostra que, enquanto sociedade moderna, somos rodeados por organizações e, em especial, o modelo de organização empresarial como central, podemos pensar que os conhecimentos, valores e saberes, oriundos dessa organização possuem um fundo cultural, que definem um tipo de subjetividade, um espírito alinhado ao campo no qual os atores estão inseridos ou são afetados, conforme apontado por Rosa e Brito (2009).

Quando a empresa toma seu lugar como modelo central no mundo ou forma de organizar e suporta essa generalização para espaços que não são empresariais, conforme os estudos sobre o fenômeno nos mostram, podemos pensar que instâncias socializadoras tradicionais como a família, as escolas, as instituições religiosas, o Estado e, até mesmo, o próprio indivíduo, passam em alguma medida a ser, ver e se organizar como empresas. Isso pode ser observado nos estudos que utilizam a lente da empresarização e nos permite pensar em uma nova concepção e uma nova reconfiguração de *habitus*, um *habitus* empresarial que atua de maneira generalizada, modificando e transformando simultaneamente tanto os agentes como as estruturas no processo de socialização e de formação.

Nesse sentido, intensificado pelo neoliberalismo, que concebe o mercado como um processo de autoformação, auto educador e autodisciplinado, pelo qual o indivíduo aprende a se conduzir (Dardot; Laval, 2016), a ideia de empresa passa a atingir o que Bourdieu chama de eficácia simbólica que, ao ser tomada como natural, passa a ser referência para os mais diversos espaços e agentes. Isto posto, neoliberalismo para Bourdieu, conforme Grün (2017), é uma teoria econômica poderosa, promovida como uma crença racional a ser adotada globalmente, cuja eficácia amplifica significativamente por meio de seu poder simbólico.

Nesse sentido, o *habitus* empresarial se constitui como uma visão de mundo, uma espécie de orientação assentada na ideia de empresa que altera as disposições individuais e coletivas. Um referente simbólico central na constituição de nosso mundo e que se reproduz como uma forma de manutenção de uma determinada ordem social. Desse modo, a tendência dos indivíduos é adotar cada vez mais características e práticas empresariais, como sinônimo de sucesso de vida profissional, pessoal e afetiva.

Aqui, é importante ressaltar, segundo Peters (2020), a dimensão libidinal do *habitus*, a qual abrange os interesses e vontades que motivam o agente a participar nos jogos do mundo social, investindo seus recursos na busca de bens materiais ou ideais. A dimensão libidinal do *habitus* destaca o que Bourdieu enfatiza sobre o fato de que o *habitus* não é o destino dos indivíduos, conforme ressaltado por Setton (2002, p. 61), mas é “um sistema de orientação ora consciente ora inconsciente. *Habitus* como uma matriz cultural que predispõe os indivíduos a fazerem suas escolhas”.

Assim, nossa reflexão sugere que o processo de empresarização é resultado de um lento trabalho de “alquimia social” (Bourdieu, 1989), no qual ocorrem processos simbólicos e práticos que conferem legitimidade à tal ordem econômica, e que passa a constituir aquilo que denominamos de *habitus* empresarial.

## **A Convergência: Empresarização e *Habitus* Empresarial**

Os estudos sobre o processo de empresarização, mencionados na segunda seção do texto, nos mostram que há uma tendência à incorporação dos traços empresariais na dinâmica das sociedades modernas. Isso se manifesta nas mais diversas esferas da vida, no Estado, nas organizações (culturais, religiosas, esportivas, educacionais) e, inclusive, no próprio indivíduo, que passa cada vez mais a incorporar a lógica do homem-empresa ou do sujeito empresarial. Esse é um processo que tende a se consolidar através da produção, do consumo e da interiorização de um conjunto de símbolos que remetem à instituição empresa, a própria *doxa* empresarial como visão de mundo central.

O processo de empresarização torna-se então simbolicamente dominante, constituindo uma crença, legitimada pela alquimia social (Bourdieu, 1989). A empresa, portanto, passa a ser vista como natural, como um mundo mágico e sedutor, isto é, libidinal, determinando os mesmos objetos de disputa, os mesmos princípios éticos, moralizadores, as mesmas regras e os mesmos “bens de salvação” disputados e necessários para sobreviver e ascender dentro de qualquer espaço tornando todos cada vez mais parecidos. As regras do jogo, agora, são as regras da empresa, é a cultura da empresa enraizada na socialização dos indivíduos. Por isso, podemos pensar que a empresa, enquanto instituição (Abraham, 2006), também é produtora de bens simbólicos, que homogeneizam comportamentos, regras e crenças, como uma resposta para os problemas de todos. Esse processo transforma a experiência individual em experiência coletiva, compreendida como um *habitus* de classe ou de grupo, apresentando sistemas comuns de percepção, de concepção e ação (Bourdieu, 2009).

