

AREA TEMÁTICA: GESTÃO DE PESSOAS

**RITUAIS DE GESTÃO: UM ENSAIO TEÓRICO SOBRE A ORGANIZAÇÃO DO
ENCANTO E A MANIPULAÇÃO**

RESUMO

O presente ensaio teórico discute, no contexto brasileiro, as perspectivas da relação de trabalho em modelos de gestão sob a ótica dos rituais corporativos, bem como seus impactos na construção do homem social no universo organizacional. Os rituais de gestão atuam como instrumentos de poder político institucional com objetivo de suscitar relacionamento e identificação entre empregado e empregador. A associação da cultura corporativa ao alto desempenho implica, segundo estudos, na sobrevivência do negócio e no seu diferencial competitivo, mas as ações para a definição de certa estrutura estratégica podem coibir o trabalhador como indivíduo livre em sua forma de pensar, agir, deixando assim de ser protagonista de sua própria história. O alinhamento teórico dos conceitos estudados conclui que examinar o indivíduo como peça de um jogo de poder hierarquiza sua vida e o impede de ter o controle sobre seu conhecimento, reconhecimento, inquietações e aspirações.

Palavras-chaves: Rituais de gestão; Modelos de gestão; Cultura organizacional.

ABSTRACT

In the Brazilian context, this theoretical essay discusses the perspectives of the work relationship in management models from the perspective of corporate rituals and their impacts on the construction of the social man in the organizational universe. Management rituals act as instruments of institutional political power with the aim of evoking relationship and identification between employee and employer. The association of corporate culture with high performance implies, according to studies, the survival of the business and its competitive differential, but the actions for the definition of a certain strategic structure can restrain the worker as a free individual in his way of thinking, acting thus leaving to be the protagonist of his own story. The theoretical alignment of the studied concepts concludes that examining the individual as part of a power game hierarchizes his life and prevents him from having control over his knowledge, recognition, restlessness and aspirations.

Keywords: Management rituals; Management models; organizational culture.

1 Introdução

A gestão das organizações, passando os conceitos e consequências das visões tayloristas e fordistas, buscou incorporar os indivíduos como sistemas importantes para a sobrevivência e sucesso empresarial; porém, tais indivíduos não podem simplesmente “existir” e “trabalhar”; eles precisam estar imbuídos de uma cultura na qual suas motivações pessoais e sentimentos coadunam com os preceitos da gestão para qual trabalham e por ela são manipulados para que corpo e alma se fundam num processo contínuo de sedução.

A ação racional dessa sedução, também chamada, segundo Motta e Freitas (2002), de perversão, propõe uma “adesão livre” aos projetos da organização, cuja concepção estratégica assume o compromisso da alta performance e excelência. Contudo, a adesão não é livre por assim dizer, mas é atraída por meio de artifícios que estrategicamente são pensados para envolver as aspirações do indivíduo a favor do objetivo primordial da organização.

Nesse esteio, a cultura organizacional é tida como principal estratégia de gestão, postulando trabalhar, nos rituais corporativos, o controle e poder sobre aqueles que estão sob sua estrutura; a partir de então, iniciam-se as técnicas formais e informais para manutenção da ordem perfeita no ambiente de trabalho.

Desde simples interações, como espaços reservados para o café, ou o uso de insígnias, como símbolos a serem estampados no peito, tais ações representam os sistemas propostos pelos ritos, rituais e cerimônias, orientando inconscientemente o comportamento do trabalhador em prol dos propósitos empresariais e ocultando a manipulação psicológica a que ele está sendo submetido.

Assim sendo, considerando essas questões introdutórias, esse trabalho teve como objetivo discutir as perspectivas das relações de trabalho em modelos de gestão sob a ótica dos rituais corporativos. Para isso, tal estudo inicia-se com a introdução, que abre o debate sobre a problemática do uso dos modismos gerenciais e suas consequências; por conseguinte, na segunda seção, recorre-se a literaturas que trabalham a essência da cultura organizacional (MOTTA; FREITAS, 2002; MAESTRI, 2023); na terceira seção são identificadas as representações de poder sob a alcunha de rituais (SANCHES, 2016; SILVA; FOSSÁ; RAMOS, 2013; FREITAS, 2010); na quarta seção lança-se a discussão sobre o papel dos rituais e seu contexto de manipulação psicológica segundo Heloani (2003) Le Bon (1991); Birkinshaw; Mark (2017) e, por fim, na quinta seção, são expostas as considerações finais.

