

Universidade Presbiteriana Mackenzie
Centro de Ciências Sociais e Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas

Dignidade no âmbito da relação entre Empresas e Comunidade

Bruno Felix von Borell de Araujo

São Paulo
2011

Bruno Felix von Borell de Araujo

Dignidade no âmbito da relação entre Empresas e Comunidade

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie para obtenção do título de Doutor em Administração de Empresas.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Luisa Mendes Teixeira

São Paulo

2011

A663d Araujo, Bruno Felix von Borell de

Dignidade no âmbito da relação entre Empresas e
Comunidade / Bruno Felix von Borell de Araujo – 2012.

236 f. : il. ; 30 cm

Tese (Doutorado em Administração) – Universidade
Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2012.

Prof^a Maria Luisa Mendes Teixeira

Bibliografia: f. 209-226.

1. Dignidade. 2 Interacionismo Simbólico Estrutural. 3.
Grounded Theory Construtiva. I. Título.

CDD 300

Reitor da Universidade Presbiteriana Mackenzie
Professor Dr. Benedito Guimarães Aguiar Neto

Decano de Pesquisa e Pós-Graduação
Professor Dr. Moisés Ari Zilber

Diretor do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas
Professor Dr. Sérgio Lex

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas
Professora Dra. Darcy Mitiko Mori Hanashiro

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que colaboraram para a construção da jornada que me levou à realização do sonho de cursar o doutorado.

Particularmente, explico meus agradecimentos:

Ao Instituto Presbiteriano Mackenzie e ao MackPesquisa, pelo apoio concedido por meio da reserva técnica e da Bolsa Mérito MackPesquisa, sem a qual a realização desta tese seria em muito dificultada.

À Profa. Dra. Darcy Mitiko Mori Hanashiro, coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresa, pela dedicação, confiança e apoio.

Aos professores das disciplinas ministradas durante o doutorado, especialmente Maria Luisa Mendes Teixeira, Diógenes de Souza Bido, Silvia Marcia Russi de Domenico, Ricardo Quadros Gouvêa e Darcy Mitiko Mori Hanashiro, pelas interações inspiradoras.

Aos companheiros de classe Jones Louback, Marcos Bidart, Sérgio Fonseca, Antônio Carlos Nogueira, Elizabeth Menezes, Marco Antônio Fernandes Cardoso, Marcos André e Marcelo Bispo, pelas contribuições essenciais durante e após as disciplinas.

Aos amigos Renato e Joyce Romero e Marcos e Daisy Barboza, pelo acolhimento nas idas a São Paulo.

À FUCAPE Business School, pela confiança depositada no meu futuro enquanto pesquisador e professor.

Aos professores que contribuíram ao analisar o projeto de tese nos Seminários de Pesquisa e no Consórcio Doutoral da ANPAD.

Ao Grounded Theory Institute, especialmente aos professores Barney Glaser, Judith Holton e Tom Andrews, que contribuíram significativamente para a compreensão do processo de construção da Teoria Fundamentada.

Ao meu orientador no Doutorado Sanduíche, Jose Luis Alvaro Estramiana, pelo apoio incondicional durante o período de estudos na Universidad Complutense de Madrid. Nesse mesmo período, também destaco a contribuição do professor José Ramon Torregrosa, com quem tive conversas essenciais para o meu entendimento a respeito do Interacionismo Simbólico.

À minha querida orientadora Maria Luisa Mendes Teixeira, que sempre depositou confiança em mim durante o processo de construção da tese. Os nossos momentos de interação me proporcionaram um crescimento extremamente significativo que me acompanhará durante toda a vida.

Aos meus pais José Carlos e Vera Maria e demais familiares, por terem formado desde o berço os valores de amor ao conhecimento que me levaram a realizar a escolha pela carreira acadêmica.

À minha esposa Diana von Borell, pelo apoio e compreensão nos momentos que demandaram maior dedicação aos estudos.

A quem nos transcende, pela existência e pela esperança.

RESUMO

O objetivo do estudo foi o de compreender como são socialmente construídos os significados de dignidade no âmbito da relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica. Trata-se de uma pesquisa qualitativa desenvolvida pelo método da *Grounded Theory* Construtivista. O estudo, de natureza exploratório-descritiva, se encontra alicerçado no paradigma interpretativo de pesquisa social. A perspectiva teórica que orientou a realização do estudo foi a do Interacionismo Simbólico Estrutural. A comunidade de local escolhida foi a da cidade de Litoral (nome fictício), situada no estado do Espírito Santo. Nessa cidade, encontram-se duas empresas de grande porte cuja relação com a comunidade de Litoral foi objeto do presente estudo. A partir de 24 entrevistas com 20 moradores, conteúdos da *internet*, observações participantes, registros fotográficos, literatura oficial sobre a cidade e as empresas em questão e anotações no diário de campo foi construída uma teoria substantiva visando o alcance do objetivo determinado. Os resultados sugerem que os significados de dignidade no âmbito da relação entre os atores sociais de interesse nessa pesquisa são construídos pela comunidade de acordo com a forma como seus membros interpretam e avaliam o zelo presente nas condutas empresariais frente a objetos de dignidade. Nesse processo de avaliação, os membros da comunidade levam em consideração sua interpretação a respeito dos benefícios que as condutas empresariais trazem para eles e as intenções que subjazem às ações das organizações. Esse julgamento é baseado nas expectativas que os membros da comunidade possuem a respeito de como deve ser essa relação, o que pode variar de acordo com a tangibilidade da empresa em questão e o momento em que tal julgamento é realizado. Esse processo de construção de significados ocorre em um espaço de interações entre pessoas e entre indivíduos e objetos. Sugestões para pesquisas futuras e para a prática são apresentadas.

Palavras-chave: Dignidade. Comunidade. Interacionismo Simbólico Estrutural. Grounded Theory Construtivista.

ABSTRACT

The objective of this study was to understand how social meanings of dignity are built in the relationship between a local community and the companies placed in its geographic area. This is a qualitative research developed by the Constructivist Grounded Theory method. The study, that is exploratory-descriptive, is based the interpretative paradigm of social research. The theoretical perspective that guided the study was the Structural Symbolic Interactionism. The local community chosen for this study was the city of Litoral (fictitious name), located in the state of Espírito Santo. In this town, there are two large companies whose relationship with the community of Litoral has been the object of the present study. We built a substantive theory from 24 interviews with 20 residents, internet content, participant observation, photographic records, official literature of the city and the companies studied and notes in a field diary. The results suggest that the meanings of dignity in the relationship among the informed social actors are built by community members according to how they interpret and evaluate the care present in the conducts of companies towards objects of dignity. In this evaluation process, the community takes into account the interpretation that they make about the benefits and the intentions that underlie the conduct of the companies. This judgement is based on the expectations that the members of the community have about how that relationship should be, what may vary according to the tangibility of the firm in question and the timing of such a judgment. This process of construction of meanings takes place in a space of interactions between people and individuals and objects. Suggestions for future research and practice are provided.

Keywords: Dignity. Community. Structural Symbolic Interactionism. Constructivist Grounded Theory.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 Dignidade	21
2.1.1 Dignidade na Filosofia	22
2.1.2 Dignidade nos Direitos Humanos	25
2.1.3 Dignidade nas áreas do conhecimento	27
2.1.3.1 Dignidade no Direito	27
2.1.3.2 Dignidade na Bioética	28
2.1.3.3 Dignidade na Economia	29
2.1.4 Dignidade em estudos organizacionais	31
2.1.4.1 Desbravando campos virgens: dignidade nas relações entre empresas e <i>stakeholders</i>	33
2.2 Comunidades	39
2.3 Montando o quebra cabeças: dignidade no âmbito da relação entre empresas e comunidades	42
2.4 Interacionismo Simbólico	44
2.4.1 Origens	44
2.4.2 Representantes iniciais	45
2.4.3 Conceitos principais da Escola de Chicago	47
2.4.4 Críticas	54
2.4.5 Uma resposta: o Interacionismo Simbólico Estrutural	55
3 METODOLOGIA	57
3.1 <i>Grounded Theory</i>	57
3.1.1 Origens, contexto e orientações epistemológicas	57
3.1.2 Versões da <i>Grounded Theory</i>	60
3.1.3 <i>Grounded Theory</i> Construtivista	61
3.1.4 Princípios Metodológicos	64
3.2 A seleção da comunidade e a construção da teoria	69
3.2.1 A escolha da comunidade	70
3.2.2 As fontes e os tipos de dados e a seleção dos entrevistados	71

3.2.3 O processo de construção e redação da teoria fundamentada	73
3.2.4 O perfil dos entrevistados e a apresentação dos dados	76
3.2.5 O emprego da primeira pessoa	78
4 COMPREENDENDO A DIGNIDADE NA RELAÇÃO ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADE	80
4.1 Apresentando o contexto	82
4.1.1 O desenvolvimento do Estado do Espírito Santo	82
4.1.2 A empresa Modelo	85
4.1.3 A empresa Capixaba	89
4.2 Objetos de dignidade	91
4.2.1 Propriedades da categoria “Objetos de Dignidade”	102
4.3 Símbolos de (in)dignidade: Compreendendo a ação simbólica frente a objetos de dignidade	105
4.4 Condutas empresariais frente a objetos de dignidade	117
4.4.1 Zelo voluntário	119
4.4.2 Zelo Compelido	123
4.4.3 Zelo Estratégico	126
4.5 Conhecendo as expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas	130
4.5.1 Expectativa Inexistente	132
4.5.2 Expectativa Paternalista	134
4.5.3 Expectativa de Compensação	136
4.5.4 Expectativa de Confronto	138
4.6 Tangibilidade Organizacional: entendendo as diferentes expectativas quanto a distintas empresas	142
4.6.1 Tangibilidade concreta	143
4.6.2 Tangibilidade abstrata	144
4.7 Compreendendo as mudanças nas expectativas da comunidade em situações de ameaça à dignidade	148
4.8 Compreendendo como os membros da comunidade avaliam as condutas-chave das empresas	153
4.8.1 Dimensões da avaliação das condutas	154
4.8.2 Tipos de avaliações de ações e condutas	159

4.8.3 Perspectiva temporal	163
4.9 Como a comunidade se manifesta diante da indignação?	165
4.9.1 Resignação	166
4.9.2 Disseminação de discursos de indignação	168
4.9.3 Processo judicial	170
4.9.4 Resistência estratégica	171
4.9.5 Resistência ilegal	172
4.9.6 Rompimento	172
4.10 A comunidade como um espaço interacional: compreendendo o ambiente de construção e comunicação de significados	175
4.10.1 Interação entre pessoas	176
4.10.2 Interações entre pessoas e espaços	179
5 DISCUSSÃO	184
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	201
7 BIBLIOGRAFIA	209
APÊNDICE A - Primeiro roteiro de entrevista	227
APÊNDICE B - Último roteiro de entrevista	227
APÊNDICE C - Lista de Códigos	228

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Linha de Dignidade	30
Figura 2: Condições para a dignidade em uma relação	36
Figura 3: Cenário de violação da dignidade	37
Figura 4: Pressão mútua entre <i>stakeholders</i> e organizações	38
Figura 5: Relação entre codificação inicial, focalizada e teórica	67
Figura 6: Processo de construção de teorias fundamentadas	69
Figura 7: Mapa conceitual da categoria “Objetos de Dignidade”	104
Figura 8: Diagrama da teoria – 1	105
Figura 9: Diagrama da teoria – 2	105
Figura 10: Mapa conceitual da categoria “Símbolos de (in)dignidade”	117
Figura 11: Diagrama da teoria – 3	118
Figura 12: Mapa conceitual da categoria “Condutas-chave das empresas”	130
Figura 13: Diagrama da teoria – 4	132
Figura 14: Mapa conceitual da categoria “Expectativas quanto à relação”	141
Figura 15: Diagrama da teoria – 5	142
Figura 16: Mapa conceitual da categoria “Tangibilidade Organizacional”	147
Figura 17: Diagrama da teoria – 6	149
Figura 18: Mapa conceitual da categoria “Situações críticas”	152
Figura 19: Diagrama da teoria – 7	154
Figura 20: Mapa conceitual da categoria “Avaliação das ações e condutas”	165
Figura 21: Diagrama da teoria – 8	166
Figura 22: Mapa conceitual da categoria “Manifestações de indignação”	174
Figura 23: Diagrama da teoria – 9 (final)	176
Figura 24: Mapa conceitual da categoria “Espaço Interacional”	182
Figura 25: Sistemas interacionais relativos à dignidade no âmbito da relação entre comunidade e empresas	195

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Categorias de comunidades	40
Quadro 2: Dimensão econômica dos objetos de dignidade	95
Quadro 3: Dimensão ambiental dos objetos de dignidade	97
Quadro 4: Dimensão sociocultural dos objetos de dignidade	100
Quadro 5: Dimensão psicossocial dos objetos de dignidade	102
Quadro 6: Dimensão econômica dos símbolos de dignidade	108
Quadro 7: Dimensão ambiental dos símbolos de dignidade	111
Quadro 8: Dimensão sociocultural dos símbolos de dignidade	114
Quadro 9: Dimensão psicossocial dos símbolos de dignidade	116
Quadro 10: Condutas-chave das empresas - Zelo voluntário	122
Quadro 11: Condutas-chave das empresas - Zelo compelido	126
Quadro 12: Condutas-chave das empresas - Zelo estratégico	129
Quadro 13: Expectativas quanto à relação	140
Quadro 14: Tangibilidade organizacional	146
Quadro 15: Situações críticas	152
Quadro 16: Avaliação de ações e condutas	159
Quadro 17: Avaliações de ações e condutas – Tipos	160
Quadro 18: Avaliação de ações e condutas - Perspectiva temporal	163
Quadro 19: Espaço Interacional	181

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Participantes da pesquisa	78
---	----

"Se homens definem situações como reais, elas são reais em suas consequências" (THOMAS; THOMAS, 1929, p. 572)

1 INTRODUÇÃO

O conceito de dignidade passou por diversas evoluções, sendo concebido de diferentes formas nas visões grega, judaico-cristã, medieval, renascentista, iluminista e por filósofos e outros pensadores orientais e ocidentais de séculos mais recentes. No oriente, especialmente na China, a ênfase do pensamento de Confúcio em valores sociais e comunitários foi determinante para a formação do pensamento compartilhado a respeito da dignidade (CHOI, 1999). Já na cultura ocidental, a noção kantiana de dignidade parece ter sido uma das que mais influenciaram as concepções predominantes atuais sobre o tema (KOEHN; LEUNG, 2008). Kant introduziu a ideia de que o homem é capaz de definir normas e traduzi-las como critério para suas próprias ações, colocando-se, assim, como um ser autônomo e livre, acima dos demais seres. Para o pensador germânico, o homem é capaz de definir o que é inegociável na sua relação com o outro, e a preservação do que para o homem não tem preço representa o respeito à sua própria dignidade (KANT, 2005).

A concepção kantiana de dignidade orientou de forma incisiva os textos jurídicos da sociedade contemporânea (HÄBERLE, 2009; ZISMAN, 2005; TAIAR, 2008; GOSDAL, 2007). Após os desastres que sobrevieram a várias nações durante a Segunda Guerra Mundial, diversos Estados perceberam que seria necessário desenvolver textos fundamentais que estabelecessem de forma explícita os direitos humanos como expressão direta da dignidade do homem. A Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 foi essencial para estabelecer a condição de humanidade como requisito único para a preservação da dignidade na esfera jurídica (PIOVESAN, 2005).

Apesar da importância do emprego da dignidade como conceito orientador para a positivação do direito, Sarlet (2008) salienta que nem sempre ela se encontra expressa no texto jurídico. Ele também afirma que além disso, mesmo quando a dignidade se faz presente no direito positivo, são frequentes as situações em que a execução dessas leis não se baseia neste mesmo princípio.

A impossibilidade de se preservar a dignidade humana com base exclusiva na formulação e *praxis* das leis tem levado pesquisadores a buscarem entender os processos de violação e promoção da dignidade nas relações humanas sob outras perspectivas. Se as leis, por si só, não são adequadas como parâmetro para julgar uma

relação como digna ou indigna, qual possibilidade alternativa se apresenta? Beyleveld e Brownsword (2001) e Pullman (2001), em estudos realizados no campo da bioética sob um olhar interacionista, sugerem que a dignidade se refere ao que é valorizado por atores sociais, de forma que cada coletividade é capaz de definir o significado de dignidade no seu próprio contexto. Ainda no campo da saúde, Jacobson (2009) estudou a dignidade no contexto das relações entre indivíduos marginalizados na sociedade e provedores de saúde pública. Esses trabalhos apresentam em comum a característica de apontar a abordagem interacionista simbólica como uma alternativa para a compreensão da relação aqui discutida.

Dentre as relações de dignidade entre atores sociais que têm sido estudadas, pode-se identificar, no campo de estudos organizacionais, a relação entre empresas e *stakeholders*. A dignidade do trabalhador, por exemplo, tem sido pesquisada em situações como as de desligamento (BAYER, 2000), em processos de *downsizing* (BARBEE, 2001; GREENSPAN, 2002) e em expatriação (MENDE; HOULIHAN, 2007). Já na perspectiva de dignidade no trabalho, estudos têm sido realizados sobre as condições de limpeza em ambientes de trabalho (ACKROYD, 2007), as dificuldades na rotina laboral de vendedores (MARGOLIS, 2001) e as consequências das ferramentas de tecnologia de informação na rotina de empregados (DOOLIN; MCLEOD, 2007).

Mais recentemente, uma terceira linha de estudos sobre dignidade no campo de estudos organizacionais tem sido explorada sob o olhar do conceito de Dignidade Organizacional. O conceito foi utilizado pela primeira vez por Margolis (2001), que concentrou seus esforços no tema da dignidade no trabalho. Anos depois, alguns trabalhos publicados no Brasil têm buscado construir um conceito de Dignidade Organizacional que transcende as fronteiras organizacionais e se estende às relações com *stakeholders*. Teixeira (2008), sob um olhar habermasiano, propôs um conceito de Dignidade Organizacional que representa um avanço à proposta de Margolis (1999) ao abordar a interação com *stakeholders* não somente internos, mas também externos à organização.

Apesar de Margolis (1999) e Teixeira (2008) discutirem a Dignidade Organizacional sob a perspectiva do indivíduo, Teixeira et al. (2011) sugerem que a denominação empregada para o conceito indica que a unidade de análise se concentre no nível organizacional. Assim, a partir do conceito de organizações enquanto atores sociais

proposto por King, Felin e Whetten (2009), Teixeira et al. (2011) construíram e validaram uma escala para mensuração de práticas de dignidade organizacional.

Essa inovadora contribuição que vem sendo construída no campo de estudos organizacionais a respeito da dignidade da relação entre empresas e *stakeholders* traz consigo algumas possibilidades de aprofundamentos teóricos. A análise da relação citada a partir de diferentes paradigmas epistemológicos e da relação entre empresas e *stakeholders* específicos parecem caracterizar-se como uma fonte ampla para estudos futuros que permitam construir uma compreensão mais densa a respeito do que venha a ser a Dignidade Organizacional.

Para o autor do presente estudo, a relação entre empresas e comunidade se apresenta como um caminho estimulante e motivador de pesquisa. Estudos (p.e., SALZMANN; PRINZHORN, 2006; LAYRARGUES, 2000; SANTOS, 2004) sugerem que membros de comunidades situadas geograficamente próximas a empresas frequentemente discordam das corporações no que se refere à conduta das mesmas frente às pessoas que vivem no entorno de suas instalações. Diante dessa constatação recorrente na literatura e na mídia popular, me motivei por delimitar a comunidade como *stakeholder* de interesse para a realização desta pesquisa. Esta escolha permitiu também que o estudo se inserisse no contexto mais amplo do projeto PROCAD “Proposta e validação de um modelo de Dignidade Organizacional”, desenvolvido pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Presbiteriana Mackenzie e pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão Empresarial da Faculdade Boa Viagem. Dentre os diversos tipos de comunidade apresentados na literatura, escolhemos inicialmente, como conceito sensibilizador, o de comunidade de local (DUNHAM; FREEMAN; LIEDTKA, 2006), que se refere ao grupo de pessoas que habita em uma área geográfica comum.

Como perspectiva teórica e epistemológica para a compreensão da dignidade no âmbito da relação entre empresas e comunidades, optou-se pela perspectiva do interacionismo simbólico estrutural (STRYKER, 1980). Como comunidades urbanas podem ser vistas como um espaço interacional em que coexistem diversos sistemas de crenças (LOFTLAND, 2003), acreditamos que a abordagem interacionista poderia se apresentar como um caminho adequado para a compreensão do fenômeno de interesse nesta pesquisa. Dentre as diversas correntes do interacionismo simbólico, entendemos que a apresentada por Stryker seria particularmente útil para o interesse desta

pesquisa, uma vez que sua perspectiva possibilita o entendimento de instituições coletivas – por exemplo, organizações e comunidades - como atores sociais e pelo fato de, ao integrar o interacionismo simbólico da Escola de Chicago (MEAD, 1972) com a teoria dos papéis, permitir uma compreensão de fenômenos sociais que não se limita aos detalhes da interação, mas se estende à estrutura social em que ela ocorre.

Nesse sentido, a questão que orientou esta pesquisa foi: como são socialmente construídos os significados de dignidade na relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica? O objetivo do estudo foi o de compreender como são socialmente construídos os significados de dignidade no âmbito da relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica. A comunidade de local escolhida para tal propósito foi a da cidade de Litoral (nome fictício), situada no estado do Espírito Santo. Direcionamos a nossa análise para a relação dessa comunidade com duas empresas situadas em seu território, aqui chamadas pelos nomes fictícios Modelo e Capixaba. A empresa que chamamos de Modelo foi adquirida recentemente por uma empresa que aqui denominamos Mundial.

A pesquisa, de natureza exploratório-descritiva, se encontra alicerçada no paradigma interpretativo de pesquisa social. A metodologia utilizada para a realização da pesquisa foi a *Grounded Theory* Construtivista (CHARMAZ, 2007). Acreditamos que esta metodologia nos permitiria manter a fidelidade ao olhar epistemológico escolhido e também construir uma teoria substantiva a respeito das ações/interações entre os atores sociais acerca do fenômeno sob investigação. A inovação do estudo reside na aplicação inédita do olhar interacionista para a compreensão da dignidade entre atores sociais no contexto organizacional. Aliada a outras pesquisas a respeito da relação entre organizações e os demais *stakeholders*, espera-se que esta pesquisa possa contribuir para a desenvolvimento de uma teoria de Dignidade Organizacional.

O presente estudo se encontra organizado da seguinte forma: inicialmente encontra-se uma revisão teórica, em que são apresentadas teorias em diferentes campos do conhecimento que me sensibilizaram desde o início da realização da pesquisa. Dentre as teorias articuladas nessa etapa, encontra-se o Interacionismo Simbólico, perspectiva que orientou epistemologicamente a realização desta pesquisa. Após a revisão da literatura, apresentamos a *Grounded Theory*, metodologia empregada para a realização do estudo. A seguir, apresentamos e discutimos a teoria. Encerramos o

estudo com as considerações finais, onde oferecemos sugestões para a prática e para futuras pesquisas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Dignidade

O termo Dignidade, do latim *dignitate*, possui sua origem no século XIII. O verbete é conceituado nos dicionários comuns como “1. Cargo e antigo tratamento honorífico. 2. Função, honraria, título ou cargo que confere ao indivíduo uma posição graduada (...). 3. Autoridade moral; honestidade, honra, respeitabilidade, autoridade (...). 4. Decência; decoro (...). 5. Respeito a si mesmo; amor-próprio, brio, pundonor. (...)” (FERREIRA, 1999, p. 682).

Houaiss e Villar (2001, p. 1040) definem Dignidade como “qualidade moral que infunde respeito; consciência do próprio valor; honra, autoridade, nobreza; qualidade do que é grande, nobre, elevado; ou, ainda, modo de alguém proceder ou se apresentar que inspira respeito; respeito aos próprios sentimentos, valores; amor-próprio”.

O conceito encontrado nos dicionários é resultante de uma evolução histórica, a partir de visões existentes sobre o tema em diferentes períodos. Na antiguidade, a dignidade foi reconhecida como um atributo inerente somente aos homens livres (RABENHORST, 2001). Escravos não eram entendidos dessa forma em diversas sociedades antigas.

As visões judaico-cristã e grega foram essenciais no processo de popularização do conceito de dignidade enquanto inerente ao homem e independentemente de quaisquer condições. Na tradição grega, especialmente no pensamento estoico, o homem possui uma dignidade própria que o coloca acima das demais criaturas. Posicionamento semelhante se encontra na visão judaico-cristã, que sustenta que o homem possui uma dignidade intrínseca e independente, que o diferencia dos demais seres, por ter sido criado à imagem e semelhança de Deus (GOSDAL, 2007).

No Cristianismo, em especial, a dignidade é vista não somente como inerente a todos os homens, mas também como um atributo que os homens possuem em idêntico grau. Os homens teriam sido feitos livres e iguais. A expressão do caráter de igualdade da dignidade humana foi ressaltada por Tomás de Aquino, que utilizou o termo ‘*dignitas humana*’ para expressar a igualdade dos homens perante Deus (GOSDAL, 2007).

Durante a Idade Média, não obstante a influência do catolicismo na vida política e social, a dignidade humana era entendida de forma distinta da defendida pela Igreja Católica - a dignidade estava associada aos grupos sociais. Segundo Gosdal (2007),

para ter a sua dignidade considerada, o homem precisaria estar associado a grupos considerados superiores socialmente, como era o caso dos nobres, cavaleiros e o clero. Portanto, durante a Idade Média, a dignidade não era vista como inerente ao homem, mas conquistada socialmente por meio de *status*.

O primeiro escrito dedicado inteiramente ao tema da dignidade é a obra ‘*Oratio de hominis dignitate*’, de Giovanni Pico della Mirandola (SARLET, 2008), escrito durante a Renascença. Nesse escrito, a dignidade é associada à liberdade concedida pelo Criador ao homem (MIRANDOLA, 1989). Tal escrito apresenta importância histórica, na medida em que introduz a ideia de que essa dádiva divina faz do homem um ser capaz de criar seu próprio destino e o torna responsável por suas escolhas (ROCHA, 2004; HÄBERLE, 2009).

No Iluminismo, a ideia estoica de dignidade como compartilhamento da razão foi estabelecida. Pufendorf adicionou ao debate a noção de que dignidade implica uma relação de igualdade entre os homens (HÄBERLE, 2009). Esse aspecto já havia sido ressaltado na visão cristã, mas o pensamento de Pufendorf representou um aspecto novo à discussão, uma vez que a relação de igualdade defendida por ele não encontrava suporte em razões religiosas.

A filosofia grega apresenta as origens do conceito atual de Dignidade na cultura ocidental. Apesar de a história indicar que nem sempre ela foi respeitada ou protegida legalmente, o tema se fez presente na filosofia ocidental (TAIAR, 2008). O aperfeiçoamento dos pensamentos apresentados sobre dignidade culminou na concepção kantiana de insubstituibilidade de cada ser humano.

2.1.1 Dignidade na Filosofia

Kant é um dos pensadores ocidentais que discorreram sobre o tema. Ele é visto por diversos autores (GOSDAL, 2007; ZISMAN, 2005; MEDEIROS, 2008; TAIAR, 2008; HÄBERLE, 2009; SARLET, 2008) como um dos filósofos que mais contribuíram para o desenvolvimento do conceito de dignidade, especialmente por meio de sua obra intitulada *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*, de 1785.

Ao discutir sobre o que confere a dignidade ao homem, o pensador escreve:

“Os seres cuja existência não assenta em nossa vontade, mas na natureza, têm, contudo, se são seres irracionais, um valor meramente relativo, como

meios, e por isso denominam-se coisas, ao passo que os seres racionais denominam-se pessoas, porque sua natureza as distingue já como fins em si mesmos, ou seja, como algo que não pode ser empregado como simples meio e que, portanto, nessa medida, limita todo o arbítrio” (KANT, 2005, p. 58-59).

Kant posiciona a racionalidade dos seres humanos como atributo que lhes confere dignidade. É a faculdade do pensar e a autonomia para agir que tornam o homem não um meio, como os seres irracionais, mas um fim em si mesmo. Assim, para esse filósofo, a dignidade parte da autonomia ética do ser humano. Ele considera essa autonomia como o alicerce da dignidade humana e, dessa forma, defende que o homem não pode ser tratado como objeto, nem mesmo por ele próprio. Em sua concepção, o homem é um valor absoluto, com fim em si próprio, por ser dotado de razão. A autonomia para a ação e pensamento decorrentes do caráter racional humano são fontes da dignidade.

As formulações de Kant são consideradas como um marco no processo de formulação de uma discussão sobre dignidade livre das “vestes sacrais” (SARLET, 2008, p. 33).

Segundo Kant:

Apenas um ser racional possui a faculdade de agir segundo a representação das leis, isto é, segundo princípios, ou, por outras palavras, só ele possui uma vontade. E, uma vez que, para das leis derivar as ações, é necessária a razão, a vontade outra coisa não é senão a razão prática. Quando, num ser, a razão determina infalivelmente a vontade, as ações deste ser, que são reconhecidas objetivamente necessárias, são necessárias também subjetivamente; quer dizer que então a vontade é uma faculdade de escolher somente aquilo que a razão, independentemente de toda inclinação, reconhece como praticamente necessário, isto é, como bom. (KANT, 2005, p. 43)

O pensador germânico defendeu que o homem é dotado de dignidade, não por ter sido criado à semelhança de Deus, mas em razão da sua capacidade de formular regulações para o convívio humano e usar tais normas para desenvolver um plano consciente para a sua vida. Esse é um ponto essencial na diferenciação do pensamento kantiano em relação à tradição do pensamento cristão.