Como destacado por Solé (2008), a empresa é uma “invenção moderna”, ela nem sempre existiu e, desde que existe, vem constantemente atualizando sua forma de organizar, seus pressupostos e suas características. Esse também é o movimento de construção e atualização de um *habitus* de uma sociedade, uma vez que, considerado um produto da história, é constantemente atravessado por novas influências e novas configurações sociais, políticas e econômicas, por exemplo, representando aquilo de mais característico e central de cada período histórico e que se materializa nessa organização e nos indivíduos que são em alguma medida atravessados por ela.

A noção de *habitus* empresarial tal qual foi orquestrada e pensada para esse trabalho observa a empresa como um dispositivo de manutenção e legitimação de privilégios e posições sociais que se sustentam através de pressupostos e práticas inerentes ao modelo empresarial, algumas mais superficiais e perceptíveis, outras mais profundas e imperceptíveis. As relações sociais aqui estabelecidas como elementos que caracterizam esse *habitus*, oriundas dos modos de agir e pensar do campo empresarial, são uma forma de expressão e reprodução dos modelos empresariais que foram em algum momento repassadas para esses agentes. Quando entendemos que a origem desses modos de agir e pensar e das suas respectivas relações sociais pode estar em outras instâncias de socialização, percebemos que elas são capazes de incorporar outros tons, não mais tidos como estritamente racionais que dão sustentação a ideia de empresa, como pensavam os autores iniciais do processo de empresarização.

Dito isso, podemos pensar que o individualismo e a invenção da realidade econômica, quando observado sob os seus aspectos simbólicos, remetem a uma constante acumulação e manutenção de capital, não apenas material e econômico, mas também cultural, social e simbólico. Uma lógica que se faz presente já com a ideia de sucesso escolar do agentes descendentes de frações da burguesia e de um capital herdado por linhagens familiares, capaz de diferenciar os indivíduos, seja no seu comportamento, na estética, na fala, nas vestes ou naquilo que possui, travando lutas dentro dos campos e garantindo posições sociais determinadas desde o nascimento e preservadas através do parentesco, estratégias de fecundidade, estratégias econômicas, estratégias matrimoniais ou estratégias de sucessão (Bourdieu, 1989; 2006; 2015, 2020).

As relações impessoais, decorrente do egoísmo (Smith, 1996) e da solidariedade orgânica (Durkheim, 1999), são uma expressão desse individualismo, revelando a maneira como se dão as relações entre os indivíduos e as coisas, que agora passam a ser baseadas a partir de um cálculo de utilidade, de maximização de capital e de lucro, onde todas as relações podem ser, em alguma medida, objetivadas. A noção de acumulação e preservação de um capital herdado que liga os indivíduos e reforça suas relações, passa a ser central e orientar com quem e porque os indivíduos vão manter suas relações, uma vez que a eficácia e a eficiência

dos agentes dependem de capitais herdados, especialmente, no meio familiar. Por isso, a instituição família possui um determinado peso, já que representa a “origem social” que influencia diretamente nas relações entre os indivíduos, condicionando um sistema de hierarquização, calcado na disciplina e na obediência (Bourdieu, 2015) - modelo comumente utilizado e reproduzido em qualquer meio empresarial -, e que contribui para a consagração de uma organização baseada nas figuras de poder, nos papéis e funções já estipulados nesta primeira instância e servindo de sustentáculo para um outro tipo de relação social que expressa um outro modo de agir e pensar empresarial: o racionalismo e a dominação.