2 A cultura organizacional

O pulsar das organizações remete ao eterno movimento de buscar sempre a melhor maneira para desenvolver-se, atuar frente ao contrafluxo, enfrentando concorrentes, mudanças econômicas e de comportamento do consumidor; dessa forma, o caminho é árduo quando o desejo principal é protagonizar a própria ascensão superando desafios a fim de, acima de tudo, vir a se manter e se expandir cada vez mais, principal objetivo organizacional a ser perseguido por meio do papel ativo dos indivíduos da organização.

Para este efeito, é preciso que se construa, no indivíduo, a ideia de que o homem, ainda que preso na gestão estratégica da organização, necessita estar alinhado à falsa perspectiva de que tal prisão não existe e de que sua motivação é intrínseca, baseada na sua vontade de criar e desenvolver iniciativas que o levarão, a longo prazo, ao progresso corporativo; seu nível de engajamento, inicialmente

pessoal, passa a ser coletivo e com foco no lucro, fazendo das pessoas não colaboradores, e sim verdadeiros “guerreiros”, “heróis” e “ganhadores” (MOTTA; FREITAS, 2002, p. 29). E o trabalho torna-se ambiente perfeito para tais realizações.

O trabalho, segundo Freitas (1999), é uma referência para a construção social da auto-estima. Desse modo, como canalizar as inquietações, frustrações e alegrias de forma a interagirem positivamente para o ambiente organizacional? Conforme Banov (2009), as estruturas organizacionais desde muito tempo definem a forma como as atividades de uma organização são realizadas, bem como as cadeias de comando, interferindo diretamente nas margens de controle, padronização, normas de conduta e canais de comunicação, podendo esses serem de estruturas com redes limitadas e descendentes (de cima para baixo) até estruturas com comunicação lateral (entre todos) e ascendente (de baixo para cima).

Da mesma forma, a influência da cultura organizacional é relevante para tornar consistente a orientação de comportamento das pessoas em um ambiente físico corporativo. As empresas não nascem com um perfil cultural; tal perfil se ajusta ao ambiente externo e às pessoas que dele fazem parte, criando uma estrutura interna que provoque a leitura dessa interação; além disso, nesse ajuste nota-se que a leitura da cultura também reflete o comportamento da liderança e liderados (SUPER; HALL, 1978).

A aproximação entre as pessoas pela cultura remete ao pertencimento, tendo como referência esse ou aquele comportamento como uns dos instrumentos de motivação; a cultura organizacional, portanto, objetiva não só garantir uniformidade de pensamento, como também aumenta a percepção de território, referenciado a empresa como “marca-mãe, que a todos identifica e protege” (MOTTA; FREITAS, 2002, p. 67).

Buscando caracterizar a cultura organizacional, Maestri (2023) revisita pelos menos quatro principais tipologias na literatura clássica à temática, consideradas como canais de poder sobre as individualidades nas organizações: cultura do clube, em que a premiação ao indivíduo na organização advém do seu vínculo com uma figura de poder central; cultura de papéis, marcada pela burocracia, na qual o indivíduo disciplinado é reconhecido pelo seu papel na estrutura; cultura de tarefa, em que o indivíduo é valorizado pelas suas habilidades especializadas com foco no alcance de resultados; e, por fim, a cultura de pessoa, em que os indivíduos são valorizados em sua forma única e pelos seus interesses em detrimento de estruturas organizacionais.

À despeito de diferentes tipologias que a cultural organizacional pode vir a ser expressa, hodiernamente o seu forte desenvolvimento é imposto frente a constante mudança do atual mundo globalizado. Esse movimento, por sua vez, faz com que as organizações requeiram, progressivamente mais, o compromisso dos seus colaboradores para, assim, se manterem estratégicas e se blindarem, por meio de hábitos de pessoas na empresa e das ameaças do ambiente interno e externo (MAESTRI, 2023).