Dessa forma, ele apresenta as noções de indivíduo como sujeito de direito e de consciência individual inviolável, as quais são essenciais para o conceito de autonomia, sem o qual não há troca de mercado. Essa noção pode ser encontrada em diversos conceitos de dignidade, mesmo nos dias atuais. Na formulação kantiana, o princípio que constitui uma vontade é um mandamento da razão.

Ainda sobre a natureza da dignidade humana, Kant afirma que:

“No reino dos fins, tudo tem ou um preço ou uma dignidade. Quando uma coisa tem preço, pode ser substituída por algo equivalente; por outro lado, a coisa que se acha acima de todo preço, e por isso não admite qualquer equivalência, compreende uma dignidade. O que diz respeito às inclinações e necessidades do homem tem um preço comercial; o que, sem supor uma necessidade, se conforma a certo gosto, digamos, a uma satisfação produzida pelo simples jogo, sem finalidade alguma, de nossas faculdades, tem um preço de afeição ou de sentimento; mas o que se faz condição para alguma coisa que seja fim em si mesma, isso não tem simplesmente valor relativo ou preço, mas um valor interno, e isso quer dizer dignidade. Ora, a moralidade é a única condição que pode fazer de um ser racional um fim em si mesmo, pois só por ela lhe é possível ser membro legislador no reino dos fins. Por isso, a moralidade e a humanidade enquanto capaz de moralidade são as únicas coisas providas de dignidade.” (KANT, 2005, p. 65)

Para Kant, o homem não pode ser traduzido em um valor, pois ele está acima de qualquer preço e não possui equivalentes, em razão da sua dignidade. Ao não ser passível de substituição, a vida humana representa a razão principal da própria vida humana. Assim, cada pessoa deve buscar contribuir para seus fins e os de seus semelhantes.

Como o homem não possui um preço, não seria coerente, de acordo com o pensamento kantiano, qualquer prática que trate o ser humano como um ser irracional, sem autonomia, sem liberdade ou indigno. O pensador se opõe a qualquer coisificação ou instrumentalização do homem.

A razão relaciona as diferentes vontades do homem e as confronta com um princípio universal de moralidade. Para Kant, a vontade, para ser livre, deve estar submetida às leis morais. Em outras palavras, o exercício da autonomia e, portanto, da dignidade, depende da capacidade humana de obedecer às leis que ele mesmo criou. Apenas as pessoas que apresentem identidade moral e autorresponsabilidade e que sejam dotadas de razão prática e capacidade racional de autodeterminação, podem ser entendidas como dignas. As definições encontradas nos dicionários para o termo dignidade claramente foram influenciadas pelo entendimento de Kant.

Assim, o relacionamento digno, com base no pensamento kantiano, seria aquele em que a vida humana é tratada como um objetivo ou fim supremo. Caracterizar-se-ia também por um respeito às vontades humanas insubstituíveis, desde que condizentes com as leis morais vigentes. Se uma vontade humana considerada como insubstituível, sem preço ou sem equivalente é violada, pode-se afirmar que a dignidade do possuidor dessa vontade não foi considerada.

É importante ressaltar que a influência da visão kantiana aqui explicitada a respeito da

dignidade não se manifesta de forma universal, mas cultural. Enquanto no mundo ocidental prevalecem as ideias de Kant de dignidade enquanto um atributo humano absoluto, inalienável, coletivo, inato e interno, o mesmo não ocorre no mundo oriental, especialmente na cultura Chinesa. Neste segundo grupo, influenciado pelos pensamentos de Confúcio, a dignidade é mais frequentemente entendida como um atributo humano condicional, alienável e com características materialistas. Embora ambas as visões de dignidade – absoluta e atribuída – se façam presentes tanto nas culturas ocidentais como orientais, percebem-se visões dominantes distintas nas culturas ocidentais e orientais (KOEHN; LEUNG, 2008).

2.1.2 Dignidade nos Direitos Humanos

As abordagens filosóficas e teológicas a respeito de dignidade contribuíram para o desenvolvimento da noção de direitos humanos no campo jurídico (HÄBERLE, 2009; ZISMAN, 2005; TAIAR, 2008; GOSDAL, 2007). Os debates pré-constitucionais a respeito da dignidade humana serviram aos elaboradores dos textos constitucionais como base para o entendimento do contexto cultural, imprescindível ao texto jurídico (HÄBERLE, 2009). Uma vez que o teor do texto jurídico admite um amplo espectro interpretativo (SCHRECKENBERGER, 1978), as prévias manifestações intelectuais a respeito da dignidade foram um aspecto essencial do pensamento do direito sobre a proteção jurídico-constitucional da dignidade humana (HÄBERLE, 2009).

Alvarenga (1998) e Taiar (2008), apontam a Magna Carta de João Sem Terra, de 1215, a *Acta de Habeas Corpus Act* de 1679, que reconheceu a liberdade do indivíduo, e a *Petition of Rights* como os precedentes dos direitos fundamentais, ainda que estes servissem aos interesses da burguesia. Eles destacam também a importância do *Bill of Rights*, de 1688, que limitava os poderes da monarquia à Declaração de Direitos, definindo o Parlamento como ente supremo.

Apesar da importância desses documentos que esboçaram uma tradução do conceito de dignidade para o campo jurídico, diversos autores (ZISMAN, 2005; TAIAR, 2008; GOSDAL, 2007) consideram que os direitos humanos surgem historicamente a partir de movimentos que enfatizaram os direitos do indivíduo diante do poder do Estado absolutista e que desencadearam nas Revoluções Americana e Francesa. Esses movimentos se iniciam em 1776, com a Declaração de Direitos do Bom Povo de

Virgínia.

A Carta de Direitos inserida na Constituição Americana entre 1791 e 1795 contemplava fundamentos como a liberdade de religião, de palavra, de imprensa, de reunião, o direito de petição, a inviolabilidade da pessoa, da casa, da posse de objetos; o direito a defesa, a processos legais públicos e rápidos; o direito de propriedade; a proibição da escravidão e servidão voluntária e a igualdade perante a lei (ALVARENGA, 1998; GOSDAL, 2007).

As Revoluções Americana e Francesa também desempenharam um papel preponderante como antecedentes da contemplação da dignidade na esfera jurídica, por meio dos direitos humanos, mesmo que em contextos e com sentidos diferentes. Segundo Comparato (2001), enquanto a Revolução Americana buscava restaurar direitos tradicionais de cidadania diante de abusos do poder da monarquia, a Revolução Francesa objetivava uma mudança radical nas condições de vida da sociedade, passando por uma afirmação de direitos contra as monarquias.

A proclamação dos Direitos Fundamentais do povo alemão pela Assembleia Nacional de Frankfurt, em 1848, contemplava algumas garantias à dignidade humana, entretanto a Assembleia Federal Alemã anulou essa declaração (GOSDAL, 2007). Em 1919, a Constituição de Weimar viria finalmente a se tornar uma exemplar expressão da dignidade na configuração textual jurídica (HÄBERLE, 2009). Ela reconheceu alguns direitos fundamentais, como a igualdade perante a lei, a liberdade pessoal, a inviolabilidade do domicílio, a liberdade de congregação, de associação e de opinião e o direito à propriedade privada (GOSDAL, 2007).

Esses movimentos visavam à busca pela possibilidade de expressão, de posse e de diversas outras liberdades que confeririam ao ser humano maior autonomia. Dessa forma, pode-se perceber nesses movimentos uma influência da filosofia kantiana concernente à dignidade. Identifica-se uma busca pela eliminação da submissão à vontade de outrem e pela conquista ou solidificação de direitos humanos que americanos, franceses, alemães e outros indicaram não possuir preço, e que, portanto, compreendem a dignidade.

Apesar dos avanços obtidos com a Constituição de Weimar em direção à expressão da dignidade humana em textos jurídicos, foi necessária a ocorrência da Segunda Guerra Mundial para que a humanidade se conscientizasse sobre a importância da dignidade

como princípio orientador para o universo do direito (KIRSTE, 2009; TAIAR, 2008). Percebeu-se, então, que a formulação jurídica a partir da perspectiva da dignidade poderia apoiar a humanidade na tarefa de sustentar sua própria existência.

Essa ideia serviu como base para os textos fundamentais que discorrem sobre os Direitos Humanos (TAIAR, 2008). A Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, um desses textos fundamentais, proclama que “os direitos humanos são a expressão direta da dignidade da pessoa humana, a obrigação dos Estados de assegurarem o respeito que decorre do próprio conhecimento dessa dignidade” (LENOIR; MATHIEU, 1998, p. 100). Esse documento acolhe a dignidade humana como orientadora do universo jurídico, estabelecendo-a como requisito único e exclusivo para a titularidade de direitos. Na perspectiva dessa Declaração, a natureza do ser humano garante de forma incondicional a dignidade inerente às pessoas (PIOVESAN, 2005). Dessa maneira, pode-se inferir que o sistema internacional de proteção se baseia no valor da dignidade humana, ainda que a efetivação dos direitos humanos não possa ser considerada como uma questão equacionada de forma satisfatória.

2.1.3 Dignidade nas áreas do conhecimento

2.1.3.1 Dignidade no Direito

Na epistemologia jurídica, a Dignidade é entendida como “grandeza, honestidade, decoro e virtude” (ZISMAN, 2005, p. 21). O homem possui direitos de autonomia e liberdade resultantes de sua própria condição humana e não em decorrência de pacto histórico (SANTOS, 2001).

O entendimento do conceito de Dignidade na esfera jurídica, pode ser ilustrado confrontando-o com o conceito de respeitabilidade, que se refere a um conjunto de atributos que tornam um indivíduo merecedor de consideração. Enquanto a atenção diferenciada característica da respeitabilidade é resultante de qualidades especiais, a respeitabilidade mínima depende somente da existência, coincidindo assim com o conceito de dignidade. Com isso, os demais direitos humanos, como o direito à intimidade, à vida privada, à honra, à imagem são decorrentes da dignidade inerente à natureza de todos seres humanos (BRASIL, 1966; ZISMAN, 2005).

Nos dicionários jurídicos, Dignidade é entendida como qualidade moral que, possuída

por uma pessoa, serve de base para o próprio respeito que lhe é dispensado (SILVA, 2002).

Sarlet (2008) ressalta que um dos postulados do Direito Constitucional contemporâneo é a indissociável vinculação entre a dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais. Vários são os direitos fundamentais que, se respeitados, preservam a dignidade humana. Direitos relativos à vida, de liberdade e de igualdade correspondem às exigências elementares da dignidade do indivíduo (SARLET, 2001).

Zisman (2005) acrescenta uma dimensão relacional à discussão a respeito da dignidade como base para os Direitos Fundamentais. Ela afirma que a dignidade depende do respeito aos direitos fundamentais, não somente por parte de cada indivíduo, mas também por parte do Estado e organismos internacionais responsáveis pela proteção dos direitos fundamentais dos quais depende a dignidade.

Essa observação de Zisman (2005) permite inferir que a dignidade humana, segundo a concepção jurídica, é construída nas relações entre diferentes entes, possuindo como requisito o respeito aos direitos fundamentais por parte das entidades que interagem, sejam elas indivíduos, grupos, o Estado ou organizações.

Pode-se perceber que o entendimento jurídico do princípio de dignidade é útil para o desenvolvimento de instrumentos de regulação das relações, tendo em vista a preservação da dignidade humana. Entretanto, a crescente complexidade existente nas relações entre indivíduos, grupos, organizações e Estados sugere que a dimensão jurídica, embora útil e essencial, não seja capaz de prover positivamente e uma *praxis* que seja capaz de preservar indubitavelmente a dignidade de diferentes atores em suas relações (SARLET, 2001).

2.1.3.2 Dignidade na Bioética

No campo da bioética, o conceito de Dignidade tem sido discutido em torno de dilemas a respeito da morte e da vida (JACOBSON, 2007; PEREIRA, 2009). O termo “morte com dignidade”, por exemplo, tem sido frequentemente empregado em discussões sobre eutanásia e suicídio assistido (PULLMAN, 1996, 1999, 2002). As razões para abreviar uma vida ou prolongar um processo de dor e sofrimento que inevitavelmente culminará em morte, perpassam por noções acerca da dignidade humana. Nos embates que caracterizam esse campo do conhecimento, o conceito de

dignidade tem sido usado tanto por indivíduos que apoiam a autonomia das decisões relativas à vida e à morte como pelos que se opõem à arbitrariedade no processo de antecipar o fim da vida (JACOBSON, 2007; GUERRA, 2001; KADE, 2000). Enquanto para uns a dignidade significa autonomia para decidir até onde prolongar sofrimentos, para outros ela representa o respeito e zelo soberano pela vida.

Uma corrente mais recente de uso para o termo dignidade na bioética se refere a biotecnologias genéticas (GURNHAM, 2005, JACOBSON, 2007). Sob essa ótica, debate-se a respeito das consequências que um possível controle genético na geração de vida poderia trazer à humanidade em termos de dignidade (PEREIRA, 2009). Ao mesmo tempo em que na bioética tradicional, mais centralizada nos Estados Unidos, a dignidade é vista como um sinônimo de autonomia individualista, uma nova corrente bioética europeia vem propondo um conceito mais coletivista de dignidade. Segundo essa abordagem mais recente, a dignidade se refere ao que é valorizado por uma comunidade, de forma que cada grupo social é capaz de definir o que vem a ser a dignidade no seu próprio contexto (BEYLEVELD; BROWNSWORD, 2001, PULLMAN, 2001). Logo, de acordo com essa perspectiva, a violação ou promoção da dignidade não é um fenômeno individual, porém coletivo. O grupo social que definiu o que é dignidade em seu contexto é quem se ofende quando sua dignidade é ameaçada.

2.1.3.3 Dignidade na Economia

O conceito de "Linha de Dignidade" é uma proposta recente no campo da Economia que visa orientar discussões sobre a sustentabilidade socioambiental entre as sociedades civis dos hemisférios norte e sul. O conceito teve sua primeira fase de desenvolvimento em 1999 mediante as contribuições de pesquisadores e membros de organizações não governamentais, que empregaram um esforço teórico conjunto para criar a proposta.

A Linha de Dignidade é uma elaboração conceitual que visa conciliar os objetivos de sustentabilidade ambiental com objetivos distributivos de equidade social. Os pesquisadores do tema buscam posicioná-la como um aporte para a construção de um marco para a sustentabilidade econômica internacional. A ênfase do conceito se encontra no desafio de satisfazer necessidades humanas básicas e redistribuir o espaço

ambiental do planeta (LARRAÍN, 2002).

A proposta é a de criar um indicador social que eleve o nível de satisfação das necessidades da "linha de pobreza" para um novo patamar: o da "linha de dignidade". Em outras palavras, trata-se de uma mudança de conceito-referência a ser adotado em políticas econômicas e sociais. A ênfase que hoje se encontra na formulação de uma vida mínima, que tem como objetivo uma mera superação da linha da pobreza, seria depositada na promoção de uma vida digna, o que representaria um patamar superior de satisfação das necessidades básicas humanas (ELIZALDE, 2002).

A base teórica utilizada pelos pesquisadores que têm empregado esforços na criação dos índices que delimitariam a linha de dignidade foi influenciada especialmente pelas ideias de Joachim Spangenberg do Instituto Wuppertal da Alemanha. Spangenberg (1995) problematizou os padrões de consumo nos dois hemisférios do planeta e sugeriu que a sustentabilidade somente seria possível se as sociedades do hemisfério norte adotassem um consumo ecologicamente sustentável e as do hemisfério sul usufríssem de um consumo que conduzisse a uma condição de sustentabilidade social. Essas proposições sugerem, portanto, que a sustentabilidade ambiental e social depende de uma redução nos níveis de consumo nas sociedades desenvolvidas e de um aumento nos países desenvolvidos. Para Larraín (2002), viver acima dessa linha caracteriza um consumo insustentável; viver abaixo dela, por outro lado, significa carência de requisitos mínimos para uma vida digna. A figura 4 ilustra esta ideia.

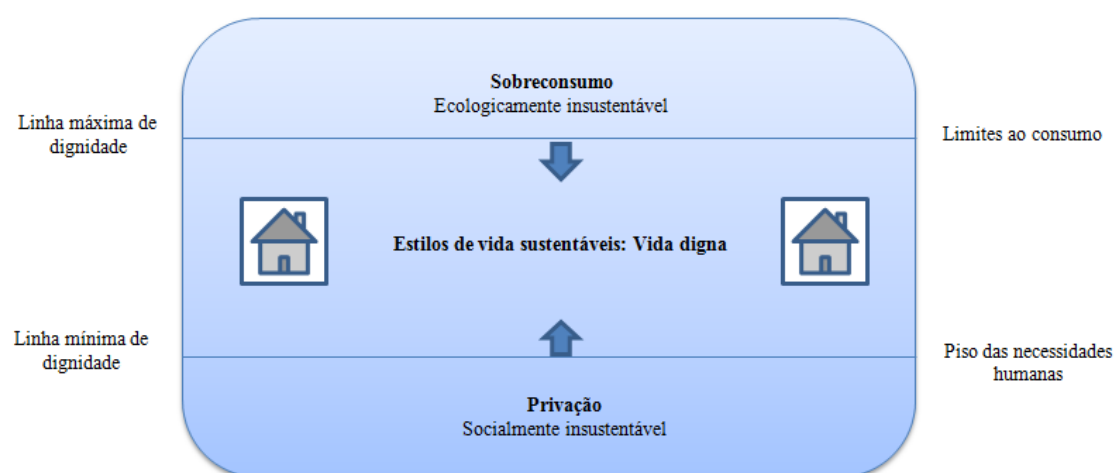


Figura 1: Linha de Dignidade

Fonte: Adaptado de Larraín (2000)

Posteriormente, um grupo de teóricos que se propôs a desenvolver o conceito de Linha de Dignidade deu sequência às contribuições de Spangenberg (1995) e passou a pesquisar medidas para a mensuração de níveis de consumo socialmente e ambientalmente sustentáveis em diversos países (ver WAUTIEZ; LLAVERO, 2002; OLESKER, 2002; LARRAÍN, 2000, 2002; ELIZALDE, 2002), inclusive no Brasil (COSTA, 2002; SCHLESINGER, 2002; CARVALHO, 2002; PACHECO, 2002).

Ainda que os autores desta corrente teórica não apresentem uma definição para o conceito de dignidade, pode-se compreender do que se trata em termos práticos ao se observarem os elementos que compõem o cálculo do índice que determina o intervalo de consumo caracterizador da vida digna. Esse cálculo inclui aspectos como alimentação, vestuário, moradia equipada, saúde, transporte, comunicações, educação (OLESKER, 2000), o que sugere que a dignidade é vista por esses autores como uma condição de satisfação de necessidades consideradas básicas pela própria população. A definição dos itens que seriam incluídos na mensuração do indicador foi efetuada a partir de uma escala de Max-Neef e Elizalde (1993) e de pesquisas as quais avaliaram o conceito de “vida digna” em diferentes sociedades.

2.1.4 Dignidade em estudos organizacionais

Alguns autores têm analisado a dignidade na esfera da temática organizacional. Três são as vertentes principais dos estudos sobre o tema nessa área: as pesquisas sobre a dignidade do trabalhador, a dignidade no trabalho e a Dignidade Organizacional. Apesar de interligados, esses estudos se diferenciam à medida em que o primeiro grupo discute o sentimento de dignidade do sujeito no trabalho, o segundo busca analisar as condições de trabalho consideradas decentes e o terceiro se dedica a estudar a dignidade no nível organizacional de análise.

Dentre os exemplos de estudos que avaliam a dignidade do trabalhador, destacamos os que abordam questões como a dignidade de empregados durante o processo de desligamento (BAYER, 2000), em processos de downsizing (BARBEE, 2001; GREENSPAN, 2002) e em expatriação (MENDE; HOULIHAN, 2007). No Brasil, nota-se o estudo de Medeiros e Teixeira (2011), que, sob a perspectiva de Boaventura Santos, buscaram compreender como as práticas de gestão refletem dignidade e emancipação de docentes de instituições de ensino superior brasileiras, e o estudo de

Cogo (2006) sobre a relação entre os contratos de trabalho e a integridade psicológica do trabalhador.

Já a perspectiva de dignidade no trabalho tem sido representada por estudos que avaliam as condições de limpeza em ambientes de trabalho (ACKROYD, 2007), as dificuldades na rotina de trabalho de vendedores (MARGOLIS, 2001) e as consequências das ferramentas de tecnologia de informação na rotina de empregados (DOOLIN; MCLEOD, 2007). No Brasil, identifica-se o trabalho de Medeiros (2008), que, sob a perspectiva do direito dos trabalhadores, apresenta desafios para a promoção do trabalho digno e um artigo de Heloani (2004), que trata da expropriação da dignidade do trabalhador sob a ótica do assédio moral.

Em ambas as correntes de estudos sobre dignidade no contexto dos estudos organizacionais – dignidade do trabalhador e no trabalho -, percebem-se elementos que perpassam questões associadas à questão do poder na relação entre empresas e *stakeholders* internos. No entanto, nenhum desses trabalhos adota a temática do poder como um aspecto central. Essa característica pode ser encontrada em Nord (1978) e Vredenburg e Brender (1998), que discutem relações de poder e dignidade do trabalhador e no trabalho.

Os estudos sobre dignidade do trabalhador e dignidade no trabalho, apesar de adotarem perspectivas e objetivos distintos, apresentam em comum o interesse por iluminar questões referentes à dignidade nas relações existentes no ambiente interno organizacional. O foco está na dignidade presente nas relações de trabalho entre organização e seus empregados.

A terceira corrente de estudos citada, chamada de Dignidade Organizacional, direciona a análise para a relação entre empresas e *stakeholders*. O termo Dignidade Organizacional foi empregado pela primeira vez por Margolis (2001), porém esse autor concentrou seus esforços no tema da dignidade no trabalho. Posteriormente, alguns trabalhos publicados no Brasil têm sido desenvolvidos no sentido de buscar construir um conceito de Dignidade Organizacional. Teixeira (2008), adotando uma perspectiva habermasiana, propõe um conceito de Dignidade Organizacional que inclui atores sociais e extrapola os limites da própria organização. Ela aponta a ação comunicativa como condição para a existência da dignidade no âmbito organizacional.

“A dignidade organizacional [...] consiste na relação entre pessoas da organização e outras, denominadas aqui de *stakeholders*, pautadas pela ação comunicativa, onde o que se diz é o que se pensa, de forma inteligível, e onde se estabelecem acordos baseados no entendimento e, portanto, não há intenção de usar o outro para o alcance dos próprios fins” (TEIXEIRA, 2008, p. 86).

Esse conceito representa um avanço em relação à proposta de Margolis (1997), não apenas por adotar um olhar habermasiano, mas também por abordar a interação com *stakeholders* externos e internos à organização.

Os trabalhos de Margolis (1999) e Teixeira (2008) tratam da Dignidade Organizacional sob a perspectiva indivíduo. Entretanto, como ressaltam Teixeira et al. (2011), a denominação empregada para o conceito implica em que a unidade de análise seja repousada no nível organizacional. Desta forma, baseando-se no conceito de organizações enquanto atores sociais proposto por King et al. (2009), Teixeira et al. (2011) desenvolveram e validaram uma escala para mensuração de práticas de dignidade organizacional. Sob um enfoque distinto, Teixeira, Domenico, Tudisco, Soares, Banhos e Monteiro (2010) analisaram as categorias de dignidade contidas na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 e dos Códigos Brasileiros que são levadas em consideração para guiar as relações com seus *stakeholders*.

2.1.4.1 Desbravando campos virgens: dignidade nas relações entre empresas e *stakeholders*

O estudo da dignidade na relação entre organizações enquanto atores sociais e *stakeholders* ainda é incipiente no campo dos estudos organizacionais. Como ressaltado no tópico anterior, a maioria dos trabalhos já escritos que abordam a dignidade no contexto organizacional centram-se em discutir as relações entre empresa e empregado. Neste estudo, no entanto, pretende-se direcionar a análise da dignidade para o âmbito da relação da empresa com atores sociais com quem se relaciona, ou seja, com seus *stakeholders*.

Stakeholders são conceituados por Freeman (1984 apud TEIXEIRA, 2007) como um grupo de pessoas que afeta, ou pode ser afetado, pelas atividades desempenhadas por organizações em busca da consecução de seus objetivos. Embora Freeman seja considerado como o mentor da teoria dos *stakeholders* e seu conceito seja divulgado de forma ampla, outros teóricos adotam perspectivas diferentes para esse conceito

(TEIXEIRA, 2007). Apesar dos diferentes pontos de vista apresentados possuem distintos enfoques, todos possuem como semelhança o fato de ressaltarem quem são os grupos de interesse com os quais as organizações possuem conexão (TEIXEIRA, 2007). Por exemplo, Clarkson (1994) adota uma perspectiva financeira e entende que *stakeholders* são quaisquer grupos que representam ameaças para os investimentos corporativos. Cornell e Shapiro (1987) se baseiam em uma abordagem jurídica ao afirmar que *stakeholders* são aqueles com quem a empresa desenvolve algum tipo de relação contratual. Por sua vez, Starik (1994) acrescenta uma dimensão ecológica, ao ampliar o conceito para além da esfera humana, classificando a atmosfera terrestre, a litosfera e a biosfera como *stakeholders*.

Além de diferentes conceitos, há também diferentes tipologias de *stakeholders*, como as apresentadas por Clarkson (1995) e Gibson (2000). Optou-se aqui por destacar a tipologia de Steger (2006c), a qual classifica os *stakeholders* em duas principais categorias: a primeira se refere aos transacionais, que seriam os que atuam de forma direta no sistema de negócios da empresa. Neste grupo, são incluídas instituições ou agentes financeiros, como bancos e acionistas; e clientes e consumidores corporativos, que seriam as entidades que fazem parte da cadeia de suprimentos. O segundo grupo se chama *stakeholders* contextuais que, embora não atuem de forma direta no sistema de negócios da empresa, são capazes de influenciar o desempenho econômico das organizações. Nele são citados comunidades, cidades, ONGs e outros grupos sociais, uniões e agências governamentais. O autor ainda cita a mídia como um *stakeholder* que não se enquadra em nenhuma das categorias anteriores.

Uma característica presente na relação entre empresas e *stakeholders* é o desequilíbrio de recursos entre ambos os atores sociais (STEGER, 2006a; HAGE, 2007). A partir especialmente da década de 90, as cadeias de valor formadas por organizações, seus fornecedores e clientes têm se feito cada vez mais presentes e de forma global. Este fato confere às organizações um ganho de flexibilidade em negociações ao atuar frente aos seus *stakeholders* (SALZMANN, 2006). Nesse processo de aumento de barganha das grandes corporações, uma das formas que as organizações têm encontrado para maximizar seus ganhos é a busca por operações em ambientes menos custosos, especialmente em países subdesenvolvidos e emergentes. Essa estratégia tende a aumentar de maneira considerável a barganha das grandes corporações frente a seus *stakeholders*. Por exemplo, clientes e fornecedores corporativos são

dependentes das grandes organizações (IONESCU-SOMERS, 2006). Comunidades entram em competição para receber novos investimentos de grandes corporações, diminuindo, assim, o nível de expectativa quanto às ações sociais e ambientais dessas empresas (SALZMANN, 2006; HARDY, 2005).

Percebe-se, então, na relação entre empresas e *stakeholders*, um ambiente propício à assimetria de poder. Que consequências essa característica pode trazer para o fenômeno da dignidade na relação entre empresas e *stakeholders*? Na ausência de estudos empíricos que analisem tais relações, parece interessante destacar a taxonomia desenvolvida por Jacobson (2009) para a análise da dignidade no encontro entre atores sociais. Com esta classificação, essa autora se propôs a descrever e classificar formas de dignidade, os elementos que as compõem e as relações entre tais elementos, de forma a expandir o entendimento do conceito e prover uma base empírica a partir da qual se possam desenvolver estratégias para melhorar o bem-estar humano.

Inicialmente, Jacobson (2007) realizou uma análise da literatura sobre dignidade e identificou duas categorias complementares, porém distintas: a primeira categoria foi intitulada de *dignidade humana*, e se refere ao valor abstrato e universal de cada ser humano, simplesmente em virtude de sua condição humana. Essa dignidade, por ser inerente e incondicional, não pode ser violada ou destruída. Tal categoria se baseia nas concepções judaico-cristã e grega de dignidade.

A segunda categoria identificada foi a de *dignidade social*, que é gerada nas relações entre indivíduos, grupos e sociedades. Ela pode ser identificada sob duas formas: *dignidade do self*, que é a qualidade de autorrespeito e autovalor identificada por meio de características como confiança e integridade e um comportamento descrito como dignificante. A segunda forma de expressão da dignidade social é a *dignidade relacional*, que se refere à presença de respeito e valorização alheia no comportamento individual ou coletivo. Ao estabelecer um critério condicional moral para a ocorrência da dignidade, essa concepção se assemelha às formulações kantianas sobre o tema.