Como uma característica que diferencia a sociedade moderna de outras sociedades da história, o racionalismo e a dominação, tem sua origem no seio das mais variadas organizações e na sua forma de conceber a ideia de trabalho, de papéis e de funções. Sustentada pelo princípio da hierarquia e da divisão de tarefas, geminada na instância familiar, onde essas divisões acontecem pela primeira vez, normalmente baseadas nas figuras de poder do meio familiar: o pai e/ou o marido; e para o meio empresarial, o CEO, o chefe. Uma divisão de cargos que ao ser influenciada pela instância familiar, reforça também a divisão sexual do trabalho, reservando os postos de liderança, cargos de administradores e gestores, a estrutura do espaço, o lugar de assembleias, reservados aos homens, enquanto a casa, por exemplo, reservada às mulheres (Bourdieu, 2020).

Ademais, cabe aqui o destaque para a influência de organizações militares, calcadas na hierarquia e na obediência adquirida em um processo de ação pedagógica para uma conversão de *habitus*, com o propósito de homogeneização e padronização dos iniciantes, perceptível na farda, no corte de cabelo, no comportamento e na postura (Rosa; Brito, 2009). No caso das organizações empresariais, perceptível nos uniformes, ou vestimentas típicas de executivos (ternos, camisas, gravatas, etc), que se diferenciam das vestimentas de operários ou funcionários em posições hierárquicas mais baixas, na nomenclatura dos cargos, nas posições e papéis ocupados, nas formas de comunicação e, principalmente, em quem ocupa cada uma dessas posições no meio empresarial, revelando também a reprodução de divisões sociais. As relações de dominação, controle e poder, oriundas desse processo e com respaldo de outras instituições socializadoras consagradas socialmente, parecem ganhar um sentido moral ou ético, quando ligadas às figuras de poder dentro de qualquer organização ou instituição (De Clerq, Voronov, 2009; Freitag, Hoppen, 2020; Cuadra Palma, Restrepo Quintero, 2020), sendo muito pouco questionadas.

Fruto dessa divisão do trabalho, as relações de trabalho ou funcionais fazem com que os indivíduos sejam constantemente agrupados pela função que executam e, também, reconhecidos por elas, como se tivessem papéis e posições pré-determinadas, orientados por um cálculo utilitário na sociedade. No entanto, quando associada a uma instância tradicional como a família e a escola que transmitem os pressupostos

da representação patriarcal, contribuindo para traçar tanto os destinos sociais como também a intimidade das imagens de si mesmo. Da mesma forma, a Igreja, marcada pelo antifeminismo, e pela imposição de uma moral familiarista dominada pelos valores patriarcais e pelo dogma da inferioridade das mulheres (Bourdieu, 2020), fortalece e sustenta a divisão sexual do trabalho não apenas no âmbito familiar, mas em qualquer espaço de trabalho, em qualquer organização que incorpore as formas de organizar baseadas na hierarquia e divisão de cargos ou tarefas.

As relações impessoais, as relações de trabalho e, incluímos aqui, as relações de consumo, são a expressão de um terceiro hábito coletivo: o mito fundador da escassez. Baseado na satisfação ilimitada de necessidades e na escassez de recursos para supri-las, que na lógica moderna só são passíveis de realização através do dinheiro e do trabalho, carrega em sua essência o discurso e a lógica das instituições religiosas, que se faz presente até os dias de hoje, garantindo o aspecto “divino” do trabalho que dá sentido a ação humana ao mesmo tempo que permite satisfazer necessidades (Weber, 2004). Da mesma forma, a lógica da acumulação, é vista como requisito de salvação, sobretudo, como papel de distinção entre os indivíduos (Bourdieu, 2015), manutenção de capital econômico, mas também material e simbólico, demonstrando que tal forma de pensar e agir não é natural e própria da empresa, mas naturalizada por ela.

Essa é também uma maneira, de justificar a ideia de propriedade, baseada na concepção liberal de homem, como uma tendência natural, “divina”, amplamente justificada e defendida pela própria Igreja e nas teorias econômicas e liberais mais ortodoxas, que durante muito tempo orientaram as formas de atuação dos mercados e, conseqüentemente, de atuação da empresa (Rodrigues; Silva, 2019a). As relações de exploração ou de assalariamento são o resultado desse processo de apropriação e divisão desigual dos bens de produção, da exploração do homem pelo homem, sustentados pela ideia de propriedade (Solé, 2008, Rodrigues, Silva, 2019a). Para além da distribuição desigual, essa lógica se sustenta através da ideia da dívida, uma que vez que um determinado grupo de indivíduos são vistos como “credores”, amparados por uma ordem moral, ética e tradicional, baseada na boa-fé das transações comerciais legitimados pelo nome ou pela marca do indivíduo e da linhagem familiar, e um outro grupo de indivíduos são vistos como “devedores”, que detêm obrigação de manter estas relações (Bourdieu, 2006).