3 Os rituais de gestão

Os rituais de gestão têm papel importante no fortalecimento das culturas formais e informais e dessas últimas podemos exemplificar: as conversas durante o café, o almoço no refeitório e as interações na mesa de trabalho. Se as pessoas não se conhecem, a relação de confiança não é estabelecida. Equipes em que não há construção de um ambiente aberto para colocarem suas ideias estabelecem pouca confiança entre si (SANCHES, 2016).

Os rituais dito “formais” procuram expor, consolidar e delimitar a cultura da empresa e agregam a filosofia da empresa (oriunda principalmente dos fundadores), tipo de organização, papel da liderança e o ambiente físico. O ambiente físico exerce influência na padronização do que a empresa representa para o colaborador e para os *stake-holders*: a estrutura, layout e logotipo fazem referência ao que se quer comunicar e como a empresa quer ser vista (SILVA; FOSSÁ; RAMOS, 2013).

Muitas empresas ainda definem o ambiente como classificatório de status, como a disposição de espaços e objetos, divisão em células, localização, disponibilidade de itens específicos e acesso à tecnologia. A presença e ausência desses elementos reforçam o poder exercido pelo ambiente não somente nas boas práticas corporativas como também no comportamento/relacionamento e todas as chamadas *soft skills*, como: mediação de conflitos, proatividade, criatividade, pensamento crítico, flexibilidade, resiliência, organização/metodologia, autoconfiança estilos de liderança e senso de dono (*accountability*).

Na estrutura física, ainda há os símbolos, cuja disposição representa a unidade, hierarquia, tempo de empresa (crachás com cores diferentes conforme o tempo “de casa”) e também a linguagem, cujos jargões se especificam para cada ambiente corporativo (“vamos seguir nosso *deadline*”, ou “queremos sinergia dessa equipe”).

O material impresso disponível à vista (placas informativas sobre missão, valores) também constituem elementos de integração e padronização da dinâmica em grupo (TOMÉ; VIEIRA, 2017).

Dentro do contexto físico, os rituais de gestão ou cerimônias organizacionais são instrumentos usados para disseminar ou padronizar práticas esperadas através de práticas lúdicas, podendo ser simples ou complexas. Como exemplo, podemos citar: Todos usam vestimentas de mesma cor na festa de encerramento do ano no intuito de demonstrar unidade, objetivos em comum; festa de aniversário para os colaboradores que fazem aniversário no mesmo mês; cerimônia de troca de crachá à medida em que aumentam os anos de trabalho; canto do hino nacional brasileiro antes da abertura de eventos importantes etc.

A organização orienta a posição que cada indivíduo ocupa no espaço social e determina a linguagem, as formas de atuação, os comportamentos codificados etc. A interação se legitima, quase sempre, pelos modos e meios de comunicação adotados pela cultura dominante, assegurando uma relação imediata, de ordem estabelecida, entre os membros das corporações e distinguindo-os em classes ou níveis hierárquicos. Além disso, o espaço considerado “seguro” do ambiente corporativo causa, diferente dos instintos, o comportamento conforme ao hábito e ao aprendizado desempenhando um papel decisivo (PLEGER, 2019).

Os rituais ou ritos englobam um conjunto de crenças e valores, os quais regem comportamentos; na concepção de Freitas (2010), rituais são cerimônias planejadas que almejam desenvolver e fortalecer a concretude da cultura organizacional e menciona ainda que eles preenchem várias funções: comunicam a maneira como as pessoas devem se comportar na organização, sinalizam os padrões de intimidade e decoro aceitáveis, exemplificam a maneira como os procedimentos são executados e liberam tensões e ansiedades, visto que geralmente têm um lado criativo ou lúdico, dramatizando os valores básicos e exibindo experiências que poderão ser lembrados com mais facilidade ou como exemplos.