Em uma pesquisa posterior, Jacobson (2009) também aponta características que ela chamou de elementos de dignidade. Ela apresenta o conceito de “encontro de dignidades”, que se refere a relações individuais ou coletivas em que a dignidade

pode ser promovida ou violada. Tal encontro está relacionado a uma série de condições, como as posições dos atores individuais e coletivos, características das relações entre os atores, sejam individuais ou coletivos e características contextuais. A figura 2 representa essas condições.

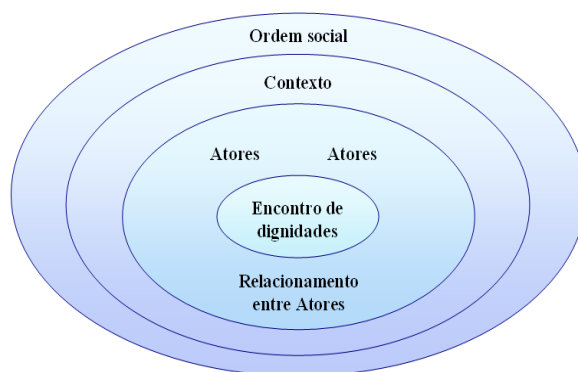


Figura 2: Condições para a dignidade em uma relação

Fonte: Adaptado de Jacobson (2009)

Quando um dos atores se encontra em posição de vulnerabilidade – ignorante, doente, pobre, envergonhado – e o outro se encontra em uma posição de antipatia – ambicioso, preconceituoso, arrogante, hostil e impaciente - o encontro de dignidades provavelmente resulta em uma violação de dignidade. Tal situação ocorre comumente quando a relação entre atores é caracterizada pela assimetria, ou seja, quando o poder, autoridade, saúde ou força de um dos atores é maior que a do outro (JACOBSON, 2009).

A violação da dignidade está associada a uma ordem social de desigualdade, na qual ocorrem inequidades baseadas em disparidade de recursos econômicos, racistas ou sexistas, por exemplo. Contextos caracterizados por um tom áspero nos relacionamentos como ambientes rígidos, altamente hierárquicos e envoltos de estresse e urgência, mas sem disponibilidade de recursos, também facilitam a ocorrência da violação da dignidade (JACOBSON, 2009). A figura 2 sintetiza os facilitadores para a ocorrência da violação da dignidade.

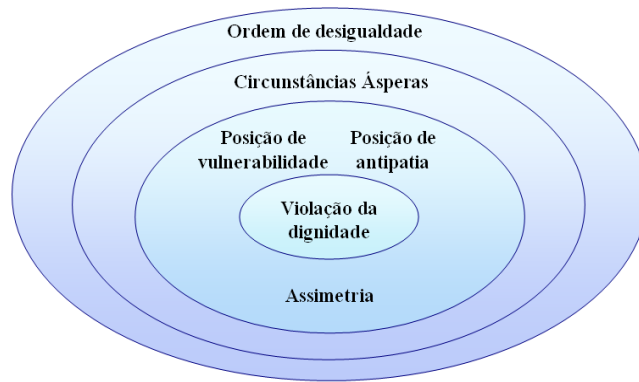


Figura 3: Cenário de violação da dignidade

Fonte: Adaptado de Jacobson (2009)

Então, dada a já citada busca de organizações empresariais por reduzir o poder de barganha de seus *stakeholders*, especialmente em países subdesenvolvidos e emergentes (IONESCU-SOMERS, 2006; SALZMANN, 2006), percebe-se que, de acordo com a teoria substantiva de Jacobson (2009), o ambiente de negócios entre empresas e *stakeholders* configura-se como propício para a ocorrência de violações de dignidade.

Todavia, há na literatura diversos autores que ressaltam que, a despeito do poder de barganha desenvolvido nos últimos anos pelas organizações em razão de suas ações globais, alguns fatores têm levado a crer que os *stakeholders* têm buscado desenvolver uma relação mais equilibrada com as organizações (IONESCU-SOMERS, 2006).

Teixeira e Zaccarelli (2007) defendem que há uma tendência de desconfiança dos consumidores em relação às empresas, devido à sensação que estes têm desenvolvido de que são tratados de forma impessoal, não transparente e negligente em relação a questões ambientais. Ionescu-Somers (2006) e Salzmann, Steger, Ionescu-Somers e Baptist (2006) identificam uma tendência semelhante por parte de fornecedores e consumidores corporativos em relação a corporações das quais integram a cadeia de valor.

Entretanto, essa pressão não se restringe apenas aos *stakeholders* envolvidos diretamente na cadeia de valor, chamados de transacionais por Steger (2006b). Alguns autores destacam que *stakeholders* contextuais também têm exercido pressão por uma relação mais equilibrada com as organizações. Dixon, Mousa e Woodhead (2005)

alegam que agências governamentais têm buscado pressionar as organizações em relações a temas ambientais. White (2002 apud STEGER, 2006b) ressalta que a pressão não provém apenas do governo, mas também de ativistas e instituições contábeis. Salzmann (2006) destaca que as Organizações não governamentais têm atuado como “cães de guarda” das organizações, na tentativa de obter destas uma compensação para a falta de ações por parte da maioria dos governos. Este último autor também salienta que algumas comunidades têm pressionado organizações a respeito de temas como criação de emprego, níveis de barulho, poluição do ar e transporte.

Dadas essas observações, percebe-se um movimento de pressão exercida por *stakeholders* transacionais e contextuais no sentido de equilibrar interesses nas suas relações com organizações.



Figura 4: Pressão mútua entre *stakeholders* e organizações

Fonte: Adaptado de Salzmann (2006)

Para Teixeira e Zaccarelli (2007) uma relação equilibrada de interesses entre organizações e *stakeholders* depende da pressão que estes últimos exerçam. Essa observação se encontra em congruência com a afirmação de Deetz (1992) de que a consciência da existência de relações insustentáveis é um aspecto condicional para a ocorrência de pressão por equilíbrio de poderes exercida por parte dos *stakeholders*. Ele defende que, no entanto, nem sempre estes últimos se encontram em posições que lhes permitam analisar seus próprios interesses, em razão de falta de informação adequada ou de reflexão a respeito de processos fundamentais.

Steger (2006a) realizou uma pesquisa em países da Europa buscando identificar maiores detalhes sobre essa pressão exercida por *stakeholders*. Entre os resultados apresentados, destaca-se a ideia de que os que mais demandam ações sociais e ambientais por parte das organizações são aqueles considerados menos relevantes pelas organizações: Organizações não governamentais. Em uma pesquisa realizada com gestores brasileiros, Matsushita (2004) identificou resultado semelhante, listando organizações ambientais e sociais entre os *stakeholders* de menor relevância.

A pesquisa de Steger (2006a) buscou avaliar a importância que diferentes *stakeholders* conferem uns aos outros no que se refere à capacidade de influenciar empresas. O autor reporta que alguns *stakeholders* contextuais, como comunidades e governos, se veem como mais influentes do que são vistos por outros *stakeholders*. Em sua pesquisa, os considerados mais influentes por todos os *stakeholders* foram a mídia e o mercado financeiro.

Steger (2006a) também destaca que a influência conjunta de alguns *stakeholders* pode potencializar seus efeitos de pressão sobre organizações, especialmente quando esta mobilização de forças inclui o poder da mídia. Conforme destacado por Teixeira e Zacarelli (2007), o fato de a sociedade ter se transformado em um meio informacional possibilita que indivíduos e segmentos sociais obtenham e compartilhem informações e conhecimentos de forma autônoma. A mídia, assim, pode ser um veículo útil para que grupos que se considerem em desvantagem mobilizem-se e exerçam seu poder.

2.2 Comunidades

Neste estudo, pretende-se abordar a dignidade na relação entre organizações e um *stakeholder* em específico: a comunidade.

O conceito de comunidade tem despertado discussões entre acadêmicos. Devido à ampla abrangência do termo, diversos autores têm destacado a importância de definir parâmetros pelos quais se possam realizar delimitações para o que se pretende chamar de comunidade. Hillery (1955) identificou na literatura mais de noventa definições distintas e às vezes conflitantes para o termo “comunidade”. O único elemento que tais definições apresentavam em comum era o fato de que se referiam a seres humanos.

Diante dessa diversidade de perspectivas, tornou-se necessário prover uma

sistematização conceitual que oferecesse poder descritivo suficiente para delimitar uma comunidade e desenvolver estudos sobre como organizações interagem com elas. Com esse intuito, Lee e Newby (1983) apresentaram três fatores que permitem desenvolver definições de comunidades: geografia, interação e identidade.

Comunidades representadas pela geografia são caracterizadas por pessoas que residem na mesma região geográfica. Aquelas associadas à interação são as que envolvem relações sociais, estejam estas baseadas ou não por similaridade geográfica. Já as comunidades caracterizadas pela interação são as que representam um senso de pertencimento, geralmente baseado em um conjunto de crenças e experiências. Também neste caso, as pessoas não precisam necessariamente viver em uma mesma área geográfica.

Para Dunham et al. (2006), esses três fatores permitem a delimitação de quatro categorias razoavelmente distintas de comunidade, que são úteis para a discussão do tema no contexto da teoria dos *stakeholders*: comunidades de local, de interesse, de prática e comunidade como grupo de apoio virtual.

O quadro 1 apresenta as quatro categorias citadas de comunidades e as características das mesmas segundo os três fatores citados.

		Comunidades de interesse	Grupos de apoio virtual	Comunidades de prática	Comunidades de local
Geografia					x
Interação	Face a face	x		x	x
	Eletrônica	x	x		
Identidade	Proativa	x		x	
	Oposicional		x		

Quadro 1: Categorias de comunidades

Fonte: Adaptado de Dunham et al. (2006)

Segundo essa perspectiva, “comunidades de interesse” se referem a grupos unidos virtual ou pessoalmente por temas que despertam a atenção de seus componentes. “Comunidades de apoio mútuo” são formadas por pessoas que buscam, em uma interface eletrônica colaborar uns com os outros em prol de uma causa de interesse comum. “Comunidades de prática”, por sua vez, se diferenciam das comunidades de interesse pelo fato de seus membros interagirem apenas pessoalmente. No que tange ao tema “comunidades”, pretendeu-se nesta pesquisa, inicialmente, sob o caráter de

conceito sensibilizador (BLUMER, 1969, 1984; CHARMAZ, 2006), delimitar o objeto de estudo segundo o conceito de “comunidade de local”. Esse tipo de comunidade é caracterizado mormente pela proximidade em que habitam seus membros. Esta é a definição mais comum de comunidade no contexto da teoria dos *stakeholders*. Seus membros possuem contato pessoal e podem ou não desenvolver um senso de identidade.

Sobre este último ponto destacado, vale ressaltar que, embora a definição de comunidade de local apresentada por Dunham et al. (2006) não estipule como pré-requisito a existência de senso de identidade, os autores salientam que ela pode ser desenvolvida por este tipo de comunidade.

Em geral, argumenta-se que os gestores das organizações devem levar em consideração o efeito de suas ações sobre as pessoas que vivem em regiões geográficas próximas a suas instalações. As consequências de descuidos por parte de organizações podem ser fatais. O caso do acidente nuclear de Chernobil, no qual um imprevisto em uma usina nuclear causou a morte de 56 pessoas e dezenas de acidentados e contaminados, é considerado como um caso emblemático dos potenciais problemas existentes em razão da proximidade geográfica entre empresas e comunidades (DUNHAM et al., 2006).

Segundo Altman (1998), nas últimas décadas diversas organizações têm desenvolvido programas de relacionamento social com comunidades. Algumas empresas têm estabelecido atividades que variam desde doações até o estímulo para que funcionários desenvolvam atividades filantrópicas que atendam às diferentes necessidades das comunidades situadas em localidades imediatamente próximas à organização. Porém, Salzmann e Prinzhorn (2006) argumentam que há certo exagero nos relatos de ações respeitadas por parte das organizações. Eles afirmam que é comum na literatura que se apresente a ideia de que comunidades têm exercido elevada pressão para que as empresas situadas em regiões geográficas próximas as respeitem, sobretudo em aspectos de consequências sociais e ambientais. Os autores defendem que o poder de influência dessas comunidades nas ações das organizações tem sido quase inexistente.

2.3 Montando o quebra cabeças: dignidade no âmbito da relação entre empresas e comunidades

As relações entre organizações empresariais e comunidades são, em parte, reguladas pelo direito positivo, esfera em que se advoga o intuito de assegurar os direitos fundamentais capitaneados pela dignidade humana. Contudo, como indicado anteriormente, Sarlet (2008, p. 26) ressalta que a dignidade, com frequência, não se encontra expressamente reconhecida no direito positivo. Não são raras, também, as ocasiões em que as determinações legais não são executadas conforme legislado. Por exemplo, Layrargues (2000) analisa a inadequação da ISO 14000 como texto norteador para a prática legal na complexa problemática ambiental brasileira. Santos (2004) afirma que o cenário de leis inadequadas e fiscalização ineficiente abre espaços para a existência de relações desequilibradas e insustentáveis entre empresas e comunidades.

Se a esfera jurídica não se mostra adequada para analisar a existência de dignidade na relação entre empresas e comunidades, que alternativa seria adequada para a compreensão desse fenômeno? Uma pista pode ser encontrada no caminho adotado por Beyleveld e Brownsword (2001) e Pullman (2001) para o estudo da dignidade no campo da bioética. Ao adotarem uma perspectiva interacionista da dignidade, esses autores puderam compreender as definições que pessoas em diferentes contextos realizam a respeito do que vem a ser a dignidade no que tange a questões éticas relacionadas à vida humana. Eles chegaram ao entendimento de que a dignidade se refere ao que é valorizado por entes sociais, de forma que cada grupo social é capaz de definir o que vem a ser a dignidade no seu próprio contexto.

De que forma um olhar interacionista a respeito da relação entre comunidades e empresas poderia se inserir no progresso que já tem sido feito em estudos sobre dignidade no contexto organizacional? Os estudos a respeito da dignidade do trabalhador (BAYER, 2000; BARBEE, 2001; GREENSPAN, 2002; MENDE; HOULIHAN, 2007) e no trabalho (ACKROYD, 2007; MARGOLIS, 2001; DOOLIN; MCLEOD, 2007) estão circunscritos no âmbito da relação entre empresas e empregados. A proposta habermasiana de Teixeira (2008) de um conceito de Dignidade Organizacional estende a análise do fenômeno para além das fronteiras das organizações, incluindo também a relação com *stakeholders* externos. O desenvolvimento da escala de Dignidade Organizacional feito por Teixeira et al.

(2011) representou mais um avanço, uma vez que direcionou o estudo do fenômeno para o nível organizacional de análise. Esse trabalho também inovou ao considerar organizações enquanto atores sociais, conforme proposto por King et al. (2009). Neste contexto, um olhar interacionista para a dignidade no âmbito da relação entre comunidades e empresas possibilitaria um progresso no campo dos estudos organizacionais à medida em que permitiria a compreensão das relações de dignidade – ou indignidade – com um *stakeholder* até então inexplorado especificamente: a comunidade. Além disso, a adoção de um olhar interacionista permitiria compreender a dignidade como um conceito socialmente construído, o que pode trazer ao campo de estudos organizacionais uma contribuição semelhante à levada por Beyleveld e Brownsword (2001) e Pullman (2001) para o campo da bioética.

Assim, somando-nos ao progresso já encontrado na literatura, direcionamos a análise da dignidade para além das fronteiras da organização (TEIXEIRA, 2008), em um nível relacional de análise e considerando as empresas como atores sociais (TEIXEIRA, 2011). A inovação trazida por esta pesquisa reside no estudo da dignidade especificamente na relação com uma comunidade e na adoção de um olhar interacionista para o fenômeno, algo já realizado na área da saúde (JACOBSON, 2009; BEYLEVELD; BROWNSWORD, 2001; PULLMAN, 2001), mas ainda inexplorado no campo de estudos organizacionais.

A ideia da percepção socialmente construída da dignidade no âmbito da relação entre empresas e comunidade encontra-se de acordo com os princípios centrais do Interacionismo Simbólico. As premissas dessa perspectiva epistemológica, segundo Blumer (1969, p. 2) são as de que:

“Seres humanos agem em direção às coisas com base nos significados que as coisas possuem para eles.

O significado das coisas é derivado ou surge da interação social que os homens estabelecem uns com os outros.

Os significados podem ser manipulados e modificados através de um processo interpretativo usado pelo indivíduo quando lida com as coisas que ele encontra”.

Adotando esse entendimento para iluminar o fenômeno de interesse desta pesquisa, construímos a tese de que **os significados de uma relação digna entre comunidade e empresas não são absolutos, mas construídos pelos membros da comunidade. Esses significados são construídos socialmente, aprendidos e modificados nas**

interações vivenciadas pelos membros da comunidade.

A seguir, apresenta-se uma revisão a respeito do Interacionismo Simbólico, etapa em que discutimos suas origens, precursores, vertentes, pressupostos e conceitos centrais.

2.4 Interacionismo Simbólico

2.4.1 Origens

A escola filosófica que maior influência exerceu no interacionismo simbólico foi o **pragmatismo americano** (ÁLVARO; GARRIDO, 2003; REYNOLDS, 2003a; DUNN, 1992; STRYKER, 1980). A filosofia pragmatista apresenta como tese central a noção de que a verdade de uma ideia é consequência de seu desdobrar prático. Em outras palavras, para que uma ideia seja significativa, deve gerar alguma influência sobre a ação. Assim, segundo o ponto de vista pragmatista, a verdade não se refere a uma propriedade essencial dos elementos, mas como a possibilidade que se efetiva dependendo dos efeitos que possa gerar sobre a conduta (ÁLVARO; GARRIDO, 2003).

Para Reynolds (2003a), os fundamentos do interacionismo simbólico são mais claramente observados nos escritos de Charles Peirce, William James e John Dewey. **Charles Peirce (1839-1914)** é considerado por William James como o inventor do pragmatismo. Para ele, o conhecimento gerado e testado no processo de pesquisa pertence à mesma categoria do conhecimento pragmático do dia a dia obtido através da observação reflexiva de tentativas e erros. Peirce defendia que a verdade não é um tema individual, já que deve ser aceita pela comunidade após ser submetida ao crivo prático (PEIRCE, 1905). Essa ideia de que o significado de um objeto se situa no comportamento que se direciona a ele tornou-se um pressuposto do interacionismo simbólico. **William James (1842-1910)**, outro pragmatista que contribuiu para o estabelecimento dos alicerces do Interacionismo Simbólico, influenciou Mead em sua ideia de que seres humanos são agentes ativos a partir da concepção de "planos de ação". Tais planos são a forma de expressão pela qual seres humanos concretizam sua reflexividade - e não passividade -, de forma a buscar formas de agir e pensar que lhes proporcione maior satisfação de interesses e necessidades (McDERMOTT, 1977; REYNOLDS, 2003a). Já **John Dewey (1859-1952)**, por meio da sua visão a respeito da atividade mental na condição de processo e mente como uma atividade, e não uma

entidade (DEWEY, 1922), viria a influenciar a formação do conceito interacionista de mente (MELTZER, 2003).

2.4.2 Representantes iniciais

Charles Horton Cooley (1884-1929), que estudou com Dewey, foi influenciado por ele especialmente no que tange à natureza da sociedade, que é vista por Cooley como algo "real" e existente na mente dos indivíduos que a constituem. Em vez de uma "mente da sociedade", o que existe são diferentes mentes entrelaçadas por meio de expectativas e padrões de comportamentos compartilhados, o que provê uma "cola" que une esta organização ampla (COOLEY, 1909, p. 4). Para Cooley, a sociedade também possui natureza orgânica. Ele afirma que a sociedade apresenta características de um organismo complexo: "Há um complexo de formas de processos que crescem na interação com os outros, de forma que a coisa maior torna-se unificada e o que ocorre em um local afeta o resto" (COOLEY, 1918, p. 28). Em tais complexos podem ser observados diferentes sistemas que se distinguem uns dos outros e compõem o todo. Dependendo do ponto de vista tomado para observar a sociedade, enxerga-se pontualmente um ou outro sistema, ainda que ele faça parte de um todo interdependente. Para compreender os significados que orientam diferentes sistemas, Cooley desenvolveu uma metodologia que ele chamou de "introspecção simpatética", cuja ideia central é a de que o pesquisador deve buscar capturar os significados e interpretações buscando se colocar no lugar imaginativamente no participante (COOLEY, 1926, 1930).

William Isaac Thomas (1863-1947) foi outro teórico importante para o desenvolvimento do Interacionismo Simbólico. Ele enfatizou em termos substantivos e metodológicos a importância das "situações" e das "definições da situação" (McHUGH, 1968; MELTZER; PETRAS; REYNOLDS, 1975). Thomas defendeu que ao estudar o comportamento humano, devem-se incluir os "fatos da experiência" e as formas pelas quais ocorrem os processos de ajuste das pessoas e grupos em relação a outros indivíduos e coletividades. Tais processos de adaptação humana ocorrem em "situações", ou seja, os seres humanos se adaptam em resposta a situações objetivas às quais se submetem ou são submetidos. Mas entre a situação e o ajuste, situa-se a "definição da situação", que é "uma interpretação, ou um ponto de vista" (THOMAS,

1937, p. 8) em relação à condição objetiva apresentada. Para Thomas, entender as definições das situações é essencial para estudar o comportamento humano. Para ele, "(...) se homens definem situações como reais, elas são reais em suas consequências". Esta frase, que para Stryker (1980, p. 31) foi a afirmação mais "influyente, sucinta e poderosa" da obra de William Thomas, se tornou recorrente na literatura do que posteriormente viria a se denominar interacionismo simbólico.

Um dos mais importantes desenvolvedores do interacionismo simbólico, talvez o mais importante, foi **George Herbert Mead (1863-1931)**, cujos conceitos apresentados se tornaram centrais em todas as variações desta escola de pensamento (REYNOLDS, 2003b; MELTZER; PETRAS; REYNOLDS, 1975). Mead é considerado como um autor cuja perspectiva serviu de base para as diferentes escolas interacionistas simbólicas (REYNOLDS, 2003b).

Sua influência se faz presente principalmente na Escola de Chicago mas também pode ser notada nas demais escolas do pensamento interacionista. A Escola de Iowa, por exemplo, apesar de rejeitar a ideia de "introspecção simpatética", baseou-se parcialmente em Mead ao buscar operacionalizar empiricamente os conceitos interacionistas (KUHN, 1964; MELTZER, PETRAS; REYNOLDS, 1975; KATOVICH; MILLER; STEWART, 2003; REYNOLDS, 1993) de forma a atingir os "critérios de cientificidade" e desenvolver "processo de medida padronizado, objetivo e dependente" (HICKMAN; KUHN, 1956, p. 224-225). Já o Gênero Dramatúrgico, que se encontra assentado sobre o entendimento de que o homem adota *performances* teatrais ao apresentar a si e suas atividades aos outros, de forma a tentar controlar as impressões que os outros formam a seu respeito (GOFFMAN, 1959; BRISSET; EDGLEY, 1990; EDGLEY, 2003; CUZZORT, 1969). O ponto de partida da metáfora dramatúrgica de Goffman foram as ideias de Burke (1945, 1950), que defendia que as pessoas atuam e expressam seus significados por meio de estratégias de gerenciamento de imagem. A perspectiva de Goffman é resultado de uma mescla entre esses princípios com alguns conceitos de Mead e da Escola de Chicago, que, na opinião dele, falha ao não conferir a devida importância ao gerenciamento da impressão, à falta de sinceridade, à hipocrisia ou às auto-apresentações não autênticas do ser humano (GOFFMAN, 1959).

Outro pensador fundamental para os alicerces do Interacionismo Simbólico é **Herbert Blumer (1900-1987)**. Influenciado pela visão de introspecção simpatética de Cooley,

Blumer defendeu a necessidade de sentir a experiência do ator. Para ele, deve-se buscar entrar no mundo do ator e ver o mundo como ele vê, uma vez que o comportamento dos sujeitos ocorre com base nos seus significados particulares. Em termos metodológicos práticos, Blumer (1969) defende o uso de técnicas observacionais como histórias de vida, autobiografias, diários, cartas, entrevistas não estruturadas e observação participante. O autor justifica seu posicionamento argumentando que metodologias experimentais, instrumentais e quantitativas proporcionam ao pesquisador uma "visão de fora", e por isso se tornam inadequadas para captar os significados que medeiam como os indivíduos respondem a objetos e situações. Para estudar a interação social, Blumer recorre à noção de "conceitos sensibilizadores". Ao contrastar definições operacionais com conceitos sensibilizantes, Blumer (1969) ressalta sua rejeição a prescrições teóricas e metodológicas a respeito do que buscar encontrar nos dados, e defende o uso de meras sugestões ou direções teóricas em mente ao obter e analisar os dados. Para ele, um conceito pode sensibilizar o pesquisador na tarefa de "lidar com as especificidades de cada situação empírica, e não desprezar o caráter único da sua natureza" (BLUMER, 1954, p. 8).

2.4.3 Conceitos principais da Escola de Chicago

Como ressaltado anteriormente, optamos por utilizar a perspectiva do Interacionismo Simbólico Estrutural de Stryker (1980) como abordagem sensibilizadora nesta pesquisa. Como essa versão do Interacionismo Simbólico foi construída a partir dos princípios da Escola de Chicago - especialmente na figura de Mead - apresentamos a seguir alguns dos conceitos principais defendidos nessa abordagem tradicional interacionista.

Para Mead, a vida humana é social em razão do fato de o ser humano ser guiado pelo comportamento cooperativo. A coletividade depende da existência de indivíduos, mas independe da existência de qualquer indivíduo específico. Ela precede as pessoas e permanece após suas mortes. Por isso, ele entende que para compreender a **mente** e o **self**, faz-se necessário entender o contexto social - a **sociedade** - no qual os indivíduos estão inseridos (MELTZER; PETRAS; REYNOLDS, 1975).

Mas de que forma indivíduos compõem uma sociedade? Mead (1972) defende que a

sociedade é possível em razão do comportamento cooperativo, que por sua vez ocorre pelo fato de que as pessoas possuem a habilidade de assumir o ponto de vista do outro. O ato de colocar-se mentalmente no lugar do outro possibilita aos seres humanos compartilhar expectativas. Os indivíduos respondem a tais expectativas de formas diferentes, entretanto criam-se linhas de ação que podem guiar o comportamento individual.

Desta possibilidade, Mead (1972, p. 261) deriva a ideia de instituições.

"As instituições da sociedade são formas organizadas de grupos ou atividades sociais (...) organizadas de forma que os membros individuais da sociedade possam atuar adequada e socialmente ao assumir a atitude dos outros em relação a estas atividades".

Mead aqui reafirma a ideia de que a base para a vida social encontra-se na capacidade dos indivíduos de assumir a visão do outro. A ação conjunta é o resultado das ações de indivíduos que desejam alinhar-se com a linha de conduta criada a partir do desenvolvimento de expectativas compartilhadas.

Assim sendo, entende-se que as pessoas não precisam fazer juízos isolados a cada situação que enfrentam; elas podem utilizar o conhecimento adquirido ao longo da vida a respeito de "como as coisas devem ser aqui" como guias para ação. E como tais expectativas são comunicadas, gerações após gerações? Neste ponto do desenvolvimento de seu pensamento, Mead introduz o conceito de linguagem. Ele cita que há uma "conversa de gestos" que são transmitidos pelas pessoas e que podem se transformar em "símbolos comuns". Enquanto em um nível primitivo de interação dois organismos respondem-se mutuamente em uma "conversa de gestos", a **interação** humana é caracterizada pelo uso de símbolos e seus significados compartilhados (McCALL, 2003, 1978). Quando os indivíduos compartilham tais símbolos, os gestos se tornam um instrumento de linguagem que cumprem a função de transmitir expectativas e, conseqüentemente, estimular o ato de pensar. Sobre isto, Mead (1972, p. 4) escreveu que:

"a existência da mente ou inteligência somente é possível em razão dos gestos como símbolos significantes; pois somente em termos de gestos enquanto símbolos significantes pode o pensamento - que é simplesmente uma conversa internalizada ou implícita consigo mesmo por meio de gestos - ocorrer".

Quando uma pessoa faz um gesto como balançar a cabeça negativamente, o receptor da mensagem completa, em sua imaginação, o que aquele gesto representa. O ato, que se inicia com um gesto, é concluído imaginativamente pelo receptor da mensagem. A

"atividade imaginativa" é, portanto, para Mead (1972) a forma pela qual as pessoas respondem umas às outras. No entanto, a ação conjunta ou conduta cooperativa somente é possível se comunicador e receptor do gesto conferem a este o mesmo significado.

Além da sociedade, outro dos três conceitos centrais discutidos por Mead (1972) é o *self*. Ele afirmou que a formação de sociedades é possível não somente porque pessoas conseguem assumir mentalmente a posição do outro, mas também porque elas refletem também sobre seus próprios atos. Ter um *self* significa ser capaz de ver a si mesmo como um objeto. A linguagem também possui um papel fundamental no desenvolvimento do *self*, uma vez que é por meio dela que a pessoa consegue ver os outros e a si como objeto.

Mead também teorizou sobre os elementos desse processo: o "Eu" e o "Mim" (MEAD, 1972). O "Eu" representa o imprevisível, incerto e desorganizado elemento da experiência humana. É o elemento espontâneo e impulsivo do *self*, manifestado não somente de ações, mas também de pensamentos (MEAD, 1972). A existência deste elemento significa que o ser humano nunca é um simples reflexo passivo das expectativas sociais.