Da mesma forma, a inovação, o desenvolvimento e o mito do progresso, que se tornou na sociedade moderna uma forma de crença, de ideologia, como um elemento central à manutenção e distinção do sistema vigente e consolidado pela ideia de empresa, também considerada como algo natural e necessário para o desenvolvimento da sociedade moderna. Tanto a propriedade como a própria ideologia do progresso e a crença na inovação, são atravessadas por um processo de consagração e acumulação constante de capital, simbolizado e justificado pelo

nome da família ou da linhagem sob o pretexto do reconhecimento, do prestígio e da dívida, reforçadas por um discurso moralizador e progressista de melhorar sua condição e garantir o bem-estar de algumas famílias (Bourdieu, 2020; 2006; 2015).

As relações concorrenciais que passam a acontecer quando o desenvolvimento econômico é impulsionado pelo progresso técnico e que remetem à busca pela satisfação de necessidades, quando associado à uma noção religiosa, familiar ou escolar, passa a ser um traço necessário para a sobrevivência nos mais variados campos, uma vez que o que determina a posição social dos atores baseia-se na acumulação e preservação de capital simbólico e/ou material. Esse traço também é relevante no trabalho de Chalita (2008), que aponta a necessidade de incorporação progressiva de habilidades necessárias para definir e viabilizar estratégias comerciais e competitivas que estejam cada vez mais adequadas à lógica do mercado.

Até aqui, nos propomos a discutir os modos de agir e pensar que norteiam o comportamento empresarial, sob uma lente bourdieusiana. Isso significa buscar compreender a origem desses chamados “hábitos coletivos” (Abraham, 2006), porque se fazem tão presentes no ideário moderno e porque são tão naturalizados para tantos espaços. Uma das explicações se dá, pelo fato de que eles tendem a ir ao encontro de traços que já se fazem presentes no processo socializador dos indivíduos recebido através de outras instâncias e que agora, são também incorporados pela instituição empresa central no mundo moderno e, por isso, referência para tantas esferas.

Na tentativa de ilustrar as interpretações feitas até aqui, elaboramos um quadro teórico que compreende como esses modos de agir e pensar são interpretados no escopo da teoria da empresarização e como passariam a ser observados sob uma perspectiva simbólica, evidenciando suas principais características. Cabe destacar, que esse quadro não é estático e muito menos linear, o que significa que, por exemplo, não existe uma relação direta entre as “maneiras de agir e pensar” e as “relações sociais”, essa foi uma associação feita para fins didáticos, mas que pode ter outras interpretações e associações, uma vez que elas podem ser uma expressão de mais de uma das maneiras de agir e pensar. Assim sendo:

**Quadro 1:** A dimensão simbólica do processo de empresarização do mundo.

<b>Modos de agir e pensar</b>	<b>Relações desencadeadas</b>	<b>Sob a lente da Empresarização</b>	<b>Sob uma dimensão simbólica</b>
O individualismo e a invenção da realidade econômica	Relações impessoais.	Baseia-se na concepção de lucro, do cálculo utilitário e maximização de capital; Busca de maior eficiência; Dependência que liga os indivíduos, orientada por uma visão individualista e egoísta de indivíduo; Tendência a objetificação do outro e das coisas.	Manutenção de capital simbólico (cultural e/ou social) e posições sociais; Dependem de capitais herdados e conservados no meio familiar, reproduzidos através do parentesco e do matrimônio.
O racionalismo e dominação	Relações de poder e dominação; Relações de trabalho ou funcionais.	Organização racional do trabalho e do mundo; Modelo de dominação hierárquica, calcada nas regras, na obediência e na qualificação profissional; Determinam papéis e funções aos indivíduos, baseado em critérios de utilidade e maximização de lucro. Dissemina o processo de divisão do trabalho.	Herda de tradições religiosas, familiares patriarcais e de organizações militares, a ideia de hierarquia e obediência passa a ser baseada nas figuras de poder destas instâncias; Reproduzem a divisão sexual do trabalho, dos cargos e funções; Atribui sentido moral e ético às relações de poder.
O mito fundador da escassez	Relações de consumo; Relações de trabalho; Relações impessoais.	Busca por satisfação de necessidades ilimitadas; Dinheiro e o trabalho vistos como facilitadores e mediadores; O consumo ilimitado passa a ser natural e necessário à vida moderna.	Associado às influências religiosas e a lógica do trabalho, a acumulação é vista como um aspecto divino e de salvação; Cumprir o papel de distinção dos indivíduos na sociedade a partir das suas posses.
A propriedade privada, apropriação e exploração	Relações de exploração e assalariamento; Relações de consumo.	Baseada na expropriação e distribuição desigual de capital; Reproduz a exploração do homem pelo homem;	Visão legitimada e influenciada pela concepção liberal de indivíduo, como tendência natural justificada e defendida pela Igreja; Sustenta-se na ideia da dívida amparada pelas transações legitimadas pelo nome ou marca do indivíduo ou da família.
A inovação, o desenvolvimento e o mito do progresso	Relações concorrenciais.	Modelo de crença, de ideologia, na sociedade moderna, para a manutenção do sistema vigente e que justifica o avanço necessário das civilizações modernas; Noção de desenvolvimento econômico impulsionado pelo progresso técnico.	Disseminada sob o discurso moralizador, progressista de salvação e busca de bem-estar familiar.