Segundo Segalen (2002, p. 31) “o rito ou ritual é um conjunto de atos formalizados, expressivos, portadores de uma dimensão simbólica.” Ela diz que rito ou ritual são sinônimos e que ambos servem para padronizar os comportamentos.

Os rituais sempre foram considerados elementos importantes para o desenvolvimento, qualificação e fortalecimento da cultura organizacional, se propondo a legitimar valores através de encontros de trabalho, sejam praticados em pequenos grupos ou em grupos maiores, mantendo assim a cultura organizacional através de um conjunto de valores, crenças e normas aceitas de forma consciente ou inconsciente - e desse conjunto de percepções - padrão formar assim a identidade da empresa.

Rios e Cunha também (2016) reforçam que os ritos, rituais e cerimônias do mesmo modo são denominados artefatos comportamentais. De forma geral, neste nível de comunicação se encontram todas as atividades planejadas de forma sutil e ao mesmo tempo complexa, com consequências práticas e expressivas para os indivíduos que integram a organização, como a participação em celebrações, apresentações, premiações, treinamentos, reuniões setoriais e de final de ano, entre outros.

Os rituais organizacionais configuram-se como meio eficazes para a interpretação dos aspectos culturais, pois nessas práticas são identificados os valores do grupo. Muitas empresas têm investido nos rituais, também chamados de momentos motivacionais, para causar impacto positivo na relação dos colaboradores (novos e antigos) à marca e assim engrandecer o papel (e a responsabilidade) de cada um no cumprimento das metas e objetivos da organização.

Freitas (2010) menciona os vários tipos de rituais e cerimônias que uma organização pode executar:

a) Os rituais de passagem: o indivíduo deixa da condição de estranho, para fazer parte do grupo por meio de um evento interno ou externo, que faz o indivíduo se sentir aceito pelo grupo e pela organização;

b) Os rituais de reforço e reconhecimento: comemoram os bons resultados com premiações, títulos ou aplausos;

c) Os rituais de integração: utilizam de festas e eventos sociais para aproximar o grupo;

d) Os rituais de redução de conflitos: são momentos de negociações;

e) Os rituais de renovação: são momentos do grupo discutir novos caminhos e projetos, geralmente através de reuniões;

f) Os rituais de degradação: retiram poder, sendo a demissão a mais radical deles.

Arelado à construção dos rituais, é fortuito identificar também a concepção e força do Mito, cuja interpretação para o mundo corporativo é privilegiar e valorizar, como modelo, o profissional que teve uma trajetória ímpar, extraordinária, e que merece ser um modelo a ser seguido.

Todavia, uma possível temática anacrônica se dá quando esses rituais ultrapassam às questões profissionais e adentram às questões pessoais, do ponto de vista dos próprios colaboradores.

4 A manipulação psicológica e o papel dos rituais

As mudanças na visão de organização e gerenciamento do trabalho, mesmo que sempre em adaptação e se modificando conforme mudanças no mundo contemporâneo, visaram, em suas concepções subjetivas, a necessidade de estabelecer uma rede de controles robusta acerca da relação empregado *versus* empregador.

Na ótica de Heloani (2003), a visão taylorista dos tempos e movimentos engendrava já um plano de poder, pressupondo um relacionamento entre capital e

trabalho. Esse plano de manipulação, então, foi aprimorado pela visão Fordista, cujo interesse pela gratificação salarial estava atrelada à produção originou a geração de consumo em massa, culminando na alienação e repressão.

O crescimento dos salários não agradou à corporação capitalista, que fez valer suas pressões, a começar pelos Estados Unidos, Europa e Japão, provocando sentimento de perda aos funcionários que, manifestando revolta, inviabilizaram os processos produtivos aumentando o índice de absenteísmo e turnover.

Este ponto de inflexão acarretou na tentativa de resolução a partir do rearranjo da relação entre os trabalhadores e os instrumentos capazes de retomar o controle. Assim, sob as dimensões de proteção e opressão, as empresas adotam o papel de gestoras da percepção dos trabalhadores, que no Brasil adotou a forma de Administração participativa e cujo instrumento de operação foca no equilíbrio entre produtividade e valorização do fator humano (HELOANI, 2003).