Já o "Mim" representa as expectativas sociais, normas, valores comuns, significados e definições. Pode significar também um outro específico ou generalizado, dependendo da situação. Para Meltzer (1964), ele representa o outro incorporado dentro do indivíduo. As ações humanas tendem a iniciar-se segundo o "Eu" e terminar com base no "Mim", mas isto nem sempre ocorre, porque se a tensão ocasionada pelas expectativas do "Mim" tornar-se muito grande, esses limites passam a não ser observados e o "Eu" passa a ter domínio sobre o "Mim" (MEAD, 1972).

Em resumo, o novo é característico do "Eu" e a conformidade é típica do "Mim". Enquanto o "Eu" representa o impacto do indivíduo sobre a sociedade, o "Mim" representa a influência da sociedade sobre o indivíduo. Nas inconstantes manifestações de ambos os elementos, tanto a experiência inovadora e quanto o controle do *self* se fazem presentes.

Assim como o ocorre com o *self*, para Mead a **mente** também possui origem na sociedade. Ele defende que a mente "surge por meio de uma conversa de gestos em um processo social ou contexto de experiência" (MEAD, 1972, p. 55), o que significa

que a mente se faz presente apenas quando o indivíduo utiliza símbolos para interagir. Ao usar gestos significantes, o indivíduo precisa pensar e internalizar os significados dos mesmos e colocar-se no lugar do outro para avaliar como tais gestos podem mediar tal interação. Desta forma, quando o sujeito acessa as possíveis consequências futuras de um comportamento presente por meio de símbolos compartilhados, o comportamento mental se faz presente (REYNOLDS, 1993).

A mente, portanto, se manifesta por meio da contemplação feita pelo indivíduo a respeito de possíveis ações em um dado contexto. As pessoas se baseiam na experiência passada para avaliar os resultados de condutas alternativas. Isto não significa, entretanto, que os indivíduos usam todos os elementos disponíveis da experiência passada para julgar consequências futuras de condutas presentes. Como as pessoas possuem uma percepção seletiva, elas conferem atenção a aspectos diferentes do ambiente e isto faz que suas percepções do ambiente e suas leituras mentais sobre a adequação de determinados cursos de ação difiram entre si.

A atividade mental envolve construir a ação ao longo da sua execução (MEAD, 1972). Os humanos selecionam, controlam e organizam os objetos do ambiente. Tais objetos somente existem para o indivíduo em termos da ação dirigida a eles. E quando uma pessoa leva um objeto em consideração, ela está também considerando os outros humanos, uma vez que o significado compartilhado de um objeto é inseparável da ideia de sociedade. Assim, objetos se tornam fenômenos sociais ou compartilhados.

Mente é para Mead (1972), portanto, conjecturar sobre as consequências de ações futuras. É um conceito mais bem entendido como um verbo ou processo do que como um substantivo. É o processo de "aplicar as experiências dos indivíduos sobre si mesmos" (MEAD, 1972, p. 134). A mente nasce a partir de problemas enfrentados na experiência imediata e também pode ser entendida como um "pensar reflexivo" (MEAD, 1900, p. 2).

A complexidade da mente ou o pensamento reflexivo pode ser mais plenamente observada quando uma pessoa se torna capaz de objetivar-se, ou seja, de imaginar a si próprio como um objeto em relação ao papel dos outros. Imaginar qual será a reação das pessoas ao verem que uma cadeira em uma sala já é um tipo complexo de atividade mental característica humana. O pensamento reflexivo torna-se ainda mais complexo quando as pessoas imaginam qual será a reação dos outros quando a virem

em uma sala, por exemplo. De certa forma, para fazê-lo, as pessoas precisam buscar acessar qual é o significado compartilhado de um objeto que constitui na própria pessoa.

Meltzer (1964, p. 21), ao analisar o pensamento de Mead, resume a ideia de mente da seguinte forma: "é esta conversa entre nós mesmos, entre a representação do outro (na forma do 'mim') e nossos impulsos (na forma do 'Eu') que constitui a mente".

Embora mente, *self* e sociedade tenham sido conceitos discutidos mais enfaticamente por Mead, outros, como símbolos, objetos e significados, também são essenciais para a compreensão de sua perspectiva. Mead buscou compreender a natureza do mundo humano e as formas pelas quais as pessoas agem nele. Uma premissa básica do Interacionismo Simbólico é a ideia de que organismos e ambientes se influenciam mutuamente, embora nenhum dos dois seja completamente determinado pelo outro. Mead aprofundou esta premissa ao buscar responder a algumas questões fundamentais. De que forma os seres humanos são capazes de responder ao ambiente? De que forma as respostas humanas propiciam a construção de um mundo humano? Que consequências isto traz para os seres humanos?

O entendimento de Mead a respeito dos seres humanos e seu mundo tem como um dos aspectos-chave a distinção entre gestos e comunicação simbólica (BALDWIN, 1986). Ele argumentou que os animais em geral são capazes de estabelecer algum nível de comunicação, uma vez que um animal pode responder a um ato de outro ou a um fato do ambiente. Para interacionistas simbólicos, a comunicação entre animais ocorre quando as ações de um organismo influenciam a ação do outro. Quando isto ocorre, percebe-se uma "conversa de gestos" (MEAD, 1972).

Os seres humanos, assim como outros animais, são capazes de se comunicarem por meio de gestos, mas são também hábeis para estabelecer uma forma de comunicação mais complexa em um nível distinto de significado, chamado "**símbolo** significante". A diferença central entre um gesto natural, praticado por qualquer animal, e um símbolo significante, praticado por seres humanos, reside no fato de que o segundo pressupõe criação de significado tanto para o produtor como para o recipiente. O significado de um símbolo significante não reside na reação do que o recebe, mas na resposta conjunta entre o autor do gesto e o seu receptor. Isto significa que um ser humano é, ao mesmo tempo, emissor e receptor de símbolos significantes, ou seja, ele

é capaz de responder aos seus próprios gestos, algo impossível para outros animais (MEAD, 1972; HEWITT, 2003; STOKES; HEWITT, 1976).

Um sinal significa algo, o significado. Um sinal pode ser qualquer coisa que possa ser apreendida pelos sentidos e o significado pode ser qualquer coisa que possa ser sentida. A associação entre sinais e significados somente ocorre por meio de alguém capaz de fazer esta conexão. A fumaça não possui um significado em si, mas um ser humano ou outro animal pode interpretá-la como sinal de perigo. A interpretação de um sinal exige que o interpretador tenha aprendido em algum momento da sua vida a fazer a associação entre o sinal e o seu significado (MEAD, 1972).

Se sinais somente se referissem a coisas, provavelmente os seres humanos teríamos uma existência semelhante à dos outros animais: estaríamos confinados em um mundo de significados comportamentais. Símbolos significantes, no entanto, não se restringem ao presente concreto, mas também se referem a um futuro abstrato. Símbolos não se referem somente a coisas, mas também a "planos e padrões de atividade que envolvem interações complexas entre pessoas ao longo de períodos de tempo" (HEWITT, 2003, p. 309). Assim, símbolos significantes se referem ao que as pessoas farão no futuro, não se limitando a coisas, mas se estendendo a intenções.

Outros animais se comunicam por meio de "sinais naturais". Estes sinais permitem que eles interpretem elementos do ambiente de forma a possibilitar sua sobrevivência ou sucumbência. Uma limitação importante desses sinais reside no fato de que um animal somente pode responder a eles desde que tais sinais se façam presentes. Sinais convencionados, compreensíveis somente para seres humanos, também requerem do receptor uma capacidade ativa de associação entre sinal e significado. Todavia, sinais convencionados - chamados de símbolos - possuem diversas características que o diferenciam dos sinais naturais. Primeiro, o significado do símbolo é resultado de uma convenção comum dos membros de uma comunidade de usuários desse símbolo a respeito do seu significado. A resposta a um sinal natural é aprendida e ativada individualmente. Mesmo que diferentes cães confirmem um mesmo significado a um sinal, não se pode dizer que haja um significado compartilhado, uma vez que cães não são capazes de comunicar significados entre si. Seres humanos, por possuírem o recurso da linguagem, são capazes de convencionar socialmente os significados das coisas. Os símbolos possuem os significados que possuem porque membros de comunidades de falantes de uma dada língua concordam em usá-lo (e responder a

eles) de uma forma mais ou menos consistente. Segundo, símbolos podem ser evocados de acordo com a vontade humana, independentemente das coisas ou eventos que eles representam estarem presentes. Uma pessoa pode imitar um cão ou chamar alguém de cachorro, mesmo que não haja nenhum cão por perto. Já um sinal natural independe da vontade animal: um cão somente evoca o significado de proteção de território quando exposto a sinais que signifiquem ameaça. E terceiro, símbolos formam sistemas complexos nos quais diversos símbolos se associam (MEAD, 1912, 1972; HEWITT, 2003).

Levadas em consideração em conjunto, essas três propriedades de símbolos criam a "atitude simbólica" nos seres humanos, o que gera algumas implicações. Seres humanos se relacionam com o mundo como uma configuração de categorias de coisas, e não com conjunto de coisas avaliadas em particular. Ao ver um cão, o ser humano não vê apenas um cão, mas o classifica como membro de uma classe de outros animais. Ele processa informação por meio de figurações simbólicas: manipula eventos e coisas simbolicamente, comparando cães com outros animais ou expressando sentimentos em relação a eles. Além disso, o ser humano também desenvolve autoconsciência ao usar os símbolos para acessar a própria mente. Por exemplo, ao perceber que está nervoso ao ver sua mão tremendo diante de um cão, o homem reflete sobre sua própria condição por meio da interpretação do símbolo do tremor nas mãos como sinal de nervosismo. Talvez a maior implicação desta capacidade humana de entrar em seu próprio pensamento seja a de se tornar um objeto para si próprio. Para entender de maneira mais completa as implicações dos símbolos para Mead (1972), faz-se necessário compreender o conceito interacionista de objeto.

Um **objeto** é algo que pode receber ação, ser tocado ou pego; é algo em direção a que os indivíduos se movem, direcionam sua ação. Não é necessariamente algo material, embora a tangibilidade tenha alguma relevância. É mais precisamente compreendido como uma ideia, uma meta, que pode ser manipulado pelo indivíduo. Manipulação - do latim manus (mão) - significa o esforço de controlar e usar. As essências dos objetos não são dadas, são convencionadas socialmente. Objetos medeiam interações, uma vez que as pessoas, diante de determinadas circunstâncias em um grupo ou sociedade, compartilham os significados de objetos sociais. Assim, eles se tornam veículos para que atos sociais sejam levados a cabo (HEWITT, 2003).

As discussões sobre símbolos e objetos estão associadas ao conceito de significado. Em sua reformulação da psicologia social de Mead, Blumer (1969) argumentou que as pessoas agem em direção a objetos com base em seus significados e que esses significados não são naturais, mas emergem em processos de interpretação. Pessoas indicam para si próprias qual é o significado daquilo com o qual se interage e respondem com base nessas indicações (HEWITT, 2003). Entretanto, como ocorre uma "indicação"?

Para Blumer, quando o indivíduo indica para si, faz um anúncio para si próprio a respeito de um evento que está ocorrendo. Este processo importa a interação social para o indivíduo. Da mesma maneira que os seres humanos definem para si o que está ocorrendo, eles também o fazem para os outros, o que caracteriza o processo de compartilhamento de significados. Todavia, dizer que as pessoas em um dado evento nomeado e categorizado compartilham respostas ou definições não significa dizer que suas respostas são idênticas. Resposta compartilhada não significa uma resposta padronizada, mas um modelo de referência compartilhado, um entendimento comum das possíveis construções, razões e alternativas de ação. Em outras palavras, significa uma tendência compartilhada de nomeação e classificação. Alguns interacionistas chamaram esse quadro de referência de "definição da situação" (por exemplo, THOMAS, 1923), conceito já apresentado nesta seção. O fato de compartilharem um quadro de referência sobre uma dada situação não implica dizer, portanto, que as pessoas agirão de formas idênticas.

2.4.4 Críticas

É comum encontrar na literatura algumas críticas dirigidas a uma certa ambiguidade nas ideias centrais de Mead e de outros pesquisadores da Escola de Chicago, especialmente à indeterminância do comportamento humano introduzida em sua teoria por meio do conceito do "Eu". Além disso, também não são raras as críticas recíprocas entre os adeptos da Escola de Chicago e Iowa (STRYKER, 1980; MUSOLF, 2003).

Dentre as críticas mais comuns, pode-se destacar a minimização ou negação da influência da estrutura social sob o comportamento do indivíduo. A opção por enfatizar as minúcias da interação em detrimento aos processo macro-estruturais

constitui um viés ideológico em favor da democracia liberal e por consequência, a manutenção do *status quo* na sociedade contemporânea norte-americana (STRYKER, 1980).

Diante das críticas apresentadas, Stryker (1980) desenvolveu sua versão do Interacionismo Simbólico com a intenção de prover uma resposta parcial a estas contestações. Sua formulação teórica buscou lidar especialmente com os dois últimos tópicos apresentados anteriormente. Desta forma, com o objetivo de apresentar uma abordagem que permitisse desenvolver uma discussão sobre a interdependência entre os níveis macro e micro e se emancipasse dos interesses ideológicos de manutenção do *status quo* na sociedade democrática liberal, Stryker (1980) desenvolveu o interacionismo simbólico estrutural. Trata-se de uma versão que buscou unir elementos da teoria dos papéis com o interacionismo simbólico.

2.4.5 Uma resposta: o Interacionismo Simbólico Estrutural

A proposta de Stryker supõe uma integração entre a base teórica do interacionismo simbólico e da teoria dos papéis. Stryker (1980, p. 53-55; 1983, p. 57-58) defende que o comportamento depende de um universo classificado, ou seja, os nomes que conferimos a diferentes elementos do meio os imbuem de significado e nos oferecem expectativas sobre como agir ante aos mesmos. Quando interagem, as pessoas aprendem quais são os símbolos usados para designar posições dos componentes relativamente estáveis das estruturas sociais, que apresentam expectativas de comportamento compartilhadas e derivadas dos papéis existentes.

Ao agirem no contexto de uma mesma estrutura, as pessoas designam umas às outras e a si de acordo com posição ocupada e criam expectativas mútuas e individuais de comportamento. Tais qualificativos são empregados como guias para a organização da ação. Apesar de Stryker destacar a influência de fatores estruturais no comportamento do indivíduo, ele o faz situando tais ideias no âmbito dos princípios do Interacionismo Simbólico de Mead (1972) e de outros pensadores da Escola de Chicago. Assim, o pensador afirma que as definições estruturais influenciam, mas não determinam a ação individual. Ele mantém-se fiel ao pressuposto interacionista de que o comportamento é resultante de processos ativos e reflexivos.

Stryker sustenta que diferentes estruturas impõem distintos limites às possibilidades

de interação, de forma que o grau de fixação dos papéis das características das estruturas sociais que enquadram as situações de interação. Estes limites podem se alterar com o tempo, uma vez que ação individual não é somente influenciada, mas também pode modificar papéis e estrutura. Isto pode ocorrer quando indivíduos ou grupos usam sua reflexividade para romper com a estrutura e agir fora dos padrões de interação, criando assim, novos padrões e papéis.

Em termos conceituais, Stryker se refere a alguns termos provenientes da teoria dos papéis, como "conflito de papel", que se refere a expectativas contraditórias alheias ou individuais sobre a ação, e "tensão de papel", que alude às situações em que as obrigações e demandas de um indivíduo superam sua capacidade para atendê-las devidamente. Os conceitos de "papel" e as noções interacionistas de "estrutura", "interação" e "*self*" são os elementos básicos usados por Stryker para a proposição dos conceitos de "saliência de identidade" e "compromisso de papel". Por "saliência de identidade", entende-se a prevalescência de uma das diversas identidades organizadas hierarquicamente possuídas por um indivíduo. Já "compromisso de papel" se refere à importância que uma pessoa confere a um desempenho satisfatório em um determinado papel. Quanto maior forem a "saliência de identidade" e o "compromisso de papel", maior será a possibilidade de que a pessoa adote os comportamentos associados a um determinado papel.

Em resumo, pode-se afirmar que Stryker busca, por meio do seu Interacionismo Simbólico Estrutural, estudar a integração e a interdependência entre os níveis micro e macro da interação social. Para Álvaro e Garrido (2003), a limitação mais marcante da proposta de Stryker é o fato de que seu programa metodológico de pesquisa ainda está por ser desenvolvido em sua plenitude.

3 METODOLOGIA

Como já ressaltado, a maioria dos estudos que avaliam relações entre *stakeholders* e organizações o fazem a partir de uma perspectiva ‘de dentro para fora’, ou seja, pesquisando a relação do ponto de vista dos gestores (STEGGER, 2006a). Neste estudo, entretanto, a relação entre a comunidade e a organização foi investigada sob uma perspectiva ‘de fora para dentro’, ou seja, a partir da visão dos membros da comunidade.

A metodologia de pesquisa utilizada foi a da *Grounded Theory* Construtivista (CHARMAZ, 2006), e a lente epistemológica adotada foi a do Interacionismo Simbólico, em sua versão Estrutural (STRYKER, 1980). Como se buscou desenvolver uma teoria substantiva sobre relações de dignidade entre empresas e comunidades, a pesquisa foi conduzida de forma a explorar as experiências da comunidade acerca de suas relações com a organização. Ou seja, em vez de explorar o que os membros da comunidade entendem sobre o conceito de dignidade, busca-se explorar relatos das vivências dos sujeitos pesquisados.

3.1 *Grounded Theory*

3.1.1 Origens, contexto e orientações epistemológicas

A *Grounded Theory*, traduzida para o português como Teoria Fundamentada, é uma metodologia de pesquisa qualitativa criada nos anos 60 pelos sociólogos Barney Glaser e Anselm Strauss. As trajetórias de Glaser e Strauss são distintas em termos filosóficos e de pesquisa e colaboraram para o desenvolvimento da metodologia. Strauss formou-se na *University of Chicago*, que possui forte tradição em pesquisas qualitativas e foi influenciado por textos interacionistas e pragmatistas. Glaser se formou na Columbia University, onde foi influenciado por Paul Lazarsfeld, conhecido por seu estilo inovador em metodologia qualitativa de pesquisa, que enfatizava a importância de se desenvolverem técnicas de análise qualitativa mais objetivas e com menor interferência do pesquisador. Glaser também enfatizava a necessidade de desenvolver um método consistente para o desenvolvimento de teorias (STRAUSS; CORBIN, 2008). As experiências de ambos serviram como base preparatória para a formulação da metodologia que proporião anos mais tarde.

O contexto em que a *Grounded Theory* foi desenvolvido é caracterizado por um cenário em que a pesquisa qualitativa perdia espaço na Sociologia para os métodos quantitativos. O positivismo, paradigma dominante nas ciências naturais, ganhava cada vez maior espaço também nas ciências sociais. Era a crescente ênfase em estudos que se dedicassem a encontrar relações causais e realizar previsões sobre um mundo real externo e identificável no qual o pesquisador se posiciona de forma neutra e passiva e suscetível a replicações. A pesquisa qualitativa era frequentemente vista como um instrumento preliminar para o desenvolvimento de estudos quantitativos. Neste cenário, desenvolveu-se uma separação entre teoria e pesquisa: os estudos realizados nessa época centravam-se principalmente no teste de hipóteses deduzidas de forma lógica a partir de teorias prévias, o que tornou o desenvolvimento de novas teorias cada vez mais escasso (CHARMAZ, 2006; GOULDING, 2002; HOLTON, 2008).

Glaser e Strauss trabalhavam na Universidade da Califórnia em 1967 quando escreveram *The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research*. Nesse livro, os autores decidiram se contrapor ao método de pesquisa dominante no campo de pesquisas sociais daquela época. Eles propuseram estratégias sistemáticas e diretrizes práticas de pesquisa qualitativa de forma a permitir o desenvolvimento de teorias. Os aspectos centrais da prática do método proposto por Glaser e Strauss – a *Grounded Theory* – eram (GLASER; STRAUSS, 1967; GLASER, 1978, STRAUSS; CORBIN, 2008):

- a) o processo simultâneo de coleta e análise dos dados;
- b) o desenvolvimento de códigos e categorias de análise a partir dos dados;
- c) o uso do método de comparações constantes, que consiste em comparar dados e códigos durante todo o processo de análise;
- d) o desenvolvimento gradual da teoria em fluxos de coleta e análise de dados;
- e) redação de memorandos para criar categorias, registrar pensamentos analíticos sobre suas propriedades e comparar relações entre categorias;
- f) amostragem teórica – baseada não em representatividade da população, mas em

fins de desenvolvimento de teoria e

g) desenvolvimento da revisão bibliográfica após o desenvolvimento da teoria.

Por meio dessas premissas, Glaser e Strauss (1967) contestaram a visão de que os métodos de pesquisa qualitativa seriam não sistemáticos, geradores de conclusões advindas somente das pré-concepções do pesquisador e precursora de métodos quantitativos mais “robustos”. Além disso, eles contestaram também a noção de que coleta e análise de dados são etapas separadas de análise e as suposições de que a pesquisa qualitativa seria inadequada para geração de teoria.

O uso do conceito “teoria” demanda um melhor esclarecimento sobre o entendimento do termo para os autores clássicos da *Grounded Theory*. Glaser e Strauss (1967) classificam teorias em dois tipos básicos: as formais e as substantivas. As teorias formais estão relacionadas a teorias abrangentes e conceituais, enquanto as substantivas são mais simples e acessíveis, relacionando-se a situações mais específicas. Se bem que ambas possam ser desenvolvidas por meio da *Grounded Theory* (GLASER, 1978; GLASER; HOLTON, 2004), é mais comum encontrar aplicações do método para o desenvolvimento de teorias substantivas, o que foi o caso nesta pesquisa.

Glaser (2005) afirma que *Grounded Theory* é um método indutivo geral que não se restringe a qualquer disciplina ou tipo de dado. Ele defende também que uma teoria fundamentada pode ser desenvolvida a partir de diferentes perspectivas teóricas. O autor utiliza esse argumento para afirmar que a metodologia é epistemologicamente neutra (GLASER, 2009b). Porém, defendemos que esse seu posicionamento não é adequado. As diferentes tradições filosóficas de Glaser e Strauss se refletem na aliança do positivismo da Universidade de Columbia e o pragmatismo e o interacionismo da Universidade de Chicago, respectivamente.

A contribuição positivista de Glaser na formação do método se evidencia pela centralização nos dados, presente no processo da técnica, e pela tentativa de objetivação do processo de análise. Termos como “Variável central”, “Validade discriminante”, “Busca por padrões”, “Hipóteses” e “Relações entre categorias”, utilizados nas obras de Glaser (1978, 1992, 2005, 2009b), são reflexos da influência do positivismo na *Grounded Theory*. Glaser foi influenciado por Lazarsfeld durante

seus estudos na Universidade de Columbia (BRYANT; CHARMAZ, 2007) e afirmou de forma explícita que ele usou o método analítico estatístico como modelo inspirador para a pesquisa qualitativa na *Grounded Theory* (GLASER, 1992).

Já as principais características do interacionismo herdadas pela *Grounded Theory* se referem aos conceitos de pragmatismo (maior proximidade possível à realidade prática), pesquisa idiográfica (estudo intensivo de um fenômeno, em vez da busca por leis gerais), método qualitativo, exploração (revisão e complementação sucessiva dos conceitos descobertos), conceitos sintetizantes (criação de conceitos que estimulem a empatia em direção a novas perspectivas), ação social (intersubjetivismo), símbolos cognitivos (processo de criação e recriação pessoal na interação com os outros) e induções sucessivas a partir do conteúdo empírico (ALVESSON, SKÖLDBERG, 2000; STARRIN; DALGREN; LARSSON; STRYBORN, 1997). Blumer, discípulo de Mead, foi um dos principais mentores de Strauss.

3.1.2 Versões da *Grounded Theory*

Apesar da parceria inicial, Glaser e Strauss viriam a adotar posteriormente caminhos distintos a respeito do método e interromperam as publicações conjuntas. Glaser é geralmente reconhecido como o defensor da metodologia em seus termos originais, enquanto a abordagem que Strauss veio a adotar posteriormente costuma ser entendida como uma remodelação da *Grounded Theory* (LOCKE, 2001; HOLTON, 2008).

As diferenças entre as perspectivas de Glaser e Strauss ficaram evidenciadas por ocasião da publicação de *Basics of Qualitative Research* (STRAUSS; CORBIN, 2008). Glaser (1992) publicou sua resposta à obra de Strauss e Corbin no livro *Basics of Grounded Theory: Emergence vs. Forcing*, no qual apresenta a ideia de que a versão de Strauss para a *Grounded Theory* tornava a sua produção acadêmica meramente descritiva e excessivamente interessada em precisão e verificação. Glaser (1992) também argumentou que o processo de codificação sugerido por Strauss e Corbin (2008), que enfatizava fortemente o uso de categorias de condições, contextos, ações e consequências, conduzia o pesquisador a teorias pré-concebidas e dificultava a emergência da teoria.

Desde então, outros pesquisadores têm se interessado pela *Grounded Theory* e apresentado remodelamentos e adequações à técnica (p.e., CHARMAZ, 2006; GOULDING, 2002; DEY, 1999; STARRIN; DAHLGREN; LARSSON; STYRBORN, 1997; LINCOLN; GUBA, 1985). Em resposta a alguns destes, Glaser (2001, 2003, 2004, 2009a; GLASER; HOLTON, 2004) tem escrito trabalhos com a intenção de diferenciar tais abordagens da *Grounded Theory* Clássica, sempre que julga necessário. Além das abordagens de Glaser (1978, 1992, 1998, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2008, 2009a) e Strauss e Corbin (2008), as perspectivas da *Grounded Theory* Construtivista de Kathy Charmaz (2006) e pós-moderna de Adele Clarke (2003; CLARKE; FRIESE, 2007) têm sido as que têm obtido maior repercussão no campo das ciências sociais.

3.1.3 *Grounded Theory* Construtivista

Dentre as já citadas remodelagens e adaptações que têm sido propostas para a metodologia, optamos por utilizar nesta pesquisa a *Grounded Theory* Construtivista de Kathy Charmaz. Esta escolha foi realizada em razão da maior adequação dos alicerces epistemológicos dessa versão do método aos objetivos da pesquisa. Ainda que a sistemática da metodologia tenha sido preservada nessa versão, há algumas diferenças entre a proposta de Charmaz e a de Glaser - chamada por Charmaz de *Grounded Theory* Objetivista (CHARMAZ, 2006) - que justificam a escolha da perspectiva da primeira para este trabalho.

Uma diferença essencial entre ambas as propostas se refere à natureza do conhecimento obtido na teoria gerada. Na *Grounded Theory* Clássica ou Objetivista defende-se que a teoria é vista como descoberta a partir dos dados e sem a interferência do pesquisador (GLASER, 2003). Já Charmaz (2006) defende que nem os dados nem a teoria são descobertos. Para ela:

"Somos parte do mundo o qual estudamos e dos dados os quais coletamos. Nós *construímos* teorias fundamentadas por meio dos nossos envolvimentos e das nossas interações com as pessoas, as perspectivas e as práticas da pesquisa, tanto passados e como presentes" (p. 24-25).

Assim, Charmaz (2006) admite que qualquer versão teórica oferece um retrato interpretativo da área empírica de estudo, e não um retrato fiel dele. A teoria é construída na interação entre pesquisador e pesquisado. Desta forma, Charmaz se orienta nos antecedentes da escola de Chicago para defender os fundamentos

interacionistas da *Grounded Theory*.

Glaser (2003) afirma que o posicionamento de Charmaz de reconhecer a interferência do pesquisador nas teorias construídas elimina o cerne do que caracteriza uma teoria fundamentada nos dados: a sua proximidade à realidade empírica. Entretanto, Charmaz (2006) afirma que sua opção por reconhecer a existência da intervenção do pesquisador na construção da teoria não anula a possibilidade de utilização da sistemática de procedimentos da *Grounded Theory*. Para ela, sua proposta conscientiza o leitor a respeito dos limites do método.

Em um dos trabalhos em que se dedica a contestar as diferentes versões da *Grounded Theory*, Glaser (2002) sustenta que ao defender que o pesquisador deve codificar os dados inicialmente usando termos que descrevam ações - verbos no gerúndio, Charmaz ignora o caráter conceitual da *Grounded Theory* e opta por produzir meras descrições que em nada se diferenciam de uma Pesquisa Qualitativa Básica. Entretanto, essa conclusão parece desconsiderar as citações de Charmaz (2006) a respeito da necessidade de buscar elaborar categorias posteriores em níveis conceituais. Conquanto seu processo de codificação inicial seja mais tolerante com descrições, essa opção não se dá por um desinteresse em gerar conceitos ao fim da elaboração da teoria, mas para evitar "saltos conceituais" durante o processo (CHARMAZ, 2006, p. 74).

Tais diferenças a respeito da concepção relativa à natureza dos dados da Teoria trazem implicações para o uso de alguns termos e conceitos característicos da *Grounded Theory*. Por exemplo, Dey (1999) contesta a ideia de saturação teórica, cunhada por Glaser. Para ele, os adeptos à metodologia geram categorias por meio de uma codificação parcial e nunca exaustiva, já que a codificação se baseia na conjectura do pesquisador de que as categorias tenham sido saturadas. Assim, o autor argumenta que se obtêm categorias sugeridas - e não saturadas - pelos dados. Dey (1999, p. 257) sugere o termo "suficiência teórica" para melhor conceituar o que Glaser chama de "saturação teórica" na prática da *Grounded Theory*. Charmaz (2006) endossa esse entendimento de Dey, argumentando que o método não é um "sistema teleológico fechado" (p. 159).