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2024).

Qualquer uma das relações aqui citadas, quando associadas às instâncias tradicionais e, principalmente, associadas aos discursos religiosos, carregadas de aspectos simbólicos, incorporam tons, não mais racionais, mas de divindade. As instâncias tradicionais de socialização fornecem elementos que sustentam ainda mais o fenômeno e as próprias relações sociais que fundamentam a ideia de empresa, uma vez que são vistas como bens simbólicos de salvação. Além disso, elas nos permitem elencar uma série de símbolos que remetem à instituição empresa, a saber: as formas de dominação, poder e controle, as divisões do trabalho, tarefas e papéis, a importância da lógica de consumo e do dinheiro (moeda) como um facilitador e intermediador de qualquer relação, a objetificação de tudo (como produto), inclusive, do próprio indivíduo, as criações e destruições, relações de exploração, expropriação e assalariamento, o individualismo, o egoísmo, as lutas de classes, manutenção e acumulação de capital material e simbólico, o discurso de inovação, liberdade e progresso, a hierarquia, disciplina, obediência às leis e normas, a concorrência, o lucro e a satisfação de necessidades.

Ao realizar tais aproximações e reflexões, entendemos o *habitus* empresarial a partir dessa união entre o clássico e o moderno. Um *habitus* calcado em pressupostos individualistas, racionais e econômicos, que reforçam a centralidade da ideia de empresa, seu conjunto de práticas e discursos e que, ao mesmo tempo, incorpora valores oriundos de outras instâncias socializadoras (família, igreja, escola e Estado), garantindo a consagração desse processo. Um norteador de comportamentos e ações, presente tanto na subjetividade de cada indivíduo como na forma de constituição das mais diversas estruturas e que se reproduz como uma forma de manutenção de uma determinada ordem social que constitui a empresa e a ideia de empresa e, conseqüentemente, se faz presente em espaços fora dela.

Existe uma fé nos preceitos empresariais, uma libido, que legitima a crença no modelo de organização empresarial que formata mundos (Grün, 1999), passando a promover motivações e desejos inconscientes que podem influenciar a forma como os indivíduos internalizam e reproduzem as estruturas sociais do *habitus*. Isto posto, a crença na empresa como instituição central no mundo, transforma o comportamento e o conjunto simbólico que remete à essa instituição, chamado aqui de *habitus* empresarial.

## **Breves Considerações Finais**

Este trabalho teve o objetivo de associar a teoria do processo de empresarialização às principais contribuições de Pierre Bourdieu para discutir a dimensão simbólica do referido processo e delinear o conceito de *habitus* empresarial. A partir da discussão teórica realizada, ficou evidente que o *habitus* empresarial como uma

força socializadora, compreende um conjunto de valores e saberes não apenas relacionado a aspectos predominantemente mercadológicos, empreendedorísticos ou, até mesmo, resumido à determinadas posições de poder de certos agentes.

Entender a dimensão simbólica do processo de empresarização, permite identificar o surgimento de um *habitus* empresarial, entendido aqui como um produto da história, que recebe influência política, econômica e cultural, seja do mundo moderno e do clássico. Um conjunto de práticas e comportamentos fortemente influenciados por discursos liberais presentes no mundo corporativo e, ao mesmo tempo, que marcam e não o esquecimento de práticas, enraizadas e consolidadas por estruturas tradicionais de socialização, tais como a moral familiar ou religiosa.