A administração participativa surgiu da necessidade de tornar os mecanismos de trabalho mais atrativos, tentando assim harmonizar os desejos dos jovens operários mais exigentes com a necessidade de crescimento do capital. Dessa forma, as empresas unem esforços no estímulo do desenvolvimento de iniciativas e “capacidades criativas” que, junto a um mercado agora bastante competitivo e sedutor, continuam exercendo controle indireto sobre o modo de agir e pensar dos trabalhadores. A manutenção da ordem é feita de forma subjetiva, como afirma Heloani (2003, p. 106), fazendo com que os funcionários “assimilem e incorporem suas regras de funcionamento como elementos de sua percepção”.

A apropriação das relações sociais e pessoais no ambiente corporativo ganha fôlego a partir da ótica subjetiva incutida aos trabalhadores, que confinados a um espaço em comum, identifica, como grupo, que está fazendo parte de um grupo privilegiado no recebimento de remunerações, privilégios e outros benefícios.

Segundo Le Bon (1991), cuja obra é seminal sobre a psicologia do grupo, o comportamento psicológico dos homens quando em grupos diverge de quando estão sendo vistos de maneira isolada. Em grupos, o senso do impossível não existe e os sentimentos de poder e potência se sobressaem em detrimento à incapacidade ou questionamento. Assim, quanto mais permanecem juntos, “mais se conduzem de maneira uniforme” (FREITAS; 2002, p. 50).

Na elaboração de Freud (1985) sobre a estabilização em conjuntos, analisando o comportamento de um indivíduo frente à uma multidão, afirmou que grandes grupos - as chamadas multidões artificiais - ao mesmo tempo em que provocam a intensificação de afetos, reduzem a capacidade de discernimento intelectual.

A confirmação do capitalismo como única maneira de desenvolvimento econômico (SEGRESTIN; 1988; SAINSAULIEU, 1990), aliada à crise de identidade vivida pelos indivíduos ocidentais tornou por ampliar o papel das empresas como referências culturais, familiares e religiosas. O campo fértil então se instaura para que as mensagens dos gestores e líderes sejam repletas de credibilidade e significado, enunciadas e legitimadas dentro de um campo seguro dos tetos organizacionais.

As empresas, então, se autodenominando como uma grande família, utilizam de mecanismos de integração, sejam eles físicos (espaços de convivência, clubes) ou mentais (grupos de estudo espirituais, sessões de meditação) para, usando o discurso de empresa protetora da moral, consagrar no coletivo o heroísmo transmissível, em que a excelência é o mínimo que se espera e a flexibilidade garante, segundo Motta e Freitas (2002), a condição de sobrevivência do indivíduo.

Os rituais de gestão ou modismos gerenciais atuam nessa frente com maestria: em nome da sociabilidade e do desenvolvimento de laços fraternos, eles postulam

tornar a lealdade à empresa fator primordial para sua supremacia sem preocupar-se em dirimir conflitos.

A manipulação ocorre, então, pela homogeneidade do pensar e agir; a cultura organizacional, instituindo suas políticas e criando seu próprio mundo, define as representações sociais desejadas e formaliza seus desejos, criando seu poder institucional. A empresa passa a ser o único lugar de realização profissional, suprimindo ainda a necessidade de identidade pessoal. Porém, essa condição não se realiza com seres robóticos; é preciso que a passividade saia de campo e entrem a energia, múltiplas habilidades, vigor e dedicação; a inovação e a criatividade precisam também exercer influência sobre os indivíduos que canalizam toda sua estratégia na construção de um mundo corporativo baseado na internalização de crenças e valores impostos.

O colaborador, muitas vezes, omite seus receios (medo de altura, dificuldade para falar em público) em detrimento à um “bem maior”, por que dessa forma ele estará integrado à empresa e se sentirá parte dela. Os rituais de reconhecimento, por exemplo, poderiam se fragmentar em rituais competitivos. Os rituais então ultrapassam a esfera empresarial e podem provocar um ambiente tóxico com o passar do tempo. A frequência e o hábito da necessidade de fazer parte dessa interação faz com que as pessoas internalizem as propostas de convívio, mesmo que externamente não representem esse sentimento (FARIAS, 2010).