A diferença de posicionamento encontrada nas versões Objetivista e Construtivista quanto à neutralidade do pesquisador também se refletem na postura quanto ao uso da

literatura no processo da pesquisa. Os autores clássicos da *Grounded Theory* (GLASER; STRAUSS, 1967), preocupados com os efeitos das concepções sobre a área substantiva na sensibilidade teórica dos pesquisadores, defenderam que a revisão bibliográfica fosse adiada até o término da formulação da teoria. Posteriormente Strauss reviu sua posição, ao escrever que "todos levamos à investigação um considerável pano de fundo relativo à literatura profissional e disciplinar" (STRAUSS; CORBIN, 2008, p. 48). A opinião de Glaser sobre o tema também foi revista em alguns momentos. Apesar de o autor ter continuado a defender a revisão da literatura somente após a elaboração da teoria (GLASER, 1992, 1998), na obra *Theoretical Sensitivity*, ele escreveu que "é necessário que o pesquisador adepto à *Grounded Theory* conheça muitos códigos teóricos a fim de estar sensível para interpretar explicitamente as sutilezas existentes em seus dados" (GLASER, 1978, p. 72). Em manifestações mais recentes, Glaser (2009b) voltou a contestar a realização da revisão da literatura antes da ida ao campo.

Alguns acadêmicos, como Dey (1999) e Layder (1998), contestando Glaser, defenderam que a noção de que o pesquisador vai ao campo desprovido de concepções prévias é ingênua. Charmaz (2006) argumenta ser impossível o pesquisador construir uma teoria fundamentada com a cabeça vazia. Sempre possuímos pré-concepções a respeito do que estudamos; a própria decisão pelo estudo em um tema representa algum nível de entendimento sobre ele. Entretanto, Charmaz acrescenta que o fato de possuir conhecimentos teóricos sobre um tema a respeito do qual se deseja construir uma teoria fundamentada não significa necessariamente que o pesquisador deva fechar sua mente para os dados. Esta última autora utiliza a noção de '*conceitos sensibilizadores*' de Blumer (1969) para argumentar que os pesquisadores utilizadores da *Grounded Theory* podem iniciar seus estudos com certos interesses de pesquisa e conceitos gerais. Desta maneira, entende-se neste trabalho que a revisão da literatura antes da criação da teoria pode ser útil para o desenvolvimento de "pontos de partida para conceber questões de entrevista, observar os dados, ouvir os entrevistados e pensar analiticamente sobre os dados" (CHARMAZ, 2006, p. 34).

A forma de apresentação da *Grounded Theory* varia de acordo com a abordagem pela qual ela foi gerada. Ela pode ser apresentada por meio de um conjunto estruturado de proposições ou através de uma exposição das categorias conectadas por meio de

formas discursivas mais fluidas (GLASER; STRAUSS, 1967). Entende-se que a forma de apresentação discursional encontra maior aderência à perspectiva construtivista da *Grounded Theory*, já que permite uma apresentação da teoria que enfatiza os processos de criação e transformação de significados relativos ao fenômeno de interesse.

Acreditamos que essas diferenças citadas entre a *Grounded Theory* Objetivista e Construtivista, apesar de relevantes para a consciência do pesquisador quanto ao método, não são suficientes para descaracterizar o produto de ambas como uma teoria fundamentada, tendo em vista que os princípios metodológicos básicos se encontram em ambas as abordagens. Entretanto, entendemos que a escolha pela *Grounded Theory* Construtivista confere maior consistência epistemológica ao estudo.

3.1.4 Princípios Metodológicos

Os elementos essenciais caracterizadores de uma *Grounded Theory* Construtivista se encontram apresentados em Charmaz (2006). Nessa obra, a autora apresenta o seu entendimento a respeito dos princípios orientadores do desenvolvimento de uma teoria fundamentada. Como ressaltado, ela reproduz a maior parte do processo de pesquisa desenvolvido originalmente por Glaser e Strauss (1967) e faz intervenções pontuais nos aspectos já apresentados nos quais ela diverge dos autores originais. Assim, os princípios metodológicos apresentados a seguir, embora sempre referenciados a Kathy Charmaz, frequentemente são fundamentos apenas reproduzidos e referenciados pela autora a partir dos autores originais. Assim, para evitar o não reconhecimento da influência dos precursores do método nas ideias de Charmaz, referenciamos ambos –Glaser e Strauss – sempre que devido na revisão dos princípios da *Grounded Theory* apresentados a seguir

a) Sensibilidade Teórica

A Sensibilidade Teórica, habilidade de gerar conceitos a partir dos dados e relacioná-los em modelos teóricos, é uma característica básica do pesquisador em *Grounded Theory*. Para alcançá-la, o acadêmico deve desenvolver duas características: primeiro, o temperamento pessoal o qual lhe permita tolerar a incerteza, o sentimento de confusão inerente a um processo científico baseado em dados. A segunda

característica é a habilidade de desenvolver *insights* teóricos e de gerar conceitos, e não descrições, a partir dos dados (GLASER, 1978, 2001; CHARMAZ, 2006).

b) Tudo são Dados

Uma teoria fundamentada é desenvolvida a partir de diferentes tipos de dados. O pesquisador que se utiliza dessa metodologia deve usar todos os tipos de dados julgados relevantes para sua teoria, incluindo documentos, silêncios, recusas e notas escritas pelo próprio pesquisador (GLASER, 1978, 2009b; ; CHARMAZ, 2006).

c) Amostragem Teórica

Amostragem Teórica é o processo de coleta de dados para a geração de teoria no qual o pesquisador simultaneamente coleta, codifica e analisa os dados e decide onde ocorrerá e qual será a próxima questão a ser investigada no campo (GLASER, 1992; CHARMAZ, 2006).

O processo de coleta de dados deve ser controlado pela teoria emergente. O pesquisador não deve decidir antecipadamente quem serão os indivíduos componentes de sua amostra. Esta deve ser escolhida não com base em representatividade, mas com o propósito de desenvolvimento teórico. Somente à medida que o pesquisador descobre códigos iniciais e busca saturá-los por meio de grupos de comparação, ele se torna apto a escolher os novos rumos a serem assumidos por sua amostra. Em outras palavras, a amostragem deve ser emergente e possui propósitos de desenvolvimento teórico. Ao identificar lacunas na teoria, o pesquisador deverá buscar grupos com os quais possa realizar comparações contrastantes.

Em resumo, as questões essenciais que orientam a amostragem teórica são: a coleta de dados direciona para qual próximo grupo ou subgrupo? Qual é o propósito teórico desse direcionamento? Há ilimitadas opções para a formação de grupos de comparação e o pesquisador deve escolher o próximo com base em critérios teóricos (GLASER, 1978; ; CHARMAZ, 2006).

d) Codificação Inicial, Focalizada, Teórica, Saturação de Categorias, Método de Comparações Constantes

O processo de codificação na *Grounded Theory* tem como objetivo levar o

pesquisador da coleta de dados à formação da teoria com a maior fundamentação possível nos dados. Na primeira etapa de análise, ao desenvolver os códigos iniciais, o pesquisador deve analisar seus dados com algumas questões em mente, como "A que esses dados se referem?", "Que categoria esse incidente indica?", "O que está acontecendo nesse incidente?", "Qual é a principal preocupação dos participantes?" e "O que eles levam em conta para a resolução contínua do problema?" (GLASER, 1978, p. 57).

Glaser e Strauss (1967) e Charmaz (2006) afirmam que essas questões mantêm o pesquisador focado em buscar padrões entre os incidentes reveladores de conceitos que transcendam as descrições sobre os fatos. Enquanto o pesquisador realiza novas amostragens teóricas, novos códigos iniciais emergem e outros incidentes se adaptam a códigos emergidos durante a codificação inicial de visitas anteriores ao campo. Uma segunda etapa de codificação – chamada de codificação focalizada, visa comparar os dados iniciais mais significativos e frequentes de forma a agrupá-los em códigos mais conceituais. Levando esses códigos em consideração, o pesquisador realiza novas entrevistas e compara os novos incidentes obtidos com os códigos iniciais e focalizados já existentes. Esse movimento de análise é chamado de método de comparações constantes. Ao longo desse processo, os códigos focalizados passam a reunir um volume cada vez maior de dados e códigos iniciais, o que permite criarem-se, a partir deles, categorias conceituais cujas propriedades são identificadas a partir dos códigos que a formam. Esse processo segue sendo realizado até o pesquisador ter a sensação de que a suficiência teórica das categorias foi alcançada, isto é, até novas amostragens não serem mais capazes de acrescentar novos códigos, categorias e propriedades (CHARMAZ, 2006).

Após o alcance da saturação – ou suficiência – verificação e densificação das categorias, estas são comparadas entre si com o propósito de integrar os conceitos por meio da identificação das relações que estes possuem entre si (GLASER, 1978, 1998, 2001; CHARMAZ, 2006). Esse processo é chamado de codificação teórica. Nesse processo, ele revisa, escolhe e integra os diversos memorandos relacionados à categoria central, o que permite a criação de um esboço teórico ou esquema conceitual. O processo de codificação teórica é essencial para o desenvolvimento da teoria, uma vez que os dados fragmentados são reintegrados em uma estrutura teórica.

A figura 5 ilustra a relação entre as codificações inicial, focalizada e teórica.

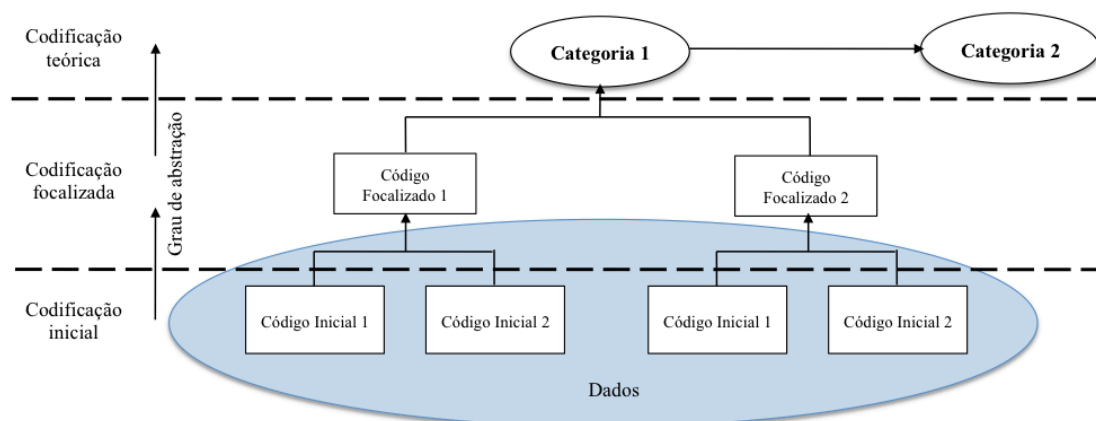


Figura 5: Relação entre codificação inicial, focalizada e teórica

Fonte: Adaptado de Charmaz (2006)

Glaser (1978) afirma que a meta nesta etapa não é cobrir todas as possibilidades teóricas nem explicar todas as variações, mas integrar todas as categorias relacionadas diretamente à que possui posição central e eliminar as demais do modelo teórico. Uma teoria fundamentada bem articulada explica o comportamento e o problema em uma área de estudo com a menor quantidade possível de conceitos, mas alcançando o maior escopo e explicação de variações possíveis (GLASER, 1978).

f) Categoria Central

À proporção que as comparações constantes são realizadas, uma categoria central começa a emergir. Uma vez identificada, essa categoria central (GLASER, 2005; CHARMAZ, 2006) torna-se o foco do estudo e das subseqüentes coletas de dados e codificações. Glaser (1978) e Charmaz (2006) fornecem algumas pistas a respeito de como encontrar a categoria central em um estudo. Ela deve ser frequente nos dados, responder por uma elevada porção da variação nos padrões de comportamento referentes às outras categorias e demanda maior tempo para ter sua saturação alcançada. A categoria central pode ser qualquer tipo de código teórico: um processo, uma condição ou uma consequência, por exemplo.

h) Redação de Memorandos

A articulação da teoria é realizada por meio de um sistemático processo de redação de

memorandos, realizado em paralelo à coleta e análise de dados. Memorando é uma "redação teórica de ideias a respeito dos códigos e suas relações, à medida que eles vêm à mente do pesquisador durante o processo de codificação" (GLASER, 1978, p. 83). Este procedimento é vital para o desenvolvimento conceitual dos códigos. A ideia básica da redação de memorandos é desenvolver códigos sem a preocupação com padrões acadêmicos de escrita. Ainda que os memorandos, especialmente os iniciais, tendam a ser predominantemente descritivos, o aperfeiçoamento do nível de abstração do pesquisador faz com que eles se tornem cada vez mais conceituais. À proporção que a teoria é desenvolvida, os memorandos iniciais a respeito de categorias provisórias avançam em profundidade, revelam propriedades das categorias, de forma a torná-las mais conceituais (CHARMAZ, 2006).

j) Escrita da Teoria

Para Glaser (2009b), o esboço teórico encontrado ao fim do processo não deverá ser exposto graficamente na redação da teoria, mas servirá de apoio na tarefa de dissertar sobre a mesma no relatório final da pesquisa. No entanto, Strauss e Corbin (2008) e Glaser (2006) defendem o uso de diagramas por acreditarem que eles representam um recurso de apoio válido para o enriquecimento da exposição da teoria.

Na figura 6, apresenta-se uma figura que ilustra o processo de construção de teorias fundamentadas segundo a perspectiva de Charmaz (2006).

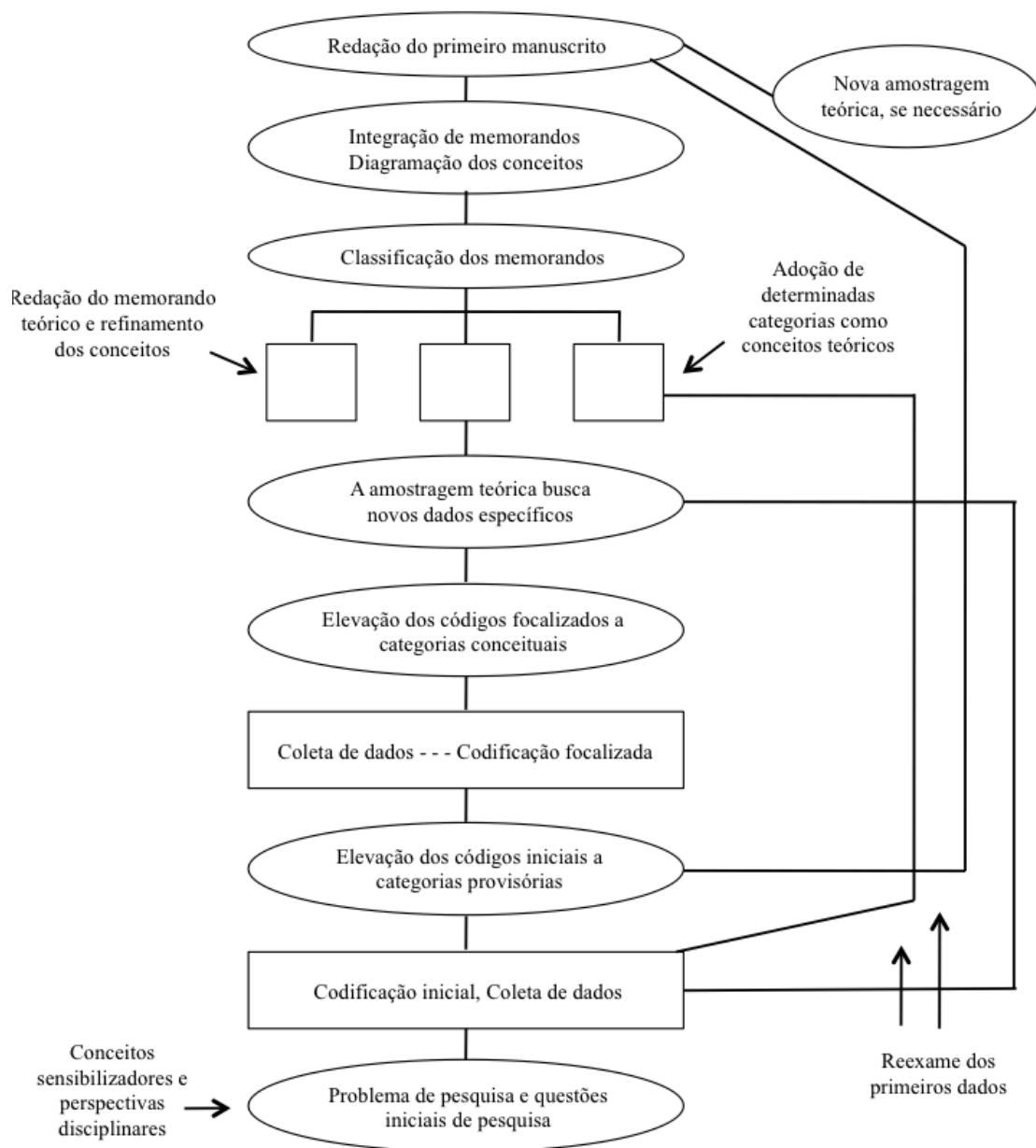


Figura 6: Processo de construção de teorias fundamentadas

Fonte: Adaptado de Charmaz (2006, p.26)

3.2 A seleção da comunidade e a construção de teoria

Esta seção apresenta os procedimentos empregados na seleção, as fontes utilizadas para a construção dos dados e os seus tipos de dados que foram utilizados na pesquisa.

3.2.1 A escolha da comunidade

Procuramos identificar uma comunidade que enfrentasse desafios na sua relação com as empresas situadas no seu espaço geográfico. Inicialmente, realizei uma pesquisa em publicações realizadas na imprensa brasileira com os termos “comunidades”, “empresas” e "dignidade". Essa busca foi realizada pela internet, abrangeu matérias de mídia publicadas entre 2000 e 2009 e resultou na seleção de 51 artigos escritos na imprensa popular e especializada em negócios e direito empresarial. Nesse processo de busca, as situações que mais chamaram a atenção se situavam nas regiões Norte e Nordeste do Brasil e no estado do Espírito Santo. Essas comunidades em questão vivenciaram ao longo da sua história situações de identificação e que passavam por um momento de conflito com a(s) empresa(s) situada(s) em seu espaço. Acreditamos que casos extremos nas quais houvesse a percepção de indignidade por parte da mídia com respeito à relação entre a comunidade e a(s) empresa(s) seriam adequados para o propósito dessa pesquisa. Casos extremos são frequentemente apontados como úteis para o propósito de construção de teoria, visto que sua dinâmica tende a se manifestar de forma mais visível, revelando de forma mais perceptível processos que tendem a existir também em outros contextos (EINSENHARDT, 1989; KREINER; HOLLENSBE; SHEEP, 2009; PETTIGREW, 1990; PRATT; ROCKMANN; KAUFFMAN, 2006; YIN, 1989). Embora haja restrições ao se tratar de generalizações a partir de teorias fundamentadas, é importante que a seleção da comunidade possibilite a transferibilidade das características típicas do contexto estudado a outros casos (KREINER; HOLLENSBE; SHEEP, 2009).

A comunidade selecionada se situa no estado do Espírito Santo e possui características que também se faziam presentes em diversas das situações que haviam sido encontradas nos artigos de mídia. A escolha dessa comunidade, dentre as que haviam sido identificadas como de interesse potencial, ocorreu por uma opção pessoal. Uma das empresas situadas no espaço da comunidade - a que era citada nas reportagens que nos levaram à sua escolha - será chamada doravante de empresa Modelo. Tanto no caso que escolhemos para o estudo como nos demais identificados, as comunidades encontradas possuem: a) relação de dependência econômica em relação às empresas que se situam em seu território, (b) problemas de caráter ambiental, cultural ou de subsistência advindos da sua relação com as empresas

situadas em seus espaços e (c) indivíduos ou grupos que discordam entre si a respeito de ações consideradas “socialmente responsáveis” ou “dignas” praticadas pela(s) empresa(s) situada(s) em seu entorno.

3.2.2 As fontes e os tipos de dados e a seleção dos entrevistados

Após definir a comunidade que seria estudada, começamos uma busca por maiores informações a seu respeito. Inicialmente, foram realizadas novas buscas na *internet* a respeito de reportagens que revelassem maiores detalhes do caso em questão. Foram coletados dados disponíveis no **site da empresa Modelo, conteúdos postados em comunidades de discussão livre a quaisquer usuários da rede e outras matérias publicadas na mídia** que permitiram o desenvolvimento de uma melhor sensibilidade a respeito da relação entre a empresa Modelo e a comunidade de Litoral, nome fictício que foi aqui adotado para a cidade em que se situa a referida comunidade.

Em seguida, utilizou-se uma estratégia inicial de imersão no campo por meio de **observações participantes**. A primeira visita à comunidade de Litoral para a realização da presente pesquisa ocorreu em dezembro de 2009. Optou-se por realizar uma observação nas praças do bairro em que se situa a empresa Modelo. A escolha da praça como ponto de partida para a inserção no campo se justifica pelo fato de que o material obtido em sites de discussão e de mídia na *internet* ressaltavam amiúde as praças da cidade como principal local de convívio. O próprio episódio que nos levou a pesquisar a comunidade de Litoral referia-se a uma reforma de uma praça que estava causando polêmica entre os moradores.

Assim, a estratégia inicial de imersão na comunidade incluiu a frequência às praças e diálogos com seus frequentadores e moradores, situações nas quais aproveitamos para realizar **registros fotográficos** de situações de convívio de membros da comunidade. Buscou-se observar: a) o vestuário característico das pessoas da comunidade em situações rotineira; b) a dinâmica dos horários em que se concentravam os momentos de interação social nas praças e c) o teor dos comentários mais comumente realizados pelas pessoas que frequentavam a praça. Essas observações foram úteis no sentido de: a) definir qual seria a vestimenta que eu usaria ao realizar as próximas imersões ao campo; b) identificar que horários seriam mais adequados para novas inserções na comunidade e c) adquirir sensibilidade para a formulação das questões para as

primeiras entrevistas. Este último ponto é particularmente relevante, pois se relaciona à questão inicial que deve orientar o desenvolvimento de teorias fundamentadas: “o que está acontecendo aqui?” (GLASER, 1978; CHARMAZ, 2006). Desta forma, a audição dos comentários nas praças, que incluiu informações a respeito da interação da comunidade com a empresa Modelo permitiu desenvolver uma sensibilização inicial que foi útil para a formulação das primeiras entrevistas formais. Este procedimento de buscar ideias iniciais que sensibilizam o pesquisador para a realização de determinadas perguntas do seu tópico de interesse está alinhado ao princípio da sensibilização teórica proposto por Charmaz (2006), com base em Blumer (1969).

O vestuário identificado como característico para as visitas à praça era o de uso de bermuda, camisa de malha e chinelo. Realizei todas as observações participantes iniciais e as subsequentes entrevistas vestido dessa maneira. O objetivo foi o de amenizar os comuns desafios que a formalidade pode trazer para a realização de entrevistas. Os horários identificados como ideais para visitas à praça foi o período entre 19 e 21h, momento em que as praças estavam mais movimentadas e que, por isso, apresentavam maior possibilidades de interação com moradores da comunidade.

Em seguida, iniciei o processo de realização de **entrevistas**. Após quatro entrevistas iniciais, que foram gravadas e transcritas, como a maioria das subsequentes, iniciamos o processo de codificação e, em seguida, outras foram realizadas segundo o princípio de amostragem teórica até que se atingisse a “suficiência teórica” (CHARMAZ, 2006). Um total de 24 entrevistas foram realizadas com 20 membros da comunidade, sendo 20 realizadas em praças da comunidade e 4 nas casas dos moradores. Foram entrevistadas, por exemplo, pessoas com envolvimento político na região, um historiador, pessoas que tiveram sua fonte de renda ameaçada por decisões de gestão da empresa e uma pessoa cujo filho enfrentou sérios problemas respiratórios em decorrência da poluição emitida por uma das empresas da região.

Ao longo das entrevistas, diversos participantes contrastaram suas percepções quanto à interação com a empresa Modelo com o relacionamento que possuem com uma outra empresa da região, a partir deste ponto chamada pelo nome fictício de empresa Capixaba. Esse fato nos fez também entrevistar pessoas que moravam na região da comunidade situada nos arredores da empresa Capixaba. Das 24 entrevistas realizadas, 22 foram gravadas com permissão dos respectivos entrevistados e outros 2

preferiram que não houvesse registro do áudio das entrevistas, mas permitiram que tomássemos notas ao longo das entrevistas.

Usando uma abordagem semelhante à adotada por Van der Dos, Gooskens, Liefing e Van Mierlo (1992) em um estudo sobre etnias em uma comunidade, entreguei em diferentes momentos uma câmera fotográfica para quatro membros da comunidade que estavam em espaços públicos considerados centrais em entrevistas anteriores e lhes solicitei que fotografassem elementos que representassem a dignidade da comunidade. Em seguida, solicitei a esses sujeitos que interpretassem as fotografias obtidas. Posteriormente, as mesmas **fotografias feitas pelos participantes** foram usadas para entrevistar outros membros da comunidade, com o intuito de avaliar o grau de suficiência teórica das categorias envolvidas.

Um dos entrevistados, historiador, nos contou a respeito de um livro comemorativo em homenagem a um aniversário de existência da empresa Modelo. Esta **literatura oficial a respeito da empresa Modelo** foi estudada antes da entrevista com esse participante, ocasião em que buscamos explorar seu entendimento a respeito de alguns eventos relacionados à história da empresa.

Outra fonte de dados foi o **diário de campo**, documento em que anotei *insights* que me vinham à mente logo após a realização das entrevistas. Conforme sugerido por Glaser (2009), esses dados também foram usados no processo de codificação.

3.2.3 O processo de construção e redação da teoria fundamentada

As análises dos dados construídos foram realizadas entre os meses de agosto de 2010 e setembro de 2011. O software para análise qualitativa ATLAS.ti foi utilizado para registrar o processo de codificação, realizado em três fases: inicialmente, foram criados códigos para palavras, linhas ou segmentos dos dados (**codificação inicial**) que representassem incidentes. Em seguida, foi realizada uma nova etapa, chamada de **codificação focalizada**, em que os códigos iniciais mais significativos foram usados para sintetizar, integrar e organizar grandes volumes de dados, dando início à integração teórica. Finalmente, realizamos a **codificação teórica**, que visa integrar os códigos focalizados em uma estrutura teórica.

As duas etapas iniciais de codificação permitiram a geração de duas famílias de códigos: iniciais e focalizados. Os **códigos iniciais** tinham como característica o fato

de representarem ações e serem analíticos. Já os **códigos focalizados** são mais direcionados, seletivos e conceituais que os códigos iniciais.

As etapas de codificação inicial e focalizada permitiram a criação de duas listas de termos, compostas por códigos iniciais e focalizados que fundamentaram a formação das categorias que compuseram a teoria. Após a 18 entrevistas, as duas listas de códigos desenvolvidos nas duas etapas iniciais de codificação foram submetidas a um processo de avaliação externa, com o objetivo de checar a coerência do processo que as gerou. Entregamos a lista de códigos iniciais e as duas últimas entrevistas que havíamos realizado para dois juízes - mestrandos em um programa de Pós-Graduação em Administração e que são membros da comunidade pesquisada - e pedimos-lhes que identificassem os trechos dos dados que se ajustavam àquelas categorias que constavam nas listas. Em seguida, realizamos um procedimento semelhante com os códigos focalizados, pedindo-lhes que classificassem os códigos iniciais segundo os termos que constavam na lista de códigos focalizados. Diferentes códigos poderiam ser designados para um mesmo trecho de texto quando múltiplos fenômenos fossem observados. Os juízes realizaram avaliações independentes.

Em um momento subsequente, analisei os dados em conjunto com os juízes, buscando comparar suas classificações independentes com a que havia realizado inicialmente. Minha expectativa era que as classificações dos códigos nas entrevistas realizadas pelos juízes se aproximassem ao máximo das que eu havia feito. Um terceiro juiz com qualificações similares (também aluno de mestrado e membro da comunidade) foi convidado para esta etapa.

Havia, então, três cenários possíveis em um diferente bloco de texto: (a) os dois juízes marcarem um determinado código esperado no bloco de dados, (b) apenas um dos juízes marcar um código esperado no bloco de dados e (c) nenhum dos juízes designar o código esperado para um bloco de dados. Quando os juízes concordaram a respeito da codificação (situação "a"), o código inicial era mantido. Quando apenas um dos dois juízes concordava com a codificação original (situação "b"), iniciava-se uma discussão a respeito do porquê das interpretações haverem diferido entre si. Em todas as ocasiões, pelo menos um dos juízes fez a codificação que eu havia feito inicialmente, não havendo, portanto, nenhuma situação "c".