Entender como o *habitus* se caracteriza e a forma como ele pode atuar em diferentes espaços e campos, é uma ferramenta que nos possibilita olhar para uma realidade social e fazer relações e interpretações sobre o cenário político, econômico, cultural e social. Longe de encerrar a discussão, este texto buscou fornecer um ponto de partida, uma aproximação inicial e uma aposta teórica para tentar avançar na discussão sobre empresarização seja a partir do aprofundamento das características que constituem o *habitus* empresarial ou de investigações nos mais variados campos.

## REFERÊNCIAS

ABRAHAM, Yves-Marie. L'entreprise est-elle nécessaire? In: DUPUIS, Jean-Pierre (org.). **Sociologie de l'entreprise**. Montréal: Gaëtan Morin Editeur, 2006.

ARAÚJO, Ayana Zanúncio; SILVA, Rosimeri Carvalho da. A Agricultura Familiar e a expansão das Relações Sociais inerentes à Empresa. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 5, p.85-112, 2016.

ARNONI, Vitor Abreu. **Vender a si mesmo e a sua verdade**: o processo de empresarização do eu dos músicos produtores de conteúdo digital. Orientador: Marcio Silva Rodrigues. 154f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2022.

BADIA, Octavio de Castilhos. **O posicionamento das empresas de educação na construção do Plano Nacional de Educação 2014-2024**: uma análise a partir da teoria da empresarização. 2017. 125 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

BARCELOS, Marcio.; RODRIGUES, Marcio Silva. Concepções de Política Pública e Práticas Discursivas: Uma Análise sobre as Políticas para a Educação Superior nos Governos Lula (2003-2010). **Archivos Analíticos de Políticas Educativas/Education Policy Analysis Archives**, v. 25, p. 123, 2017.

BORGES, J. C. P.; RODRIGUES, M. O Estado e a generalização da forma empresa: uma análise da percepção de agentes públicos acerca do papel da Secult em Pelotas/RS. **Revista Sinergia**, v. 21, n. 2, p. 81-94, jul./dez. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kühner. 18 ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2020.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: Crítica Social do Julgamento**. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2015, 560 p.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático**. Petrópolis: Vozes, 2009

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. 3 ed. Porto Alegre, RS: Zouk, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando de Tomaz. Memória e Sociedade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CASANOVA, J. L. Uma avaliação conceptual do “habitus”. **Revista Sociologia – Problemas e Práticas**. Nº 18, 1995, p. 45-68.

CHALITA, Marie Anne Najm. Produção do habitus empresarial na citricultura paulista. **Rev. de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 55, n. 1, p. 41-61, jan./jun. 2008.

CLASTRES, Pierre. **A Sociedade Contra o Estado (artigo)**. Título Original: *Lê Societé contre l’Etat*. 1974 (Trad. Bras. Theo Santiago. 2004)

CLEGG, Stewart. **Organizações Modernas**. Londres: Sage, 1998.

COSTA, Cristiane Simões Neto. **A Empresarialização do Espaço em Cidades Locais: um estudo no município de São José do Norte**. 2017. 100f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

COSTA, Carlos Everaldo Silva da. **Processo de Empresarialização nos clubes de futebol e as consequências sobre o controle organizacional**. Orientadora: Rosimeri Carvalho da Silva. 2005. 208 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

COSTA, Carlos Everaldo Silva da; SILVA, Rosimeri Carvalho da. **Empresarialização e controle organizacional: um estudo nos clubes de futebol em Santa Catarina**. **Cadernos EBAPÉ.BR**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 4, p.1-16, 2006.

CUADRA PALMA, Lorena Natalia; RESTREPO QUINTERO, Katherine. La mutación del habitus empresarial chileno a partir de dos metáforas sobre el liderazgo femenino. **Revista Científica General José María Córdova**, [S. l.], v. 18, n. 30, p. 461–476, 2020. DOI: 10.21830/19006586.592.

FREITAG, Viviane da Costa; HOPPEN, Norberto. O Habitus dos Gestores e o Campo na Adoção de Sistemas de Informação. **XIV Congresso ANPCONT**, Foz do Iguaçu, PR, 2020. Disponível em: [https://www.anpcont.org.br/pdf/2020\\_CCG481.pdf](https://www.anpcont.org.br/pdf/2020_CCG481.pdf). Acesso em: 18 jun. 2023.