A comunicação, uma habilidade essencial para criar conexão entre o grupo, também precisou sofrer adaptações; a influência da liderança para que o grupo pudesse desenvolver suas habilidades de forma mais otimizada possível sofreu reveses pois, sabe-se que as ações necessárias à motivação dos quadros operacionais para a busca da qualidade nas organizações emerge também ou principalmente dos preceitos da liderança. Esta, por sua vez, precisando atuar na gestão de mudanças, necessitou revisitar os estilos de gestão, tomada de decisão, habilidades e comportamentos, além de reavaliar o modo de resolução de problemas, gestar a inteligência social e emocional e buscar a inovação disruptiva, pois tal inovação, segundo Birkinshaw e Mark (2017), também ajuda a gerar um novo mercado.

Para Elias (1994), o ritmo de autocobrança é mola propulsora para desenvolver o estímulo à submissão dos trabalhadores; a empresa, vista agora como uma referência maternal (FREITAS, 2002), reafirma freneticamente através de seus objetivos que estes também são os dos trabalhadores. A promoção de sentimentos como angústia são combustíveis para que eles precisem reafirmar sua necessidade de serem dominados de forma inconsciente e continuem a produzir para aquele que lhe dá “proteção e privilégios”.

A capacidade de influência através dos grandes propósitos, embebidos na cultura organizacional e suas regras internas e exclusivas captam, segundo FREITAS (2002, p. 65) o “ideal de ego de seus membros”. Assim, ao mesmo tempo em que o indivíduo faz em nome da empresa, subjetivamente ele está fazendo por si.

A manipulação aceita, porém, traz o efeito de amor e ódio: a empresa é um objeto de identificação ao mesmo tempo que aprofunda a angústia por sempre precisar estar fazendo mais do que faz usualmente. O reconhecimento pela empresa perpassa, portanto, pela necessidade de destruir possíveis fragilidades e pulsões emocionais em detrimento à homogeneização de seu modo de “pensar, agir e sentir” (FREITAS; 2002, p. 66).

As organizações vistas como mundo causam esse efeito: o poder de evocação e de compartilhamento de crenças, valores e normas se confortam nos ritos e rituais,

associando-se a eles, segundo MOTTA (2002, p. 89) “como patrimônio de um grupo, mantendo uma constituição profundamente coerente e precisa entre mortos e vivos, homens e animais”.

Tendo a empresa como objetivo sedimentar e incorporar o individualismo através de uma expressão na condição grupal, é importante que se mantenha a devoção quase religiosa aos preceitos organizacionais; as condições chamadas de “motivacionais”, portanto, embasadas nos modismos gerenciais, utilizam ainda da rivalidade e competição entre funcionários através situações de aparente inocência quando, na verdade, levam à comportamentos “violentos, abusivos e humilhantes no ambiente de trabalho” (HELOANI, 2011, p. 50); ainda segundo Heloani, tais situações vexatórias alimentam elementos que formam práticas institucionalizadas de assédio moral. Tal forma de controle induz, no indivíduo, que não basta apenas estar comprometido com o trabalho; é preciso “demonstrar prazer em pertencer ao corpo da empresa e em cumprir os objetivos desta” (MATHEUS, 2002, p. 127).

5 Considerações Finais

O estudo apresentado teve como objetivo problematizar a relação indivíduo e empresa e o papel de cada um na catalização de mudanças frente aos objetivos das empresas; como consequência, procurou-se ampliar a discussão acerca da forma como as mensagens organizacionais são passadas e as leituras que os funcionários, como seres pensantes e reflexivos, podem fazer frente aos discursos e promessas apresentados.

Com foco na delineação teórica apresentada, a relativização dos temas em torno dos modismos gerenciais é uma estratégia difícil de ser operacionalizada, visto que existe o fator ambiguidade nas relações entre empresa e empregador, tendo este a possibilidade de vincular ou não sua subjetividade em favor das aparências, promessas recebidas ou opinião de um grande grupo.