Quando, diante de situações "b", os juízes não chegavam a um acordo a respeito da

codificação para um trecho, o terceiro era convidado a ler o trecho em questão (assim como os blocos anteriores e subsequentes, de forma a compreender o contexto) e apresentar sua opinião. Tal processo de avaliação propiciou oportunidades para refinamento, alteração e surgimento de novos códigos, fornecendo ricos *insights* para a construção de uma teoria mais próxima aos dados e mais distante das minhas pré-concepções. As discussões com os juízes serviram também para levantar questionamentos para as entrevistas subsequentes, de acordo com o princípio de amostragem teórica.

Após 20 participantes entrevistados – sendo quatro deles entrevistados duas vezes, não foram encontrados novos códigos iniciais e focalizados. Assim, tendo alcançado a suficiência teórica, realizei uma nova avaliação com os mesmos três juízes, desta vez incluindo as seis últimas entrevistas. O procedimento de avaliação dos juízes foi idêntico ao apresentado no parágrafo anterior. A lista de códigos iniciais e focalizados foram disponibilizados no apêndice C deste relatório.

Esse método de validação de códigos por juízes foi inspirado em um procedimento similar empregado por Kreiner et al. (2009). A análise por juízes realizada após a última entrevista apresentou um grau de concordância de 87% entre os juízes e a minha codificação, índice mais elevado que os 70% sugeridos por Kreiner et al. (2009) e Cohen (1960) como coeficiente de concordância para a avaliações de categoriais nominais.

Em paralelo às codificações inicial e focalizada, realizamos também a redação de **memorandos**. Além de comparar dados a dados e dados a códigos, usei os memorandos também para testar comparações entre códigos, entre códigos e categorias, entre categorias e conceitos, assim como para articular **agrupamentos** de categorias nos quais eles foram inseridos. Nos memorandos, conferimos definições conceituais para as categorias e um tratamento analítico de forma narrativa, conforme sugerido por Charmaz (2006).

Os códigos focalizados e os memorandos foram analisados ao longo da pesquisa de maneira a elevar os códigos desenvolvidos a um nível de categoria conceitual. Uma categoria é um elemento conceitual de uma teoria (GLASER; STRAUSS, 1967; CHARMAZ, 2006). Buscamos identificar as propriedades das categorias, especificar as condições em que as categorias surgem, são mantidas e se modificam e descrever

suas consequências. Este processo, realizado concomitantemente com a codificação focalizada e com a redação de memorandos é chamado por Charmaz (2006) e Glaser (1978) de **codificação teórica**. Foram avaliadas e especificadas as possíveis relações entre as categorias que emergiram durante as análises anteriores. Esse processo permite que o autor conte uma histórica analítica que reflete o que ocorre nos dados. Nesta etapa, optamos por realizar diagramas a respeito da relação analítica entre as categorias.

Ao chegarmos à conclusão de que havíamos encontrado a categoria central a respeito do fenômeno de interesse, buscamos identificar quais outras categorias com as quais a central estava associada formariam um conjunto analítico apropriado para a descrição conceitual e parcimoniosa do fenômeno. Com isso, diversas categorias e códigos não centrais não foram incluídos no modelo teórico escolhido para apresentação.

A integração das categorias e seus respectivos memorandos em um modelo teórico foi realizada por meio de um processo de comparação entre os memorandos. Buscamos observar como as categorias se ajustavam em conjunto e a definir uma ordem lógica de conexão entre elas. Desde o primeiro esboço do relatório final da pesquisa, as tentativas de redigir a teoria foram baseadas na ordem lógica percebida como mais adequada no processo de **integração de memos**.

3.2.4 O perfil dos entrevistados e a apresentação dos dados

Os elementos da teoria estão fundamentados nos dados, o que é evidenciado ao longo da sua apresentação por meio de exemplos das citações de trechos dos dados que serviram como fundamentação empírica para a formação dos códigos e categorias. Procuramos transcrever as citações dos participantes literalmente; no entanto, em alguns casos alteramos ou omitimos certos termos que poderiam fornecer indícios para identificar os participantes ou as empresas em questão.

A identificação dos entrevistados foi feita por letras de A a T (20 letras sequenciais do alfabeto para 20 entrevistados de acordo com a ordem cronológica de realização das entrevistas). Esse procedimento ajuda o leitor a identificar em que momento aproximado da etapa de construção dos dados os incidentes transcritos foram obtidos.

Depois da letra que designa cada entrevistado, identificamos com o número 1 as

ocasiões em que a citação em questão foi obtida na primeira entrevista com aquele participante. Da mesma forma, o número 2 após a letra que designa o entrevistado indica que aquele incidente foi relatado na segunda entrevista com aquele participante. Desta forma, o código A1 significa que se trata da primeira entrevista realizada com o respondente A.

As citações foram mantidas na íntegra, salvo raras exceções. De forma a facilitar o entendimento do material descritivo, adotei o seguinte critério de transcrição de citações, adaptado a partir de Bandeira-de-Mello (2002, p. 88):

- “a) Foram feitas correções gramaticais, desde que não alterassem o significado, para evitar possíveis interpretações errôneas pelos leitores;
- b) A referência a nomes próprios de pessoas e empresas envolvidas foi alterado por fictícios, de forma a evitar problemas éticos. O objetivo da teoria substantiva não é o particular e sim ser geral, portanto não deve se ater às especificidades do caso;
- c) Eventualmente, com a finalidade de explicar, facilitar ou complementar o contexto do qual a citação foi extraída, inserções foram introduzidas (...) entre colchetes”.

Ao longo da exposição da teoria, apresentamos as falas dos entrevistados e, em alguns raros casos, as notas de campo feitas por mim como suporte para a criação dos códigos. Quando a fonte para um incidente apresentado foi uma nota do pesquisador, e não uma fala de um entrevistado, usamos o termo “Nota do pesquisador” para identificar a origem do dado.

Na tabela 1 apresentamos uma descrição do perfil dos entrevistados, duração e data de realização das entrevistas.

Código	Idade	Sexo	Duração	Dia da entrevista
A1	35	H	00:45	10.08.10
B1	42	M	00:35	10.08.10
C1	54	M	00:32	11.08.10
D1	52	H	00:25	11.08.10
E1	42	M	00:51	07.09.10
E2			00:32	12.08.11
F1	19	M	00:48	08.09.10
F2			00:50	12.08.11
G1	35	H	01:32	15.12.10
H1	51	H	01:04	08.01.11
I1	27	H	00:58	14.02.11
J1	36	H	02:45	15.02.11
J2			01:32	13.08.11
K1	18	H	01:23	22.03.11
L1	41	M	00:44	03.04.11
M1	40	M	00:59	05.04.11
N1	32	M	01:03	09.07.11
N2			00:56	13.08.11
O1	26	H	01:28	09.07.11
P1	20	H	00:53	02.08.11
Q1	22	M	01:54	02.08.11
R1	30	H	01:41	04.08.11
S1	43	M	01:28	27.08.11
T1	34	H	01:47	28.08.11

Tabela 1: Participantes da pesquisa

Fonte: Dados da pesquisa

3.2.5 O emprego da primeira pessoa

Durante a redação desta pesquisa, alternei entre o emprego de verbos conjugados na primeira e na terceira pessoa do plural e do singular. Esta variação na linguagem tem uma explicação que se origina no posicionamento epistemológico que adotei neste estudo. Ao me ver como um sujeito que participou de uma construção de dados ao interagir com a comunidade e como alguém que busca construir uma descrição conceitual analítica sobre o que ocorre em determinado conjunto de dados co-construídos, entendo que o uso constante da conjugação em terceira pessoa não refletiria adequadamente o meu posicionamento epistemológico nesta pesquisa. Glaser (1992) e Charmaz (2006) sugerem que o pesquisador explicita sua voz ao

apresentar a teoria, assumindo, assim, sua identidade e comprometendo-se com os resultados e suas escolhas durante as análises.

Sendo assim, busquei empregar a primeira pessoa do singular nas ocasiões em que explicitarei decisões inerentes ao desenvolvimento da teoria em que a minha posição e julgamento enquanto pesquisador foram determinantes. Nos diversos momentos em que reportei decisões que foram resultado de debates e interações com as outras pessoas envolvidas no processo de construção dessa teoria, optei por usar verbos conjugados na primeira pessoa do plural. O tom impessoal foi adotado nas ocasiões em que as exposições realizadas eram oriundas de reflexões a partir da literatura.

4 **COMPREENDENDO A DIGNIDADE NA RELAÇÃO ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADE**

Com o objetivo de compreender como são socialmente construídos os significados de dignidade no âmbito da relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica, este capítulo apresenta um esquema analítico que relaciona a categoria central do estudo com outras categorias conceituais consideradas relevantes para a teoria. É importante ressaltar que a narrativa aqui empregada não reflete a sequência das análises realizadas. Na trajetória de realização da pesquisa, algumas categorias emergiram, enquanto outras eram alteradas ou eliminadas da análise. Após a saturação das categorias encontradas, o processo da codificação teórica nos permitiu encontrar uma narrativa analítica que apresentasse as categorias constituintes da teoria de uma forma lógica e coerente para o leitor. Assim, ressaltamos o fato de que a sequência da narrativa usada na apresentação da teoria não é um retrato do caminhar cronológico da pesquisa.

A primeira seção deste capítulo busca contextualizar o caso estudado em um sistema social mais amplo. Apresentamos uma revisão a respeito do desenvolvimento econômico do estado do Espírito Santo de forma a possibilitar um melhor entendimento a respeito do surgimento das duas empresas cuja relação com a comunidade foi objeto de análise neste estudo. Como parte dessa etapa de contextualização, revisitamos brevemente alguns acontecimentos da história de ambas as organizações e com foco no relacionamento de ambas com a comunidade de Litoral.

A segunda seção inicia a apresentação da análise dos dados. A primeira categoria apresentada, chamada “**Objetos de Dignidade**”, retrata os elementos físicos, metas ou ideias nos quais se expressa a dignidade da comunidade. São apresentadas as dimensões em que esses objetos se situam e seus respectivos significados.

Compreender os objetos de dignidade da comunidade nos ajuda a entender o que é valorizado e considerado como uma necessidade por esse ator social. No entanto, o fenômeno de interesse desta pesquisa se encontra no âmbito da interação entre comunidade e empresas. Assim, deslocamos o nosso foco de análise da dignidade da comunidade, abordada na primeira categoria apresentada, para a dignidade da relação entre a comunidade e as empresas. Desta forma, direcionando a atenção para o âmbito

interacional, discutimos a segunda categoria apresentada: os **“Símbolos de (in)dignidade”**, que representam sinais convencionados a respeito da honra (ou desonra) percebida e interpretada pela comunidade com respeito às ações das organizações frente aos objetos de dignidade.

No tópico seguinte, chegamos à explanação a respeito da categoria central deste estudo, que se refere às **“Condutas-chave das empresas”** percebidas pela comunidade. Foram identificados padrões em como a comunidade percebe e interpreta as ações simbólicas das organizações frente aos objetos de dignidade. Entendemos que essa interpretação caracteriza o processo social central para a compreensão da dignidade na relação entre empresas e comunidades. Na categoria **“Expectativas quanto à relação”** buscamos compreender como as expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas da região se conectam com as condutas-chaves empresariais percebidas pela comunidade. Avançando na exposição da teoria, encontramos duas categorias que nos ajudam a compreender as condições em que essas expectativas se alteram: primeiro, a **“Tangibilidade organizacional”** - que se refere ao conjunto de características que algumas empresas possuem e que as tornam mais frequentemente lembradas pela comunidade - auxilia na compreensão do porquê das expectativas da comunidade não serem iguais para diferentes organizações. Segundo, apresentamos a categoria **“Situações críticas”**, que revela casos em que as expectativas da comunidade se alteraram ao longo do tempo devido a crises no relacionamento com a empresa.

Ao analisarmos como a comunidade julga a ação organizacional para com ela, construímos a categoria **“Avaliação das condutas-chave das empresas”**, que se refere aos julgamentos que a comunidade faz das condutas empresariais frente a objetos de dignidade, o que envolve uma aprovação ou reprovação com base nos benefícios das ações empresariais e nas intenções das empresas, conforme percebidos pela comunidade. Em seguida, na categoria **“Manifestações diante da indignidade”**, analisamos como a comunidade reage diante de situações em que percebe relações indignas com empresas. A apresentação da teoria se encerra como a categoria **“Espaço Interacional”**, que se refere à comunidade enquanto um ambiente de compartilhamento de significados e construção de símbolos que refletem diferentes interpretações a respeito da dignidade no âmbito da sua relação com empresas.

4.1 Apresentando o contexto

4.1.1 O desenvolvimento do estado do Espírito Santo

a) A colonização

Iniciamos a nossa apresentação do contexto em que a presente pesquisa se situa realizando uma breve revisão sobre o desenvolvimento do Espírito Santo durante o período colonial brasileiro.

A costa que hoje pertence ao Espírito Santo foi encontrada por navegadores portugueses em 1501. O atual território do estado estava compreendido, no sistema de capitanias hereditárias estabelecido pela Coroa Portuguesa para a colonização do Brasil em 1534, no lote que se entendia à foz do rio Mucuri até a do rio Itapemirim. Em 1535, a embarcação que trazia Vasco Fernandes Coutinho, donatário a quem fora designada a administração desse território, desembarcava em um domingo de Pentecostes, o que motivou a designação do nome Capitania do Espírito Santo. A embarcação foi recebida sob flechas dos índios Goitacás, que dominaram os portugueses e fundaram, no local em que inicialmente desembarcaram os portugueses, uma vila chamada de Mboab, termo em tupi que se referia aos pés descalços dos portugueses (MARQUES, 1878). Ao longo do tempo, o termo, aportuguesado para “emboaba”, passou a ser usado, e ainda o é até hoje, para designar pejorativamente os forasteiros.

Nos primeiros anos, a resistência dos índios da região impossibilitou o estabelecimento da colonização conforme desejada pelos portugueses. Com a ida de Vasco Fernandes Coutinho a Portugal para a busca de novos colonos em 1551, a situação se alterou e a vantagem numérica dos europeus possibilitou a dominação dos índios e a subsequente fundação de uma vila que, séculos depois, daria origem a uma das principais cidades do Espírito Santo (ALVES FILHO, 2000).

Após o estabelecimento dos portugueses, percebe-se um tipo de colonização característico do que ocorreu de forma geral no território brasileiro. Os lusitanos, que já haviam demonstrado habilidade de viver em áreas tropicais e se misturar com outros povos na Índia e na África, repetem o mesmo comportamento no território que hoje conhecemos como Brasil. Seu passado ligado à Europa e à África ajuda a entender a disposição portuguesa à colonização híbrida e escravagista, reflexo de uma espécie de ausência de orgulho da raça. Assim, durante o período de colonização, não

era incomum a ocorrência de uniões livres, sem matrimônio, entre brancos e negras. Um viajante chamado Burton, retratou haver encontrado na região de Minas Gerais, então área do interior do Espírito Santo, uma “estranha aversão pelo casamento” nas populações da região (BUENO, 1999, p. 85). O resultado desse processo foi a formação histórica de cidadãos em que prevaleciam relações efêmeras, de dominação e hierarquizadas e a incapacidade de dialogar politicamente com os colonizadores (OLIVEIRA, 1975).

Desta forma, a sociedade do Espírito Santo foi formada, como no Brasil, em geral, pela separação entre um mundo “inferior” e subjugado e outro “superior”, europeu e dominador. As relações de trabalho no período colonial capixaba eram caracterizadas pela dependência econômica dos Senhores de Engenho, a falta de separação entre o público e o privado, a mistura racial e a centralização da figura do pai, materializada na pessoa do Senhor de Engenho (MARQUES, 1878). Ele gerenciava sua unidade produtiva e a unidade familiar concomitantemente, sem limites claros entre ambos os papéis. Assim como em outras partes do território brasileiro (DAVEL; VASCONCELOS, 1997), sua relação com os empregados não era apenas de explorador; o Senhor do Engenho era sobretudo uma referência para o escravo, que contava com o seu apoio para a satisfação de suas necessidades. Assim, a comunidade colonial nessa região era permeada por relações de afeto e submissão entre o empregador, o empregado e suas famílias, sendo o Senhor de Engenho a referência paternal nesse *ethos* (OLIVEIRA, 1975).

A descoberta do ouro no interior do Espírito Santo no início do século XVIII fez com que essa região fosse cobiçada tanto pela Coroa Portuguesa como por colonos e colonizados. Com o intuito de proteger a região de possíveis invasões e movimentos de exploração fora do controle português, a Coroa determinou que os que habitassem naquela área se dirigissem às vilas que haviam sido estabelecidas no litoral. Foram proibidas as excursões ao interior e a construção de estradas que ligassem as duas regiões. Posteriormente, a região das minas de outro foi estrategicamente desmembrada do território do Espírito Santo, dando origem a região das Minas Gerais (MARQUES, 1878).

b) A formação do latifúndio

Assim, a massa da população litorânea do Espírito Santo foi formada por descendentes de escravos libertos, índios colonizados e europeus pobres que não tiveram acesso à mineração que gerava riquezas para a Coroa Portuguesa. O latifúndio passou a ser uma opção de vida para os cidadãos que habitavam a região do litoral do Espírito Santo. A relação com o novo detentor do poder – antes o Senhor do Engenho, e a partir de então, o grande fazendeiro -, no entanto, permaneceu caracterizada por um caráter paternal. Menos sujeito a Lisboa que o Senhor de Engenho, o grande fazendeiro possuía maior autonomia no seu relacionamento com a sociedade. Todavia, tal como o Senhor de Engenho, era a referência dos empregados em termos econômicos, afetivos e familiares (OLIVEIRA, 1975).

A importância da região do Espírito Santo para a colônia se referia a dois principais aspectos: primeiro, sua localização estratégica para o escoamento da produção mineral de Minas Gerais. Esta posição foi chave para que a região fosse elevada à condição de Comarca em 1732. Segundo, o fato de a região ser produtora de madeira, panos de algodão e açúcar que eram vendidos para a Bahia, Rio de Janeiro e para os portos de Sul. Esse cenário permaneceria inalterado até o início do século XIX, quando a capitania iniciou o plantio do café, o que viria a alavancar o panorama do latifúndio na região. A proclamação da Independência do Brasil alterou o status da região para o de Província e, posteriormente, com a proclamação da República Brasileira, foi criado o estado do Espírito Santo. Assim, temos, no início do século XX, o consolidação do estado do Espírito Santo como um dos principais produtores de café do Brasil (OLIVEIRA, 1975).

Em 1850, a Lei Eusébio de Queiroz que proibia o tráfico de escravos contribuiu para que o capital antes aplicado na compra de escravos passasse a ser investido no setor industrial. A cafeicultura foi um dos principal destinos desses investimentos. A falta de mão de obra para operacionalizar a produção nos novos investimentos produtivos realizados estimulou a chegadas de grandes fluxos de imigrantes no Espírito Santo. Estabeleciam-se, assim, os alicerces para a implantação da indústria cafeeira no Brasil (OLIVEIRA, 1975).

c) A chegada dos imigrantes ao Estado e a criação da empresa Modelo

Durante o período da primeira Guerra Mundial, a dificuldade de exportar a produção de café e de outros produtos industrializados estimulou o desenvolvimento e a produção interna de bens de consumo. Ao mesmo tempo, o Brasil passou a ser um destino importante para famílias que buscavam fugir de seus países, que estavam envolvidos na guerra. Desta forma, a partir da década de 20, observa-se um novo fluxo elevado de imigrantes chegando ao Espírito Santo, o que veio a aquecer ainda mais a produção e o consumo de bens na região (OLIVEIRA, 1975).

4.1.2 A empresa Modelo

a) O desenvolvimento da empresa, da comunidade e a identificação entre ambos

Dentre os diversos europeus que chegaram ao Espírito Santo durante o século 20, encontra-se Wilhelm (nome fictício), empresário alemão que atuava em seu país de origem na Europa produzindo bens de consumo. Wilhelm, ao observar o cenário brasileiro, propício à produção e comercialização dos bens de consumo com os quais trabalhava antes da guerra, decide criar uma empresa no Brasil para dar continuidade ao negócio. As atividades da empresa fundada – chamada Wilhelm S/A (nome fictício) - se iniciam em uma região densamente povoada da cidade de Litoral (nome fictício), situada na zona praiana do Espírito Santo. No entanto, após meses de funcionamento, os moradores da região iniciam um movimento para que a fábrica seja retirada da região, em razão da poluição sonora que estava causando.

“O pessoal da época se organizou e protestou. No fim, conseguiram tirar a empresa daquela localização e ele foi para um bairro mais afastado, quase inabitado. Eles viam o Wilhelm como um emboaba, uma gíria que a gente usa aqui para se referir ao gringo que vem para explorar e que não é querido” (J1).

Após a expulsão da Wilhelm S/A de um bairro central de Litoral, o empresário, usando a influência que já havia conquistado no relacionamento com os políticos da região, recebeu do governo um galpão de uma empresa falida de produção de cerâmica em um bairro afastado da cidade para reiniciar suas atividades. Nos anos seguintes, com o crescimento da empresa, a região antes quase inabitada começa a crescer em função do comércio gerado para atender às necessidades dos funcionários da empresa Modelo.

“Não tinha nada na região [onde foi estabelecida a nova sede da empresa]. E o bairro se faz por causa da Modelo. O bairro tem ali, uma das subdivisões, um bairro que até hoje o pessoal chama de Modelo” (P1).

Desta forma, entre os anos 30 e 50, o bairro em que se estabeleceu a segunda sede da Wilhelm S/A começa a ser povoado em função do crescimento da empresa. Nesse período, desenvolve-se na região um polo de modas que se torna referência para toda a região. As oportunidades de trabalho trazidas pela Modelo e pelo centro de venda de roupas atrai moradores de diversos lugares do estado, que passam a formar uma comunidade maior de moradores no entorno da Wilhelm S/A.

“Então, tem que entender que aquela região toda vai se fazer em função da fábrica. E acaba que o bairro, apesar dele ser muito, atualmente, conhecido pela questão do polo industrial de confecção, tem ali uma consequência do comércio que cresce por causa dos funcionários da Modelo. Então, uma coisa vai levando a outra. Então, quando a pessoa chega aqui hoje e vê aquilo ali: “-Ah, tem um polo de confecção!”. Qual é a lógica disso? A lógica é vender para os funcionários. Então, isso impulsiona e, obviamente, com coisas associadas ou dissociadas à Wilhelm S/A, vai dar essa configuração que há naquela região ali dentro. E dá para imaginar como o pessoal via o Wilhelm, não é? Você tem um bairro que é só lama. Aí chega um gringo, começa a desenvolver a região, dá emprego para um monte de gente. O cara virou uma referência. Era um paizão de todo mundo, era padrinho de todos os casamentos, de todas as crianças que nasciam. Ele era muito duro, pelo que dizem, mas o pessoal gostava muito dele. Ninguém dava um pio, não podia contestar o homem, mas o pessoal o amava mesmo assim, era uma adoração” (J1).

Nesse cenário, Wilhelm passa a representar para a comunidade um ícone que incorpora a figura do pai autoritário e amoroso antes depositada na pessoa do Senhor de Engenho e, posteriormente, do latifundiário. Mudam os atores e permanecem as relações de dependência econômica, submissão acrítica e afetividade, característicos da relação dos trabalhadores com as pessoas que ocuparam as posições de superioridade hierárquica na formação do Espírito Santo e do Brasil (OLIVEIRA, 1975).

b) A primeira crise e a chegada de um novo sócio

A empresa Wilhelm S/A seguiu suas operações até a década de 60, quando alguns eventos viriam a impulsionar seu crescimento e consolidar sua relação como referência para o crescimento da cidade de Litoral. Nos anos 60, em decorrência da crise do café que atingiu o estado do Espírito Santo, levando-o a uma profunda depressão econômica, a empresa sofreu sua primeira grande crise. Nesse momento, Wilhelm convida um novo sócio para dividir com ele a liderança da empresa. Esse

sócio chama-se Rud Anton (nome fictício), um empresário da área do café, com forte visão comercial. Na gestão de Anton, o nome da empresa muda para Modelo S/A (nome fictício). Tanto o novo nome e logo da empresa passam a fazer referência às pessoas da comunidade que comercializavam informalmente os produtos da empresa.

“O registro que se tem é que quando o Anton e o Wilhelm mudaram o nome na empresa; aí é que o pessoal ficou mais encantado ainda. Era um pai que estava colocando o nome dele nos filhos, o pessoal via dessa maneira” (J1).

A visão empreendedora de Anton leva a empresa a adotar uma estratégia de crescimento que lhes conduziu a uma projeção nacional nos anos 60. Paralelo a esse processo, a comunidade do bairro onde se situava a empresa crescia cada vez mais, assim como o polo de moda, reforçando a dependência e a relação de gratidão da comunidade em relação à empresa. Com o falecimento de Anton em meados dos anos 60, a empresa volta a ser liderada por Wilhelm e, nos anos 80, seus filhos assumem a empresa e a elevam para um patamar de sucesso internacional. Seguindo o estilo do pai, os novos gestores seguiam mantendo uma relação estreita com funcionários e com a comunidade. Eles:

“Eram muito paternalistas. E daí que continuou a paixão das pessoas. Porque era aquele tipo de paternalismo que bate e assopra. Eles tinham pena da história das pessoas (...). Eu conversei com alguns que são da época, estão com seus 70, 80 anos, os poucos que sobrevivem. Trabalhavam durante a semana inteira, chegava no final de semana: “-*Olha, você vai me ajudar aqui, a construir a fábrica.*” Então, eles iam lá, desmontavam a máquina, pegavam a máquina, sujavam de graxa, ajudavam os funcionários que eram pedreiros também a subir parede, montavam máquina, botavam no lugar. Então, não tinha muito aquela distinção: “-*Eu sou o dono, vocês façam*”. Era: “-*Eu sou o dono e faço junto com vocês.*” (...). Você ter uma pessoa que não só manda, mas manda e faz junto, (...) causou uma (...) empatia muito grande com os funcionários e com os moradores. Mas eram ferraduras de ouro. O pessoal diz que na hora que resolviam brigar o negócio era feito. Era aquela coisa do europeu que não tem... Aquela coisa feia mesmo. Então, na hora de bater, batia com força. Mas sabiam fazer um bom jogo com os funcionários e com a comunidade, principalmente naquela época. Vale lembrar que ali os funcionários e os moradores não tinham formação nenhuma. Era mão de obra pura. Era força: faziam o que tinha que ser feito. Ele fazia isso nas horas vagas para expandir a fábrica, mas também fazia essas coisas para ajudar a comunidade. Ele comprava um terreno, fazia um campo de futebol, eles mesmos capinavam com o pessoal. Mas os funcionários, seus filhos, todos tinham que estar juntos. O pessoal via nele o que não via nos governantes, uma vontade de desenvolver o lugar” (J1).

Uma das formas pelas quais os gestores da Modelo reforçavam a imagem paternalista que os funcionários e a comunidade possuía dela é a realização de eventos e programas visando ao desenvolvimento e ao bem-estar das pessoas que viviam no entorno da empresa. Esses eventos e programas, segundo um entrevistado, eram

motivados pelo fato de os líderes da empresa identificarem na comunidade a necessidade de realização de eventos que promovessem a cultura local e de suprir demandas não satisfeitas pelo Estado.

Outra coisa que ele acabou desenvolvendo, mesmo sendo uma estratégia de *marketing* institucional: as corridas. Eles organizavam uma corrida para a comunidade. Começa porque eles sempre gostaram de fazer exercício, andava de bicicleta (...). E fizeram a corrida uma vez... Não tinha essa proporção, que tem hoje, mas foi aquela coisa que, como ganhou uma dimensão, tornou-se oficial. E isso também ajuda muito a empresa a ter essa relação com a comunidade. Tem várias outras coisinhas assim. Oficinas de jovens aprendizes, eventos culturais” (R1).

No entanto, a relação de proximidade dos gestores com a comunidade às vezes beirava o irracional. Um dos episódios de excessos nessa relação é relatado por um entrevistado que relatou que:

“Teve um dia, lá, que teve uma festa de final de ano, ele bebeu um tanto de vinho. Dia 25 ele dá uma mega festa para os funcionários. Aí, no final: “- *Está tudo muito bom. Todo mundo tem 100% de aumento. A gente vai quebrar a empresa por causa disso, mas vamos pôr 100% de aumento para todos os funcionários*” (J1).

c) Conflitos entre familiares e a segunda crise

Em meados dos anos 90, os netos de Wilhelm e um filho de Anton passam a dirigir a empresa e a segunda grande crise se inicia. Nesse período, a imprensa local divulga informações a respeito de filhos de um dos herdeiros de Anton em relacionamentos extraconjugais com membros da comunidade. Os filhos são reconhecidos legalmente e passam a ter direito à parte do capital societário da Modelo, o que gera revolta entre os descendentes de Wilhelm. Além disso, diferenças nas visões estratégicas dos gestores para o futuro da empresa a levam a uma crise política interna que levou a uma paralisação de suas operações em 1999.

“Nessa confusão toda dessa briga entre eles que vai ter seu auge no ano de 1999, aquilo paralisa a empresa e os funcionários e a comunidade ficam, assim, assistindo ao espetáculo, a briga que teve ali dentro. Coisa muito baixa em termos das relações que podiam ocorrer ali dentro. Os funcionários e os moradores não sabiam o que fazer. A empresa passa a perder mercado e começa a ficar com produção ociosa demais. E tem risco de demissão, aquele negócio todinho. Cria-se uma instabilidade muito grande nesse processo” (J1).