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

DE CLERQ, Dirk; VORONOC, Maxim. Toward a Practice Perspective of Entrepreneurship. **International small business journal**, 27(4), p. 395–419. 2009.

DUMONT, L. **Homo Hierarquicus** – o sistema de castas e suas implicações. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

DURIEUX, A. **O processo de empresarização do voleibol catarinense**. Orientadora: Eloise Helena Livramento Dellagnelo. 2005. 146 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DUQUIA, Andressa Andrade; FRANZ, Alice Hübner; BARCELOS, Márcio; RODRIGUES, Marcio Silva. Políticas públicas e estudos organizacionais: uma articulação teórica para analisar as formas de organização dos programas de pós-graduação da Universidade Federal de Pelotas (Brasil). **Education Policy Analysis Archives**, 30, (142), 2022.

ETZIONI, Amitai. **Organizações Modernas**. São Paulo: Pioneira, 1968.

FRANZ, Alice Hübner; LEITE, Elaine da Silveira; RODRIGUES, Marcio Silva. O processo de empresarização e o discurso da universidade empreendedora: Uma análise da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). **Arquivos Analíticos de Políticas Educativas**, v. 28, p. 177, 2020.

FRANZ, Alice Hübner; RODRIGUES, Marcio Silva. Da Universidade operacional à Universidade empreendedora: reflexões sobre o avanço do neoliberalismo na educação superior brasileira. **SIMBIÓTICA**, v. 8, p. 53-85, 2021.

GONÇALVES, Julio Cesar de Santana; SERRA, Antonio Roberto Coelho; COSTA, Carlos Everaldo Silva. A empresarização do sagrado: um estudo sobre a estruturação de igrejas protestantes brasileiras. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 6, n. 2, p. 1-14, 2007. Disponível em: <https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/124>. Acesso em: 03 dez. 2024.

GRÜN, Roberto. Neoliberalismo. In: CATANI, Afrânio Mendes; NOGUEIRA, Maria Alice; HEY, Ana Paula; MEDEIROS, Cristina Carta Cardoso de. (Organização). **O Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017, p. 275-277.

GRÜN, Roberto. Modelos de empresa, modelos de mundo: sobre algumas características culturais da nova ordem econômica e da resistência a ela. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 14, p. 121-140, 1999.

KAY, Joanne; LABERGE, Susana. The New Corporate Habitus in Adventure Racing. **Revista Internacional para a Sociologia do Esporte**, v. 37, n.1, p. 17-36, 2002.

LOCKE, John. **Segundo Tratado sobre o Governo Civil**. São Paulo: Martin Claret, 2003.

NASCIMENTO, Luciana Silva do; SILVA, Márcia Gomes dos Santos. Agência de Inovação da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e a construção do *habitus* empreendedor a partir da formação docente. **Educação Contemporânea - Volume 25 - Ensino, Pesquisa e Extensão Belo Horizonte– MG: Poisson, 2021** DOI: 10.36229/978-65-5866-077-4

ONOFRE, Isabel Sarkis; TAVARES; Larissa Ferreira; FOSSÁ, Juliano; RODRIGUES, Marcio Silva. Do hippie ao chique: os signos presentes no consumo de cestas de alimentos orgânicos. **Acta Ambiental Catarinense**. Vol. 20 n.1. 2022.

ORTIZ, Renato. A procura de uma sociologia da prática. In: BOURDIEU, Pierre, **Sociologia**, São Paulo: Ática, 1983.

PETERS, Gabriel. Bourdieu em pílulas (4): algumas propriedades do *habitus*. **Bloglabemus**. Publicado em 16 de março de 2020. Disponível em: <https://blogdolabemus.com/2020/03/16/bourdieu-em-pilulas-4-algumas-propriedades-do-habitus-por-gabriel-peters/>. Acesso em: 03 dez. 2024.

RODRIGUES, Marcio Silva. O Novo Ministério da Verdade: o discurso de Veja sobre o ensino superior e a consolidação da ideia de empresa no Brasil (1968-2020). **DISCURSO & SOCIEDAD**, v. 15, p. 464-497, 2021.