A partir dos destaques teóricos recorridos para este ensaio, observou-se que a empresa, ao assumir um lugar de destaque na identificação com o indivíduo, preenche nele o vazio individual e social, produzindo a partir disso, um novo tipo de alienação (AMADO; 1986). Tal identificação, assegurada pelos símbolos, ritos, linguagem e papel dos líderes como mitos, gerado pelo poder da organização, estabelece um vínculo repetitivo e circular de prazer e angústia ao trabalhador (FREITAS, 2002), cuja criatividade é incentivada, porém o erro é punido.

A necessidade de controle contínuo é amparada pela cultura organizacional estratégica que, em favor da máxima produtividade e com acertos, induz no trabalhador mudanças comportamentais não passíveis de reflexão. Assim, o modelo mental organizacional submete os indivíduos a experiências miméticas das práticas administrativas que vão sendo desenvolvidas e adaptadas de forma a serem amplamente aceitas pela massa.

O rejuvenescimento das empresas, portanto, apoia-se no controle da energia do comportamento, nas regras subjetivas e na reprodução de exemplos; a obediência aos símbolos e aos ritos administrativos, viabilizando a uniformidade de pensamento e ação. O investimento em atividades culturais e de *marketing*, portanto, segundo Heloani (2003), postulam, ao criar vínculos de dependência, fazer com que o indivíduo contemple os interesses organizacionais em detrimento aos seus próprios interesses.

Os rituais funcionam, então, como ferramentas pacificadoras; o fortalecimento das organizações depende dos mecanismos de identificação em que o grupo, ao restringir suas necessidades individuais, regulam suas ações aos desejos do líder e

da reprodução de sua conduta. A racionalidade do ponto de vista organizacional substitui as intempéries emocionais que não coadunam com o que prega a cultura organizacional, cujo trabalho é se fazer presente na adesão dos trabalhadores aos seus pontos de vista estratégicos.

Para absorver e trabalhar a competição e o individualismo da sociedade, portanto, é preciso unificar e massificar o grupo social, inculcando, neste, que a criatividade e autonomia de pensamento precisam estar alinhadas aos movimentos corporativos vigentes; A flexibilidade e adaptação às mudanças passam a ser requisitos fundamentais ao indivíduo contemporâneo que deseja obter alta performance no ambiente empresarial, e esta performance deverá atender às pressões tecnicistas da administração incorporadas aos processos e métodos padronizados de gestão.

O esforço na revelação das circunstâncias em que se inserem a relação entre o homem individual e o homem institucional é importante para que se abra o debate acerca do limite dado às formas de sujeição do colaborador no ambiente de trabalho e o nível de desgaste que pode vir à tona tanto de forma física como psicológica, podendo ocorrer o efeito inverso do esperado pelas empresas: o comprometimento da qualidade dos serviços. Destarte, espera-se que os conceitos aqui levantados proporcionem olhar crítico no âmbito dos estudos organizacionais brasileiros a fim de refletir acerca das melhores práticas e estratégias que, ao mesmo tempo que promovam a velocidade do negócio, contribuam para que os trabalhadores possam, de maneira saudável, contribuir com essas mudanças.

Referências

AMADO, G. **Imaginaire et leadership**: Michel Hidalgo ou la vérité de L'êtré. In: Symposium International sur les Pratiques du Leadership en Gestion. Montreal, 1986.

BANOV, M. R. Psicologia no gerenciamento de pessoas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BIRKINSHAW, J.; MARK, K. **Ferramentas de gestão**. 1. ed. São Paulo: Hsm, 2017.

BRIDGES, W. **Mudanças nas relações de trabalho**: como ser bem-sucedido em um mundo sem empregos. São Paulo: Makron Books, 1995.

CABRAL, A. C. de A (org); ROMERO, C. B. A; FERRAZ; S. F. de S. **Estudos Empíricos em Gestão de Recursos Humanos e Marketing**. Fortaleza: Edições UFC, 2005.

CHOUDHURY, P. (Raj). Our work-from-anywhere future: Best practices for all-remote organizations. **Harvard Business Review**, [s. l.], nov./dez. 2020.