Nesse momento, um dos netos de Wilhelm, que tinha uma relação muito próxima com a comunidade, temendo que a empresa falisse e a sustentabilidade econômica da região fosse comprometida, se une ao sindicato e inicia um processo de protestos que mobiliza parte da comunidade.

Só para você ter uma ideia, assim, da noção da empatia que ele tinha. No auge da crise da família, o sindicato percebe a divisão e apoia um dos netos do Wilhelm. Ele simplesmente sobe no caminhão do sindicato e fala: “-Vamos fazer greve porque os meus sócios estão detonando com a empresa. Eu não posso permitir um negócio desses com a cidade de Litoral”. O sindicato o apoiava. Então, isso você percebe com que boa relação que ele conseguiu desenvolveu com o sindicato. Isso deu uma força tremenda para a comunidade protestar (J1).

d) A venda da Modelo

Nos meses seguintes, os descendentes de Wilhelm e Anton chegam a um acordo que os leva a colocar a empresa à venda. O posicionamento consensual de todos os herdeiros em favor da negociação da empresa tranquiliza alguns moradores, que percebem que a venda é um mal necessário. No entanto, parte da comunidade, com receio de que a venda da empresa signifique a extinção da marca ou o fim das operações da empresas na cidade de Litoral, passa a se manifestar contra a operação.

“Nisso que eles expõem a venda, aí você tem todo um burburinho de comoção: “-Que é um absurdo se desfazerem da empresa, (...) vão tirar a empresa daqui e que a marca vai sumir. Não pode.(...) A comunidade falou: “-Não podemos perder a Modelo. Porque se a Modelo sai daqui, como é que fica? A Modelo é o que representa a maior quantidade de entradas para o município de Litoral, é o nosso orgulho” Então aí entra nesse processo um político importante por causa dessa questão de arrecadação: se a empresa sai de Litoral, o que vai ocorrer? Então, o medo é que a Mundial viesse, pegasse todo o ativo de maquinário, levasse para a sua sede e fizesse a produção de lá. Eles não confiavam na Mundial. Parecia que o pai que nos adotou, o padrasto estava precisando se divorciar da nossa mãe, que ia se casar de novo. Só que a gente ficou com medo desse novo padrasto. Ele vai cuidar da gente que nem o outro? Ou ele só vem para estuprar a nossa terra?” (R1).

Em uma operação que dividiu a opinião dos membros da comunidade, em 2002 a empresa Modelo foi vendida para a multinacional Mundial S/A. No entanto, até o ano de 2011 a venda se encontra em avaliação na esfera jurídica e o clima de tensão a respeito desta operação permanece presente. A empresa adquirente controla a gestão da empresa atualmente, mas ainda há riscos de que a compra seja invalidada na Justiça.

4.1.3 A empresa Capixaba

A crise do café ocorrida nos anos 60 contribuiu para uma aceleração na formação industrial do Espírito Santo. Se em todo o Brasil a crise do café afetou a exportação e

as bases econômicas do país, no estado capixaba a situação foi ainda mais crítica, uma vez que a baixa altitude e a alta temperatura típicas da região contribuíam para que o café capixaba fosse menos competitivo que o produzido em outras regiões do Brasil, como São Paulo e Minas Gerais. Durante o segundo governo de Lindenberg, que era ruralista, a crise despertou a necessidade de desenvolvimento de um plano de crescimento econômico para o estado, que levou à intenção de substituição da matriz econômica agrícola para uma matriz industrial (BUENO, 1999).

Nas décadas de 60 e 70, o governo de Cristiano Dias Lopes Filho inicia a implementação das políticas de recuperação do Espírito Santo. Em sua gestão, são criadas a FUNDAP capixaba – um fundo para financiamento para empresas locais - e a SUPPIN - Superintendência dos Projetos de Polarização Industrial - autarquia vinculada à Secretaria de Estado de Desenvolvimento (SEDES). Ambas as instituições passam a oferecer suporte à emergente política governamental de industrialização do Espírito Santo, em substituição ao modelo econômico agrário-exportador predominante até os anos 60. Os anos seguintes foram testemunhas da implantação de grandes projetos industriais com plantas voltadas para o mercado externo. Empresas como Vale, CST, Samarco e Aracruz Celulose são alguns exemplos de empresas que se instalaram no estado no contexto aqui apresentado. Nessa ocasião, dentre as grandes plantas industriais que se estabeleceram no setor industrial no Espírito Santo encontra-se a empresa Capixaba, corporação de grande porte com atuação internacional (ALVES FILHO, 2000).

A empresa Capixaba se origina de uma companhia de transporte ferroviário fundada no Espírito Santo no início do século XX. Nos anos 40, a empresa inicia o transporte de *commodities*. Na década de 60, período que caracteriza o início de desenvolvimento industrial do estado, é criada a primeira subsidiária da Capixaba para a produção de *commodities*. Os anos 70 e 80 são marcados pela expansão internacional das ações da empresa. Na década de 2000, a empresa amplia sua atuação no estado com uma construção de uma planta produtiva no interior do Espírito Santo (OLIVEIRA, 1975).

O relacionamento da Capixaba com a comunidade de Litoral é caracterizado por:

“Ações de responsabilidade social e ambiental para tentar minimizar o impacto da poluição que eles trazem para o entorno. Não tem jeito, a atividade produtiva deles (...) é poluidora. Não tem como não poluir. Eles são uma empresa mais distante da comunidade, tipo ninguém sabe o nome

de ninguém que trabalha lá na Capixaba. Boa parte das pessoas que trabalham lá vieram do Rio, de São Paulo, de Minas. Então, é algo mais distante, inacessível. As ações que eles fazem não têm aquele carinho que tinha na história da Modelo. Eles são muito mais frios. É uma relação diferente. A Modelo é um pai para a cidade de Litoral, já a Capixaba não tem essa posição” (R1).

Esse depoimento revela o contraste entre a posição que as empresas Capixaba e Modelo ocupam no contexto da cidade de Litoral. Enquanto a Modelo foi criada com a participação da comunidade – o que se reflete no próprio nome da empresa, e foi marcada por um relacionamento paternal com a comunidade, a empresa Capixaba, por outro lado, caracteriza-se como uma grande corporação multinacional vista pela comunidade como algo “mais distante” e “inacessível”. Foi nesse cenário de relações históricas contrastantes entre as duas empresas que desenvolvemos a pesquisa apresentada neste relatório.

4.2 Objetos de dignidade

Nosso objetivo principal nas primeiras entrevistas foi o de identificar possíveis experiências que os membros da comunidade tiveram com a empresa Modelo que, na percepção deles, afetaram sua dignidade de alguma forma. Diversas experiências foram relatadas pelos entrevistados. Os relatos desses incidentes críticos nos permitiram identificar elementos que são valorizados pela comunidade estudada como representativos de sua dignidade. Chamamos tais elementos de **Objetos de Dignidade**. Neste tópico, apresentamos seu conceito, as dimensões que o compõe e os significados e símbolos encontrados referentes aos diferentes objetos de dignidade apresentados.

Objetos de dignidade são elementos físicos, metas ou ideias que representam a honra da comunidade. Seus significados são construídos, comunicados e alterados na interação entre os membros da comunidade e refletem suas necessidades. Os objetos de dignidade da comunidade recebem a ação de atores sociais, como as empresas situadas no seu território.

Diferentes pessoas podem empregar distintos significados para um mesmo objeto de dignidade, uma vez que seus significados não são intrínsecos a eles, mas construídos socialmente. Os objetos de dignidade da comunidade refletem significados que independem da existência de qualquer indivíduo em específico.

Quando pedi aos entrevistados que me contassem experiências que eles tiveram com a empresa Modelo que, na percepção deles, afetaram sua dignidade, ouvi como resposta relatos que me permitiram codificar diferentes **significados** para a dignidade. Esses significados refletem quatro diferentes dimensões da dignidade: econômica, ambiental, sociocultural e ambiental.

Com o objetivo de aprofundar o entendimento a respeito das quatro dimensões nas quais os objetos de dignidade foram classificados, apresentamo-las a seguir em subtópicos, acompanhadas dos seus respectivos significados, códigos iniciais e de algumas das evidências empíricas que as sustentam.

a) Dimensão Econômica

Objetos de dignidade econômicos são aqueles que representam os meios pelos quais a comunidade obtém sua subsistência de forma a se propiciar uma vida honrada. A expressão “vida digna” foi um código *in vivo* recorrente nos dados que retratava essa dimensão. Ao usarem esse termo, os participantes faziam referência a viver de forma a usufruir de um mínimo de condições de conforto e subsistência que eles julgam essenciais. Nesse sentido, a dignidade é vista com uma conotação similar àquela apresentada por Larraín (2000, 2002) – e mais amplamente desenvolvida posteriormente por Wautiez, Llaveró (2002), Olesker (2002), Elizalde (2002), Costa (2002), Schlesinger (2002), Carvalho (2002) e Pacheco (2002) - em sua formulação teórica a respeito do conceito de uma “linha de dignidade”, que é um indicador econômico com fins sociais que visa determinar um intervalo de consumo considerado como aceitável para que as pessoas usufruam de uma vida considerada digna. Essa teoria se pauta nos princípios distributivos da equidade social.

Os objetos de dignidade econômicos encontrados nos dados foram o “emprego” e a “sustentabilidade econômica da comunidade”. As referências ao objeto de dignidade econômico “emprego” foram feitas por pessoas que afirmaram que se sentiriam com sua dignidade violada se a empresa Mundial, ao adquirir a empresa Modelo, realizasse uma demissão em massa de seus empregados. Empregamos o código inicial **“Interpretando o emprego como dignidade”** para reunir alguns incidentes que nos levaram posteriormente ao objeto de dignidade emprego.

“Ficou feio o negócio lá dentro. Todo mundo desesperado com a

possibilidade de a fábrica ir para São Paulo. Começaram a ventilar isso aí, que iam demitir muita gente. Não seria justo, não é? Isso sim seria acabar com a nossa dignidade, nosso direito a ter uma vidinha justa, nosso emprego” (E1).

“Todo mundo entrou na jogada. Não tem dignidade se não tem emprego (...) O que o sujeito vai botar dentro de casa, se ele não tem emprego, não tem onde ganhar o dele?” (A1).

Cabe uma reflexão sobre esses dados. Se essa pesquisa possui como objetivo de compreender como são socialmente construídos os significados de dignidade no âmbito da relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica, seria adequado considerar como dignidade da comunidade um significado explicitado por um dos seus membros na condição de empregado? Não seria essa a dignidade do empregado, e não da comunidade? Nosso entendimento, que encontra eco na ideia de sobreposição de papéis apresentada no Interacionismo Simbólico Estrutural de Stryker (1980, 1983), é de que os papéis de *stakeholders* não são mutuamente exclusivos. Uma mesma pessoa pode interagir com uma empresa na condição de membro de uma comunidade de local e de empregado, basta que trabalhe na empresa e more em uma imediação geográfica que é afetada por essa empresa.

Além de empregados da empresa Modelo, um outro grupo de pessoas também foi recorrente ao fazer referências ao **emprego** como um **objeto de dignidade**: os familiares dos empregados.

“Lá em casa o negócio ficou tenso. Só de pensar na possibilidade dele [do esposo da entrevistada] ser demitido, a gente ficou tenso. (...) Isso afetaria muito a nossa dignidade. Acabei de comprar meu terreno aqui, estou pagando ainda, minha mãe depende da gente. Não sei o que a gente iria fazer se ele fosse despedido” (L1).

“Eu não trabalho, mas meu noivo trabalha. Eu confesso que esse negócio de que a Modelo vai sair daqui me deixa preocupada. Não casei ainda por causa disso. (...) Não vai dar para viver só de amor. Para ter uma vida digna tem que ter trabalho e eu estou estudando, ainda” (F1).

Esses depoimentos denotam que mesmo não trabalhando na empresa, pessoas que vivem na comunidade podem se preocupar com a relação entre uma hipotética demissão em massa e a sua dignidade. Isto explica porque o objeto de dignidade econômica “emprego” pode ser considerado como compartilhado pela comunidade. Apesar de afetar diretamente apenas um pequeno grupo de membros da comunidade – os empregados da Mundial – a possibilidade de demissão em massa afetou também outras pessoas associadas a esses empregados, como familiares, amigos e noiva.

O emprego indireto também foi citado frequentemente quando perguntamos aos entrevistados a respeito do que representava a dignidade da comunidade. As respostas que sinalizaram nesse sentido foram codificadas com o código inicial “**Interpretando o emprego indireto como dignidade**”.

“Para mim, o mais complicado é se o CADE liberar a compra da Modelo e depois que tudo estiver aprovado eles decidirem ir migrando para a fábrica que eles têm no interior de São Paulo. Eu ainda não estou tranquila. Para mim, ainda corre o risco da empresa ir saindo aos poucos e a cidade ficar na pista. Todo esse comércio aqui ao redor, um monte de empregos indiretos, todo mundo meio que sobrevive da Modelo” (F1).

“Eu me senti tratado com dignidade quando vi que eles iam continuar com a fábrica na cidade. Litoral é a Modelo. Já pensou sem ela? (...) Ia matar um monte de emprego indireto aqui” (P1).

Um segundo conjunto de incidentes categorizados como **objetos de dignidade econômicos** são aqueles que refletem uma preocupação de mais longo prazo com a capacidade da comunidade se sustentar com um ambiente em que as pessoas possuem possibilidade de obter seu sustento. Sua preocupação se direcionava a uma consequência dessa possível perda de empregos: a “**Sustentabilidade econômica da comunidade**” enquanto coletividade. Esse objeto de dignidade foi formado a partir do código inicial “**Interpretando a sustentabilidade econômica da comunidade como dignidade**”.

“Sem ela [a empresa Modelo], a cidade entra em falência e você vai ver uma cidade miserável (...) É, sem dignidade” (F1).

“Eu me senti tratado com dignidade quando vi que eles iam continuar com a fábrica na cidade. Litoral é a Modelo. Já pensou sem ela? Que dinheiro que ia circular aqui? Aí, não adianta. Sem dinheiro, sem o básico, ninguém consegue ter uma vida digna (...). Vida digna é ter direito a viver como um ser humano. Eu não sou cachorro. (...). Aí a região fica sem ter como gerar dinheiro, ia ter gente precisando sair daqui para procurar dinheiro em outro lugar. Aí o comerciante ia sentir, o cara que aluga a casa dele ia sentir. Todo mundo ia ser afetado” (P1).

Segundo esses fragmentos, a dignidade da comunidade reside na capacidade de gerar um ambiente economicamente próspero para seus habitantes. Assim, a **sustentabilidade econômica** coletiva pode ser vista como um objeto de dignidade. A possibilidade percebida pela comunidade de que a empresa Modelo encerre suas atividades lhes desperta um sentimento compartilhado de ameaça à dignidade.

Assim, sob uma dimensão econômica, a dignidade possui um significado de **subsistência**. Quando codificamos especificamente os significados de dignidade, usamos os códigos iniciais “**Valorizando a sobrevivência comum**”, “**Vida digna**”,

“Ganhando para sobreviver”, “Pensando na segurança” e “Planejando o futuro próspero financeiro”. O quadro 2 resume os códigos iniciais que levaram aos códigos focalizados que formam a categoria “objetos de dignidade econômica”.

Categoria - Objetos de dignidade		
Subcategoria - Dimensão Econômica		
		Códigos Iniciais
Objetos	"Emprego"	Interpretando o emprego direto como dignidade Interpretando o emprego indireto como dignidade
	"Sustentabilidade econômica"	Interpretando a sustentabilidade econômica da comunidade como dignidade
Significado	Subsistência	Valorizando a sobrevivência comum "Vida digna" Ganhando para sobreviver Pensando na segurança Planejando o futuro financeiro próspero

Quadro 2: Dimensão econômica dos objetos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

A seguir, apresentamos a dimensão ambiental dos objetos de dignidade.

b) Dimensão Ambiental

Os **objetos de dignidade ambientais** são os que representam as condições para a manutenção da vida saudável dos membros da comunidade e do seu sistema ecológico. Viver em um ambiente degradado ecologicamente coloca a vida das pessoas e a natureza em risco. A dignidade da comunidade, neste sentido, significa viver em um sistema apropriado às condições de preservação de uma vida saudável no curto e longo prazo.

Os objetos de dignidade ambientais identificados foram o “ar” e as “praias”. Os entrevistados que vivem na região de Litoral mais próxima da sede da empresa Capixaba foram os que mais frequentemente forneceram incidentes que embasaram essas categorias. Sempre que os objetos “ar” e “praia” foram citados como referências de dignidade sob uma dimensão ambiental, os membros da comunidade relataram casos em que esses objetos têm sido tratados de forma indigna.

O código inicial “**Interpretando o ar poluído como indignidade**” foi o que

possibilitou a construção da categoria do objeto de dignidade “ar”.

“Minha saúde é tudo para mim. Tudo começa estando vivo, então se eu estou respirando um ar poluído, eu estou me matando. Tipo assim, a minha dignidade está no meu direito de respirar direito, de ter a minha saúde respeitada” (J1).

“A dignidade da comunidade está na saúde. E não ter como ter saúde se não tem respeito ao ar. Já viu como fica ali no porto? De vez em quando eles aliviam, mas sempre tem fumaça saindo. Tem um monte de gente que tem crise respiratória aqui” (R1).

Ao usarem termos como “estou me matando”, “meu direito a respirar direito” e “Tem um monte de gente que tem crise respiratória aqui” para responderem ao meu questionamento a respeito de eventos em que sua dignidade foi afetada pelas organizações da região, os membros da comunidade se referiram ao objeto “ar”. Assim, o ar pode ser entendido como um objeto de dignidade ambiental que vem sendo tratado de forma indigna, na visão dos membros da comunidade citados. Também a partir de declarações de insatisfação com a poluição da cidade, as “praias” foram apontadas como um objeto de dignidade. Em um trecho de entrevista codificado como “**Interpretando praias poluídas para banho como indignidade**”, alguns moradores revelam que o desrespeito a esse objeto desperta neles a percepção de indignidade.

“O que a Capixaba faz com Litoral não é brincadeira. A gente brinca falando que Litoral tem uma ex-praia. Esse pó preto não dá sossego para ninguém. Isso fere a nossa dignidade, sim, não deixa de ser. (...) Porque os caras tacam sujeira no meu organismo sem a minha autorização. Se eu tomar banho aí vou ficar cheio de problema de pele, com certeza. Não dá para tomar banho aí, é complicado!” (I1).

“A coisa está ficando insustentável. Não dá mais! O pó preto traz consequências para todo mundo e também para a própria cidade. Conheço um monte de gente que deixa de morar aqui por causa disso. A natureza vai morrendo e isso é uma desonra. Essa água está morta. E quem entrar nela também corre o risco de ir pelo mesmo caminho” (Q1).

“Eu é que não sou doido de entrar na água aqui. É ridículo de tão sujo. A areia fica escura, a água é escura. Tinha que ter mais respeito pelo meio ambiente, a gente já não pode entrar na água, daqui a pouco a gente vai pegar doença só de pisar nessa areia. Indignidade é isso, é ver o meio ambiente daqui acabando (J2).

Alguns entrevistados também destacaram a poluição da água das praias como algo indigno, mas enfatizando o fato dessa poluição prejudicar a prática de pesca na região. Codificamos esse e outros incidentes similares com o termo “**Interpretando as**

praias como impróprias para a pesca”.

“Tem lugar que sempre teve peixe e que hoje não tem mais, isso é indigno. Onde está o respeito que eles tanto pregam pelo lado ambiental?” (R1).

“Meu pai saía comigo quando eu era pequeno. Sexta-feira à noite, a gente alugava um barco e ia por aí pescar. Passávamos a madrugada toda com os amigos do meu pai pescando, e isso acabou. Se fizer isso agora, tem que ir mais longe. Aqui, acabou. Imagina as outras consequências que isso traz para o lado ambiental da comunidade? Doenças de pele, contaminação por alimentos e por aí vai” (J2).

De acordo com alguns desses relatos, o “ar” e as “praias” da comunidade representam elementos que, quando desrespeitados, provocam um sentimento de desonra, de desrespeito referente à relação com a empresa Capixaba. Esse discurso é compartilhado, o que pôde ser especialmente notado no uso recorrente das expressões “pó preto” e “ex-praia”, que foram recorrentes nos dados. Essas expressões se tornaram códigos *in vivo* e foram usadas na construção dessa categoria.

Entre os significados de dignidade envolvidos nessa dimensão, destacamos a saúde (códigos iniciais “**Preservando a vida**” e “**Preservando a saúde**”) e a sustentabilidade ambiental da comunidade (código inicial “**Preservando a sustentabilidade ambiental**”).

Apresentamos a seguir o quadro 3, em que sintetizamos os elementos apresentados sobre a dimensão ambiental dos objetos de dignidade.

Categoria - Objetos de dignidade		
Subcategoria - Dimensão Ambiental		
		Códigos Iniciais
Objetos	Ar	Interpretando o ar poluído como indignidade
	Praias	Interpretando as praias impróprias para banho como indignidade
		Interpretando as praias impróprias para pesca como indignidade
Significado	Saúde	Preservando a vida
		Preservando a saúde
	Sustentabilidade ambiental da comunidade	Preservando a sustentabilidade ambiental

Quadro 3: Dimensão ambiental dos objetos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

c) Dimensão Sociocultural

Objetos de dignidade socioculturais representam possibilidades de construção de

uma vida social e cultural satisfatória dos membros da comunidade. Possuir espaços apropriados e tempo para a vida comum com outras pessoas é um dos significados encontrados para a dignidade. Nessa dimensão, a satisfação das necessidades humanas de interação social foram vistas como um elemento da dignidade da comunidade.

Os dados nos permitiram identificar dois objetos de dignidade sociocultural: as “praças da cidade” e as “praias”. Como citado anteriormente, no espaço geográfico da comunidade há diversas praças que são usadas como ponto de encontro para situações de convívio social dos habitantes da região. Alguns entrevistados alegaram que a escassez de recursos financeiros por parte de diversos membros da comunidade faz com que as praças e as praias sejam opções de baixo ou nenhum custo para que as pessoas satisfaçam suas necessidade de interagir e associar-se uns aos outros. As praças também servem de palco para manifestações culturais da cidade, como grupos de dança, festas de uma igreja, apresentações teatrais e culturas locais tradicionais, como o Congo.

“Interpretando o ambiente social das praças como dignidade”

“Enfim, a gente precisa de lugares para estar junto (...). As praças e as praias são boas por isso. De certa forma, isso nos dá dignidade na vida” (F1).

“As praças são a válvula de escape aqui. É aqui que a turma se reúne conversa, bate papo, namora. É onde a vida social acontece. (...) E isso deixa a vida mais digna” (J2).

“Interpretando a expressão cultural nas praças como dignidade”

“Eu gosto de dançar. Eu acho que Litoral precisa de mais espaços abertos e de graça para as pessoas se conhecerem, expressarem seus talentos. Sem isso, eu acho que a gente perde muita qualidade de vida, dignidade mesmo. Não estou falando de nada caro, não. É dar um espaço para a gente fazer isso aqui, dançar, tem o pessoal do teatro, dos patins (...). De certa forma, isso nos dá dignidade na vida” (T1).

“Tem congada nas praças sempre. Se não for aqui, onde vai ser? A tradição morre. Essa cultura da comunidade, da região, do estado, é uma coisa que honra a comunidade” (P1).

“Na semana passada, teve o Congo aqui. Fizeram uma toada [cantos folclóricos tradicionais de origem indígena que homenageiam santos, a natureza e o amor] aqui na praça. De vez em quando fazem em uma das praias de Litoral. Pergunta se algum teatro abriria as portas para eles. Se abrissem, iam querer cobrar entrada. Então as praças e as praias nos trazem dignidade porque são espaços para a gente se expressar culturalmente” (J2).

De acordo com esses depoimentos, a dignidade também pode ser vista com um significado de convívio social e expressão cultural. As praças situadas no espaço da comunidade cumprem um papel social por serem o espaço onde essas necessidades são satisfeitas.

Os significados de expressão social e cultural também foram identificados no **objeto de dignidade “praia”**. Sob os códigos **“Interpretando ambiente social das praias como dignidade”** e **“Interpretando a expressão cultural nas praias como dignidade”** reunimos os incidentes que sinalizaram nesse sentido.

“Interpretando o ambiente social das praias como dignidade”

“Ter um espaço para estar com as pessoas, isso para mim é dignidade. Eu me encontro com meus amigos aqui na praia, a gente vai correr, bate um papo, chega mais um pessoal, a gente conhece mais gente” (R1).

“Dignidade é o respeito pela vida social. Já morei em lugares em que a gente não tinha onde encontrar as pessoas, só em shopping. Aqui tem a praia, ela dá oportunidade de ter essa vida social mais tranquilamente. É um espaço social” (T1).

“Interpretando a expressão cultural nas praias como dignidade”

“Futebol é cultura, música é cultura. E ter cultura é ter dignidade. Onde isso acontece aqui? É nas praias” (P1).

“Eu participo de um grupo de capoeira. A gente sempre se reúne na praia, ali na Praia da Costa para treinar. É legal, é uma coisa que é importante para a gente ter uma vida melhor, mais honrada. Ter um espaço assim é importante” (J2).

Praias e praças não são elementos fixos com um significado inerente. Não são partes dadas de um mundo com uma essência estável. A função que possuem na comunidade é construída socialmente nos contextos em que estão inseridos. Como disse o EX:

“No Rio, eu via as praças de outro jeito. Era para decorar a cidade. Eu morava ali no Flamengo e sempre vi as praças do aterro como um lugar para decorar. Aliás, só os mendigos e os pombos frequentam aquelas praças, pelo menos no pedacinho do bairro em que eu morava” (R1).

“Eu já morei em Quissamã [nome alterado]. É uma cidade pequenininha. A praia lá é mais para pesca e banho. Não tem muita vida social nas praias não. Aqui não dá para tomar banho, mas o pessoal usa a praia para conversar, se encontrar, confraternizar” (T1).

Como afirmou Mead (1969), as pessoas empregam símbolos para designar o conteúdo do meio em que vivem. Os objetos de dignidade socioculturais “praças” e “praia” possuem, para a comunidade estudada, um significado de convívio social e

expressão cultural, significados esses diferentes dos designados a praças e praias em algumas outras comunidades. O significado de convívio social foi formado a partir dos códigos iniciais “**Valorizando a cultura como meio para a interação social e Valorizando o convívio no espaço público**”. O significado de expressão cultural foi desenvolvido a partir do código inicial “**Valorizando a expressão cultural no espaço público**”.

A quadro 4 resume as observações apresentadas a respeito da dimensão sociocultural dos **objetos de dignidade**.

Categoria - Objetos de dignidade		
Subcategoria - Dimensão Sociocultural		
		Códigos Iniciais
Objetos	Praças	Interpretando o ambiente social das praças como dignidade Interpretando o ambiente cultural das praças como dignidade
	Praias	Interpretando o ambiente social das praias como dignidade Interpretando a expressão cultural nas praias como dignidade
Significado	Convívio Social	Sentindo a necessidade de interagir socialmente Vendo a cultura como meio para a interação Valorizando o convívio no espaço público
	Expressão cultural	Valorizando a expressão cultural no espaço público

Quadro 4: Dimensão sociocultural dos objetos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

d) Dimensão Psicossocial

Os **objetos de dignidade psicossocial** representam o orgulho que os membros da comunidade sentem por serem integrantes dela. Os dados construídos sugerem que a comunidade possui um significado compartilhado da dignidade enquanto orgulho de pertencer a um grupo social com o qual a identificação propicia um aumento na autoestima.

Durante as entrevistas e também nas discussões em redes sociais encontradas na *internet* a respeito da empresa modelo, percebeu-se que as pessoas atribuem ao Monumento Cristão, edifício religioso histórico situado em Litoral, o *status* de representante da identidade da comunidade. Classificamos esse santuário como um

dos **objetos de dignidade sociocultural** da comunidade, uma vez que as pessoas se referiram a ele como fonte de orgulho e dignidade. O código *in-vivo* “**Litoral é o Monumento Cristão**” foi usado para agrupar os incidentes que revelaram esse significado.

Um segundo **objeto de dignidade sociocultural** identificado nos dados é a própria empresa Modelo. Como relatado anteriormente, a comunidade possui um elevado senso de identificação com a Empresa Modelo por se sentir parte de sua construção e em razão do relacionamento que seus fundadores tiveram com a comunidade ao longo dos anos. Foram comuns os relatos de que a projeção nacional e internacional da empresa desperta o sentimento de orgulho de ser capixaba e de Litoral. Tais relatos foram agrupados sob o código *in vivo* “**Litoral é a Modelo**”.

“Não há nada que represente mais Litoral do que a Modelo. A Modelo e o Monumento Cristão. Todo mundo quando vem aqui quer ver isso, porque é o que a gente tem de melhor (...) A gente se sente bem com isso, porque dá mais dignidade para Litoral, a gente se sente melhor. Não é uma cidade qualquer, é uma cidade diferente, que tem o que mostrar” (P1).

“Litoral é o Monumento Cristão. Litoral é a Modelo. E só. O pessoal aqui dá muita importância a isso, eles têm muito orgulho (...). Acho que porque muita gente levantou a empresa, não sei. Por aí fora todo mundo pensa na Modelo e pensa direto em Litoral. Então a gente aparece no mapa. Por isso o pessoal valoriza tanto” (L1).