RODRIGUES, Marcio Silva. **O novo ministério da verdade**: o discurso de VEJA sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil. 2013. Tese de Doutorado em Administração – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013.

RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da. Empresarização e Modernidade: A ideia de Empresa no Centro do Mundo. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**. v. 6, n. 1, p. 40- 76, abr. 2019a.

RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da. Nova república, novas práticas: uma análise do processo de empresarização do ensino superior no Brasil (1990 - 2010). **Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade (Farol)**, v. 6, n. 15, p. 176-218, 2019b.

RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, R. C. da. Empresarização no Figueirense Futebol Clube no Sport Club Internacional. **Gestão. Org**, Recife, v. 4, n. 3, p. 38-54, 2006a.

RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da. Clientes ou torcedores: a empresarização do futebol no Brasil. **Revista Alcance**, Biguaçu, v. 13, n. 2, p. 167-184, 2006b.

RODRIGUES, Marcio Silva. **Os mercadores de emoção**: um estudo sobre a empresarização de clubes de futebol no Brasil e sua configuração estrutural. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio Econômico. Programa de Pós-graduação em Administração, 2006

RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da; DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento. O Processo de Empresarização em Organizações Culturais Brasileiras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 66-85, jan./mar. 2014.

ROSA, Alexandre Reis; BRITO, Mozar José de. Ensaio sobre violência simbólica nas organizações. **Organizações & Sociedade**, v. 16, n. 51, art. 2, p. 629-646, 2009.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **A Origem da Desigualdade Entre os Homens**. São Paulo: Editora Escala, 2007

SAHLINS, Marshal. **A primeira sociedade da afluência**. In: CARVALHO, Edgard Assis (org.). **Antropologia Econômica**. São Paulo: Ciências Humanas, 1978 p. 7-44.

SCHUMPETER, Joseph. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SCHUMPETER, Joseph. A. **História da Análise Econômica**. Rio de Janeiro: Aliança, 1964.

SERRA, Antonio Roberto Coelho. **A empresarização do sagrado**: um estudo sobre a estruturação de igrejas dos protestantismos brasileiros. Orientadora: Rosimeri Carvalho da Silva. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. 195f.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n.20, p.60-70, maio/ago. 2002.

SIMMEL, Georg. O dinheiro na cultura moderna. In: SOUZA, J. E OËLZE, B. (Orgs) **Simmel e a Modernidade**. Brasília: Editora UNB,1998

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SOLÉ, Andreu. **Créateurs de mondes – nos possibles, nos impossibles**. Paris: Éditions du Rocher, 2000

SOLÉ, Andreu. L'entreprisisation du monde. In: CHAIZE, Jaques; TORRES, Félix. **Repenser l'entreprise**: Saisir ce qui commence, vingt regards sur une idée neuve. Paris: Le Cherche Midi, 2008.

SOLÉ, Andreu. ¿Qué es una empresa? Construcción de un idealtipo transdisciplinario. **Working Paper**. Paris, 2004.

TAVARES, Larissa Ferreira. **Empresa, Mercado e Cultura**: o processo de empresarização no Grupo Tholl. Orientador: Marcio Silva Rodrigues. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2011. 88 f.

TOMETICH, Patricia. **O empreendedorismo como uma relação assalariada**: um estudo sobre um traço da empresarização. Orientadora: Rosimeri de Fátima Carvalho da Silva. 2019.. Tese. (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019, 196 f.

TOMETICH, Patricia; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da. O processo de empresarização e as mudanças nas relações de assalariamento e exploração. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 2, p. 71-87, abr./jun. 2018.

VARGAS, Leticia Marques; RODRIGUES, Marcio Silva. A empresarização dos Centros de Tradições Gaúchas: uma análise das relações de concorrência e de consumo. **Revista Gestão Organizacional**. v. 12 n. 4. Set/Dez, 2019.

WACQUANT, Loïc J. D. Notas para esclarecer a noção de habitus. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 6, n. 16, p. 5-11, 2007, ISSN 1676-8965.

WEBER, Max. **A Ética protestante e o espírito do capitalismo**: texto integral. São Paulo: Martin Claret, 2004.

WEBER, Max. Os fundamentos da organização burocrática: uma contribuição do tipo ideal. *In*: CAMPOS, Edmundo (Org. introd. trad.). **Sociologia da burocracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

**Submetido em: 25/05/2024**

**Aprovado em: 17/09/2024**