ELIAS, N. **O processo civilizador**: formação do Estado e civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FARIAS, R. C. P. **Entre a igualdade e a distinção: a trama social de uma grande empresa corporificada no uniforme de trabalho**. Tese (Doutorado Antropologia Social) – Departamento de Antropologia Social, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 2010, 326 p.

FREUD, S. Psicologia de massas e análise de ego. *In: Obras completas*. Rio de Janeiro, Imago, 1985.

FREITAS, M. E. de. A questão do imaginário e a fronteira entre cultura organizacional e psicanálise. **EAESP-FGV**, n. 3, 1999.

HELOANI, R. A Dança da Garrafa: Assédio Moral nas Organizações. **Revista GV Executivo**, São Paulo, v. 10. n. 1, p. 50-53, jan-jun. 2011.

MACRAE, I; FURNHAM, A. **Mitos do Ambiente de Trabalho**: Descubra por que quase tudo que você ouviu sobre ambiente de trabalho é mito. 1 ed. São Paulo: Autêntica Business, 2018.

MAESTRI, R. S. **A influência dos estilos de liderança em correlação com a cultura organizacional**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Graduação em Administração - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2023. 73 p.

MATHEUS, T. C. **Inverno social**: uma discussão psicanalítica sobre o imaginário da lei no Brasil. São Paulo, atlas, 1997.

MAXWELL, J. C. **Todos se comunicam e poucos se conectam**. 1 ed. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2010.

MOTTA, F. C. P; FREITAS, M. E. de. **Vida Psíquica e organização**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

PLEGER, W. **Manual de Antropologia Filosófica**: Os conceitos mais importantes de Romero a Sartre. 1 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2019.

PUGLIESI, N. O mito do trabalho perfeito. **Revista Você RH**. São Paulo, SP: 76 ed. Disponível em: <https://vocerh.abril.com.br/politicasepraticas/omito-do-trabalho-perfeito/>. Acesso em: 2 dez. 2021.

RIOS, L. R.; CUNHA, N. C. A influência da cultura organizacional: uma visão do estudo de caso Siemens. **Getec**, v.5, n.9, p.18-34/2016.

RODRIGUES, M. V. C. **Ritos & Excelência nas empresas**: A busca da excelência a partir dos valores e aspectos culturais das empresas. Petrópolis: Vozes, 2002.

SANCHES, P. A. **A relevância da cultura organizacional no âmbito corporativo de empresas de grande porte**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – MBA Gestão da Comunicação organizacional - Universidade do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS, Porto Alegre, RS, 2016. 84 p.

SAINSAULIEU, R. **L'entreprise – une affaire de société**. Paris, Foundation Nationale de Sciences Politiques, 1990.

SEGALEN, Martine. **Ritos e rituais contemporâneos**. Tradução: Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

SEGRETIN. **La reabilitation de l'entreprise**: une vue sociologique. Paris, 1998.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T.; RAMOS, M. S. **Rituais organizacionais atuando no fortalecimento dos valores organizacionais: um estudo de caso em empresa familiar**. Revista Eletrônica de Administração (Online) ISSN: 1679-9127, v. 12, n.2, ed. 23, jul-dez. /2013.

SUPER, Donald E.; HALL, Douglas T. **Career development**: Exploration and planning. Annual review of psychology, v. 29, n. 1, p. 333-372, 1978.

TEORIA Geral de sistemas. *In*: **WIKIPÉDIA**: a enciclopédia livre. [São Francisco, CA: Fundação Wikimedia], 2021. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Teoria_geral_de_sistemas. Acesso em: 09 ago. 2023.

TOME, A. S.; VIEIRA, A. M. Cultura organizacional e formação identitária: um estudo com gerentes do setor bancário. **Caderno de Administração**, Maringá, v.25, n.2, jul-dez./2017

TRICE, H.; BEYER, J. Studying organizational cultures through rites and ceremonials. **Academy of Management Review**, v. 9, n. 4, 1984.

DEJOURS, C. **A loucura do trabalho**. São Paulo: Cortez Editora, 1992. _____. A banalização da injustiça social. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.