“A dignidade das pessoas aqui está no nome da Modelo. Aonde você vai, você se sente mais digno, você não é de Não sei o quê do Sul. Você é da cidade industrial, que tem a Modelo. É diferente. Quando eu converso na *internet* com gente fora, todo sabe o que é Litoral, fala da Modelo” (F1).

Percebe-se nesses fragmentos a dignidade com um significado de identificação social e orgulho que despertam autoestima nos membros da comunidade. A Empresa Modelo é colocada em uma posição de representatividade semelhante à do santuário religioso, o que sugere sua importância em termos de constituição do sentimento de pertença dos indivíduos enquanto comunidade. A cidade possui outros monumentos religiosos mais suntuosos que o próprio Monumento, mas a condição histórica na qual ele foi construído o torna único. Ao longo dos anos, o Monumento projetou o nome da cidade e serviu de referência religiosa para a região, que é predominantemente de fé católica (OLIVEIRA, 1975). Da mesma forma, a empresa Modelo não é vista como uma empresa qualquer, pois tem um significado associado à industriabilidade da cidade.

“Por que a Modelo e não outra representa o nosso orgulho da cidade? Por que as outras a gente não ama, não se sente parte. A Modelo é diferente é meio mãezona. O Wilhelm e a família dele sempre foram bem paizões,

sempre cuidaram da gente. Ele era padrinho de casamento de meio mundo aqui” (L1).

“As outras empresas são diferentes para a gente. A Modelo zelava pela cidade, o Wilhelm queria trazer para cá as coisas boas que ele via no mundo. Trazia campo de golfe, organizava corrida, ele queria que a gente fosse mais culto, mais esclarecido” (P1).

Nem mesmo a venda da empresa Modelo para a Mundial parece ter eliminado essa visão da Modelo enquanto um **objeto de dignidade psicossocial** da comunidade.

“As coisas ficaram um pouco diferentes. Depois que veio essa venda aí, eles ficaram diferentes. Os filhos do Wilhelm eram pais para todo mundo aqui. A Mundial é mais profissional, eles vêm, fazem o trabalho e pronto. Mas mesmo assim a marca continua aí fora, e muita gente nem sabe que foi vendida” (J1).

“Continua sim, continua sendo uma referência de orgulho para nós. Nada mudou, a empresa é a mesma, o nome é o mesmo. Todo mundo vai continuar vendo como algo que dá credibilidade para a cidade. Ainda fomos nós que levantamos aquilo lá, não importa quem esteja dirigindo a empresa hoje” (F1).

Desta forma, os significados identificados da dignidade da comunidade em sua dimensão psicossocial são o orgulho da imagem da cidade (códigos iniciais **“Valorizando a imagem que a Modelo projeta para a cidade”** e **“Sentindo-se orgulhoso por haver construído a Modelo”**).

Os significados de dignidade e os objetos de dignidade referentes à dimensão psicossocial são apresentados no quadro a seguir.

Categoria - Objetos de dignidade		
Subcategoria - Dimensão Psicossocial		
Códigos Iniciais		
Objetos	Monumento Cristão Empresa Modelo	"Litoral é o Monumento Cristão" "Litoral é a Modelo"
Significado	Orgulho	Valorizando a imagem que a Modelo projeta para a cidade Sentindo-se orgulhoso por haver construído a Modelo

Quadro 5: Dimensão psicossocial dos objetos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

4.2.1 Propriedades da categoria “Objetos de dignidade”

Identificamos duas propriedades referentes à categoria que aqui analisamos: a **“transdimensionalidade”** e a **“interdependência”** entre as **dimensões de dignidade**.

a) Transdimensionalidade

Os objetos de dignidade podem pertencer a mais de uma dimensão da dignidade da comunidade. Por exemplo, o objeto de dignidade “praias” foi classificado nas dimensões ambiental e sociocultural. Isto ocorre porque um mesmo objeto pode possuir mais de um significado, dependendo do contexto em que é analisado. Os depoimentos das pessoas que verbalizaram as preocupações da comunidade com relação à saúde e aspectos ambientais denotaram o significado de uma dimensão ambiental. Por outro lado, há os que pensaram na praia sob um ponto de vista de ambiente para o convívio social. Isso ocorre porque a associação entre o signo e o significado depende da presença de um organismo vivo que realize a ligação entre ambos. Praias são vistas na comunidade estudada como associadas à sustentabilidade ambiental e convívio social porque as pessoas aprenderam a interpretá-las dessa maneira. Um índio que vive em uma região praiana nunca habitada ou visitada por membros de civilizações industrializadas dificilmente veria a praia com uma conotação sociocultural ou ambiental. Inspirados em Mead (1972), poderíamos dizer que o significado das praias reside nas interpretações humanas convencionadas a respeito delas.

b) Interdependência dimensional

As **dimensões de dignidade** podem ser **interdependentes**. A promoção ou violação da dignidade em uma dimensão pode facilitar a promoção ou violação em outra. Para ilustrar esse princípio, usaremos o seguinte exemplo:

“No dia que as empresas pararem de poluir o ar, a água da praia, não é só uma coisa de (...) melhorar a natureza, mesmo. Tem coisa que é para agora, mesmo. Se polui, não dá para pescar (...), acaba com a renda de quem pescava, não dá para levar a família para entrar na água” (J2).

"Ainda bem que a Mundial não tirou a Modelo daqui. Ainda bem! Se ela tira, diminui o emprego. Sem o emprego aqui, o povo ia acabar indo para outro canto. Vai ficar fazendo o quê aqui? Tem que ir para onde tem o trabalho (...) O povo tem orgulho daqui, mas sem emprego, vai ter orgulho de quê?" (N1).

No primeiro fragmento apresentado, o entrevistado faz uma reflexão que indica uma influência de um problema ambiental no **objeto de dignidade** “praia” na dimensão sociocultural da dignidade da comunidade, na qual a “praia” também foi categorizada

como um **objeto de dignidade**. Assim, percebemos que a propriedade de transdimensionalidade traz implicações de interdependência entre as dimensões. O mesmo ocorre com o símbolo emprego, que foi codificado em apenas uma dimensão – a econômica. Segundo o participante N1, o desrespeito a esse **objeto de dignidade econômica** traria influências negativas para o sentimento de orgulho de pertencer à cidade (dimensão psicossocial).

A figura 7 sintetiza, de maneira mais detalhada, os elementos que constituem essa categoria.

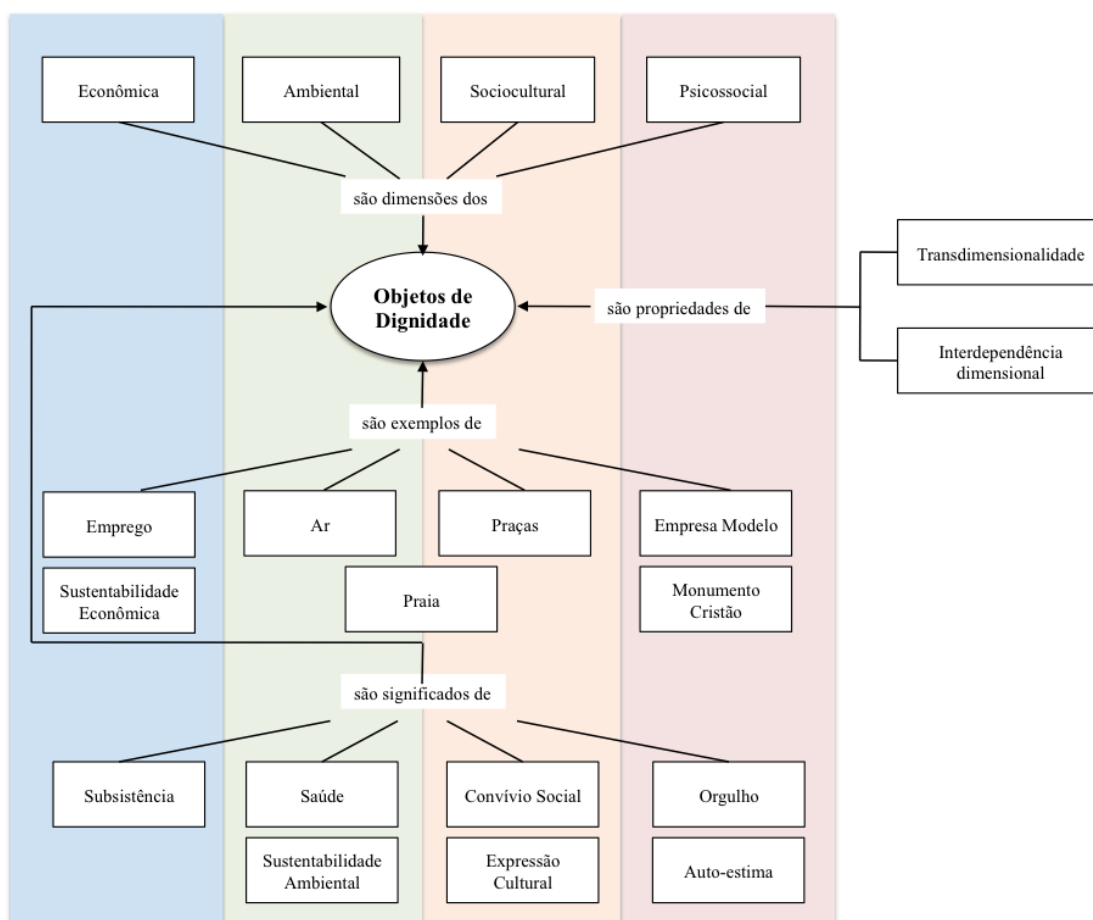


Figura 7: Mapa conceitual da categoria “Objetos de Dignidade”

Fonte: Dados da pesquisa

Finalizamos aqui a apresentação da categoria **“objetos de dignidade”**. À medida que a teoria é apresentada, acrescentamos as subseqüentes categorias ao diagrama teórico que iniciamos a construir por meio da figura 8. Utilizamos quatro cores ao fundo do símbolo da categoria **“Objetos de dignidade”** como uma forma de representar visual e metaforicamente a sua multidimensionalidade.

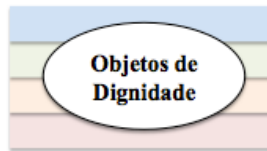


Figura 8: Diagrama da teoria – 1

Fonte: Dados da pesquisa

4.3 Símbolos de (in)dignidade: Compreendendo a ação simbólica frente a objetos de dignidade

Os objetos de dignidade representam, usando a terminologia de Jacobson (2009), a dignidade do *self* da comunidade. O lócus do fenômeno nessa categoria é a comunidade. Entretanto, nosso objetivo de estudo está concentrado no âmbito da relação entre empresas e a comunidade estudada. Apoiando-nos na taxonomia de Jacobson (2009), poderíamos dizer que o fenômeno de interesse deste estudo encontra-se na dignidade relacional entre comunidade e empresas.

Ao centralizar o nosso interesse na interação entre comunidade e empresas, precisávamos compreender as ações simbólicas existentes na relação entre ambos os atores sociais. Quais são os símbolos convencionados como representantes de uma relação digna/indigna entre as empresas e a comunidade? Compreender esses eventuais símbolos nos seria útil, já que o significado de um símbolo significativo não reside na reação do receptor, mas na resposta conjunta entre o emissor do gesto e de quem o recebe (MEAD, 1972). A partir dessa reflexão, começamos a explorar nas entrevistas o entendimento da comunidade a respeito de elementos que pudessem simbolizar uma relação de dignidade ou indignidade. A figura procura exemplificar esse raciocínio por meio de uma ilustração metafórica.

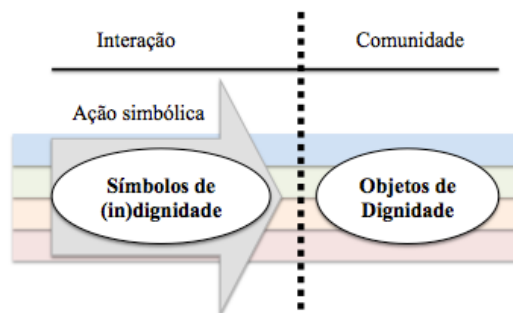


Figura 9: Diagrama da teoria – 2

Fonte: Dados da pesquisa

Com isso, identificamos a categoria **símbolos de (in)dignidade**, que aqui conceituamos como elementos físicos, fatos ou eventos cujo significado é convencionalizado pelos membros da comunidade como representantes da sua honra ou desonra. Objetos de dignidade se referem ao que representa a dignidade da comunidade, enquanto símbolos de (in)dignidade caracterizam sinais convencionalizados pela comunidade para interpretar a (in)dignidade em uma relação com empresas. Nesta pesquisa, sempre que o emprego do termo foi utilizado em um caso em que se aplicam os termos dignidade ou indignidade, usamos o termo “Símbolos de (in)dignidade”. Quando a expressão foi adotada em casos relacionados à ideia de desonra, usamos o termo “símbolos de indignidade”. Já quanto às relações que foram interpretadas como dignas, usamos o termo “símbolos de dignidade” para nos referirmos aos respectivos casos.

Os símbolos de (in)dignidade encontrados foram codificados inicialmente, e os códigos resultantes passaram por um processo de codificação focalizada. Esse processo resultou em quatro categorias de símbolos de (in)dignidade, que refletem a mesma estrutura dimensional encontrada nos objetos de dignidade. Conforme já explicado anteriormente, em um certo momento, buscando avaliar a suficiência teórica dessa categoria, adotamos a estratégia metodológica de entregar uma câmera fotográfica nas mãos de quatro membros da comunidade em momentos e lugares diferentes e pedir-lhes que fotografassem algo que fosse interpretado pela comunidade como sinal de uma relação digna ou indigna com as empresas da região. Em um momento posterior, entrevistamos outras quatro pessoas a quem mostramos as fotografias obtidas e pedimos-lhes que interpretassem aquelas fotos. Eles foram informados a respeito da circunstância em que a foto fora tirada e lhes perguntamos o que achavam que a pessoa que a tirou pensou ao fazê-lo. Com esse procedimento inspirado em Van der Dos et al. (1992), tentamos acessar quais seriam os símbolos compartilhados de dignidade inerentes à interação entre a comunidade e a empresa. Esse procedimento nos levou novamente a identificar a mesma estrutura dimensional encontrada para os objetos de dignidade e, portanto, consideramos a categoria “saturada”.

Apresentamos a seguir os símbolos encontrados organizados nas quatro dimensões já discutidas e algumas evidências empíricas encontradas durante a análise.

a) Dimensão Econômica

Na dimensão econômica, foram identificados dois **símbolos de dignidade**: a própria empresa Modelo e o Polo de Moda da região.

Nada representa melhor a nossa dignidade que olhar para a Modelo e ver ela de pé aí. Tem o nosso suor aí. Eu mesmo já trabalhei muito aí. Quando eu olho para aí, eu vejo o emprego dos meus filhos, netos, de um jeito ou de outro. Mesmo que eles não trabalhem aí, eles acabam ganhando dinheiro com quem trabalha aí. É o caso do Polo de Moda. Isso aí só apareceu muito depois que a Modelo foi se estabelecendo. A empresa ia crescendo e o polo crescia junto” (E1).

Então, para a comunidade, a empresa Modelo e o polo de moda sugerem algo além das suas propriedades físicas. Não são apenas prédios, ruas, lojas, mas o sinal de algo que pode ser apreendido por meio do convívio na comunidade. A associação entre os símbolos (fábrica da empresa Modelo e polo de moda) e seu significado (subsistência econômica da comunidade) é realizada por pessoas que aprenderam, por meio da interação social, a fazer a conexão entre signos e seu significado.

Quando entreguei uma câmera fotográfica a quatro entrevistados (em momentos diferentes) e solicitei-lhes que fotografassem algo que simbolizasse a dignidade da relação entre a comunidade e as empresas, um dos participantes, com quem eu estava em uma praça da cidade, caminhou cerca de 300 metros e se dirigiu à quadra em que se localiza a empresa Modelo e fotografou sua sede. Quando indagado a respeito do porquê de haver fotografado a fábrica, o entrevistado respondeu que:

“A fábrica representa muito. Não sei se você é daqui, mas todo mundo que é daqui sabe. Quem não trabalha aqui conhece alguém que trabalha. Ou então vende alguma coisa para quem trabalha. Então a dignidade do homem é o trabalho. Por isso eu vim fotografar aqui, porque é daqui que sai a vida digna da gente. (...) Isso é a melhor coisa que essa empresa traz” (L1).

Ao entrevistar outros quatro membros da comunidade, todos interpretaram que o **símbolo de dignidade** contido na fotografia tirada pelo participante L1 se referia ao fato de a empresa Modelo ser socialmente construída como uma fonte de subsistência para a comunidade.

“Deve ser por causa do emprego” (T1).

“A dignidade nessa aí está na fábrica, não é? Todo mundo quando pensa em Litoral pensa na modelo, a gente precisa muito dela para poder sustentar nossos filhos. Tudo aqui começou com eles. Eu costume falar que toda criança que nasceu aqui, de um jeito ou de outro, bebeu o leite daí” (E2).

O quadro 6 apresenta os símbolos de dignidade, seus significados e os códigos iniciais que os geraram.

Categoria - Símbolos de (in)dignidade		
Subcategoria - Dimensão Econômica		
Códigos Iniciais		
Símbolos de iIn)dignidade	Polo de Moda	Vendo o polo de moda como dignidade
	Fábrica da Empresa Modelo	Vendo dignidade na fábrica
		Venda a própria Modelo como dignidade

Quadro 6: Dimensão econômica dos símbolos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

b) Dimensão Ambiental

Identificamos três **símbolos de indignidade ambiental**: o “porto no nosso horizonte”, o “pó preto” e a “praia vazia em dia quente”. Esses nomes dados a esses símbolos são códigos *in-vivo* e representam termos recorrentes na comunicação entre membros da comunidade. O desrespeito aos objetos de dignidade ambientais “ar” e “praias” é percebido por meio dos símbolos compartilhados citados.

“Quando a gente vê esse porto no nosso horizonte [a Capixaba possui operações em um porto próximo a uma praia] a gente se sente invadido. É como se aquilo não deixasse a gente esquecer que a gente tem esse pó preto entrando na nossa casa e no nosso nariz direto”. (T1)

“O pó preto [expressão usada de forma recorrente na comunidade para referir-se à poluição emitida pela Capixaba], é a maior prova disso tudo. É a prova de que ninguém aqui está fazendo tempestade em copo d’água. É só olhar para as casas, os carros nas ruas, a sujeira denuncia” (J2).

“Litoral é uma das poucas cidades que têm uma baita praia em que num baita dia de Sol você só vê um ou outro desavisado ou maluco tomando banho na água. De resto, está todo mundo só no calçadão, na areia. A praia sempre fica mais vazia do que o esperado. É a nossa ex-praia. (...) É um relacionamento muito indigno” (R1).

As expressões “porto no nosso horizonte”, o “pó preto” tornaram-se comuns no vocabulário da comunidade no sentido de expressar o sentimento de indignação que as pessoas possuem ao verem a sua dignidade, aqui em um sentido de saúde e sustentabilidade ambiental, sendo violada. Ao verem um porto ao fim do horizonte da praia, as pessoas não veem apenas estruturas físicas e fumaças, mas há também um significado simbólico, pois:

“Parece uma mensagem constante de abuso. É cruel, porque a gente vê os dias em que a fiscalização afrouxa e eles soltam a fumaça até dizer chega. Chega a ser intimidador (...). Simboliza a nossa saúde e essa parte do planeta sendo destruídos” (R1).

A fala a seguir também revela significados implícitos compartilhados a respeito do símbolo “praia vazia em dia quente”. Conforme salienta o entrevistado Q1:

“Quando as pessoas vêm morar aqui, elas aprendem rapidinho que não pode tomar banho na praia só quando você quer. Tem dia que até dá, mas eu não tenho coragem de entrar (...) Mas o pessoal entra. Aí quando você vê o Sol forte e a praia vazia, já sabe que isso é sinal de que o negócio está feio. Pra neguinho não entrar na água, é porque está feio mesmo! E quem vai chegando vai aprendendo a decifrar essas pequenas coisas. Praia vazia em dia quente é porque a poluição está comendo solta” (Q1).

Esse relato mostra como as pessoas que se somam à comunidade aprendem a decifrar os significados que o símbolo de indignidade “praia vazia em dia quente” possui naquele contexto. O significado que uma dia de “praia vazia” em dia de “Sol forte” possui, enquanto símbolo de indignidade, não reside no fato de não haver pessoas no mar em um determinado dia, mas na associação entre esse elemento visível com o significado que a comunidade aprendeu coletivamente a atribuir a ele: o de violação à saúde dos indivíduos e do ambiente.

Além das entrevistas, as fotografias feitas pelos quatro participantes a quem foi dada uma câmera fotográfica para registrar elementos que simbolizassem relações de dignidade ou indignidade com a comunidade também foram úteis para alcançarmos a suficiência teórica da categoria. Dos três símbolos citados na dimensão ambiental, dois aparecem nas fotos: uma das fotografias mostra a praia deserta em um dia de sol e, ao fundo, o porto e as chaminés das usinas exalando poluição. A pessoa que realizou o registro fotográfico interpretou a fotografia da seguinte forma:

“Essa foto mostra bem o que eu acho que é indigno nessa relação. A praia sem ninguém e essa visão, que ninguém merece, do porto soltando a fumaça (...) Ah, é indigno por causa do lado ambiental, porque destrói tudo mesmo, só é bom para eles” (E2).

Diante do mesmo pedido de realização de um registro fotográfico, uma outra pessoa fotografou um carro empoeirado em um ângulo que mostrava claramente o “pó preto” em sua superfície. Para ressaltar a sujeira encontrada, ele, antes de fotografar, passou um dedo no carro, de forma que a fotografia mostrasse o contraste entre a parte suja e a limpa. Esse participante afirmou que sua intenção foi a de:

“Mostrar o que eles fazem com o nosso ar. Não é brincadeira. Está aqui. Isso aqui [apontando para a parte limpa] é que a gente merece. Isso aqui [apontando para a parte suja de pó preto] é o que a gente tem. E não

adianta falar que é sujeira normal, não. Percebe como essa sujeira é mais preta e brilhosa que a normal?” (J2)

Uma outra pessoa fotografou um objeto que, para ela, possuía um significado de indignidade em uma dimensão ambiental. Ela apontou a câmera para o céu e fotografou a lua, que estava com um aspecto amarelado naquele dia. Quando perguntei-lhe o porquê de aquela foto representar para ele a dignidade da relação com as empresas da região, o entrevistado afirmou que:

“Quase ninguém sabe disso, mas sabe por que a lua fica amarela assim? (...) Está bonita, não é? Bonita nada. Ela fica assim porque está com mais fumaça. Nos dias que eles poluem mais, o céu fica todo cheio de fumaça e a lua fica assim. Litoral é um dos poucos lugares que a lua fica amarela, não porque é bonito, só. É por causa da poluição. Eu vi na internet e é isso mesmo” (N1).

Quando entrevistamos outras quatro pessoas mostrando as fotos obtidas, todas elas identificaram nas fotos do carro sujo e do horizonte da praia vazia os significados de dignidade que apresentamos anteriormente. Entretanto, nenhum dos quatro interpretou a foto da lua com o mesmo significado apresentado pelo participante que realizou o registro fotográfico:

“Aqui tem uma relação indigna por causa da poluição [apontando para a foto do carro] e aqui também [apontando para a foto da praia com o porto ao fundo]. Essa aqui eu não sei, não. É por que a lua é o romantismo?” (E2).

“Tem a ver com o pó do preto da Capixaba, porque deixa esse pó em tudo que é lugar (...). É indignidade por causa da saúde, porque faz mal para quem vive aqui e respira isso aí tudo para dentro. A foto do carro e da praia está claro que é da poluição, mas a da lua eu vou ficar te devendo” (O1).

“Essa da lua eu não tenho nem ideia. A do carro é por causa do pó preto que suja tudo. A da praia é por causa do porto e do emprego que ele traz para a cidade? (...) É porque eu olho para o porto e eu penso no emprego, em uma vida mais digna das pessoas que ganham o seu sustento ali” (T1).

Esses relatos permitiram realizar algumas observações de relevância teórica para o entendimento tanto dos **símbolos de indignidade ambiental**, como para as propriedades do conceito **objetos de dignidade**. O fato de ter sido recorrente a interpretação das fotografias do carro sujo e do porto situado no horizonte da praia como denotando um significado de violação da dignidade ambiental sugere que esses sinais sejam compartilhados entre os moradores, o que é um requisito para que sejam entendidos como símbolos para a comunidade. Já a “lua amarela” não foi interpretada pelos quatro entrevistados a quem mostrei o registro fotográfico com a mesma conotação dada pelo participante que o realizou, o que sugere que o significado da

“lua amarela” como sinal de poluição do ar não é compartilhado entre os membros da comunidade. O significado sugerido pelo N1 quando fotografou a lua não reside na lua em si, mas no que ele tinha em mente quando age em direção a ela. As entrevistas subsequentes, em que mostrei as fotos para outros entrevistados, sugerem que a “lua amarela” não remete ao significado de poluição na comunidade. Se os significados para um objeto não são compartilhados, ele não pode ser considerado como um símbolo para aquela coletividade (PEIRCE, 1905).

Um elemento importante nesse fragmento de entrevistas reside no fato de o mesmo símbolo de (in)dignidade (o “porto no nosso horizonte”) ter sido interpretado por duas pessoas com significados diferentes. Esse aspecto nos leva a perceber que propriedade de transdimensionalidade se faz presente também para os símbolos de (in)dignidade. O mesmo símbolo de (in)dignidade pode ter, dependendo das circunstâncias e do julgamento de cada membro da comunidade, significados distintos. Enquanto o T1 interpretou o “porto no nosso horizonte” como símbolo da dignidade econômica da comunidade representar o emprego, os participantes E2 e O1 viram no mesmo objeto um símbolo de indignidade ambiental, que vez que o porto representa para ele o abuso da Capixaba ao realizar sua atividade industrial.

Categoria - Símbolos de (in)dignidade		
Subcategoria - Dimensão Ambiental		
		Códigos Iniciais
Símbolos de (in)dignidade	"Porto no nosso horizonte"	"Porto no nosso horizonte"
	"Pó preto"	"Pó preto"
		Tendo a vida em risco por causa da poluição
	"Praia vazia em dia quente"	Reclamando da sujeira da praia
		"Praia vazia em dia quente"
		"Ex-praia"

Quadro 7: Dimensão ambiental dos símbolos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

c) Dimensão Sociocultural

No âmbito da dimensão sociocultural, identificamos dois **símbolos de dignidade**: “eventos socioculturais não institucionais” e “eventos socioculturais institucionais”. A promoção da dignidade sociocultural da comunidade é manifestada por meio dessas duas classes de eventos.

“É uma honra para mim viver em uma comunidade que tem o seu espaço para resgatar sua cultura, sua tradição. O capixaba despreza muito a cultura daqui, fica muito só no que vem do Rio, Minas, São Paulo. Então aqui nessa praça a gente faz os eventos de Congo, o pessoal fica sabendo das tradições do lugar. Já fizeram semana da moqueca, das panelas que fazem as panelas de barro, tudo feito sem apoio de ninguém, na informalidade mesmo (...). Indiretamente as empresas acabam ajudando, porque essa praça, por exemplo, foram eles que reformaram, não é mesmo? (...) A dignidade está porque a gente resgata a nossa cultura, é a nossa identidade, a gente pode interagir, passa um tempo junto, se conhece” (R1).

“O pessoal sempre se organiza para se divertir nessas praças do bairro, nas praias. Tem os campeonatos de futebol, vôlei, futevôlei, tudo na base do improviso. Aí você acaba conhecendo gente. Nas praças também, tem um que leva o pula-pula, o outro leva a piscina de bolinhas, outro leva uma barraquinha para vender uma cerveja, um churrasquinho. A gente vai se virando e usando esses lugares para se divertir, conhecer gente, ter uma cultura, uma vida mais digna. Acaba rolando um pagodinho e tal (...). Ninguém é de ferro. É uma coisa que a gente faz, é nosso mesmo mas a gente só tem condições de fazer essas estripulias porque tem emprego, então acaba tendo a ver com a empresa” (N1).

Chamamos de “eventos socioculturais não institucionais” as atividades que a comunidade organiza sem o apoio direto de instituições formais. São manifestações rotineiras e voluntárias que simbolizam de forma compartilhada a dignidade em um sentido social e cultural. Os objetos de dignidade sociocultural “praia” e “praças” são espaços de interação nos quais essas atividades se manifestam. Esses eventos simbolizam a dignidade no sentido de necessidade de interagir com pessoas e promover ações culturais. Ao usar esses espaços – que frequentemente sofrem intervenções das empresas da região, como reformas ou limpezas, para praticar esportes, tocar músicas, dançarem, as pessoas da comunidade conseguem criar uma rotina que caracteriza, nas palavras da entrevistada N1, uma “vida mais digna”.

Entretanto, nem sempre os eventos socioculturais promovidos na comunidade são realizados por iniciativa espontânea e informal dos seus habitantes. Há relatos de eventos organizados diretamente por organizações empresariais da região ou pelo governo que, segundo alguns entrevistados, também promovem a dignidade da comunidade. Chamamos esses símbolos de dignidade sociocultural de **“eventos socioculturais institucionais”**.

“O governo de vez em quando faz uns eventos que são legais. Nesse mês agora vai ter o aniversário da cidade, aí eles vão fazer um *show*. Essas empresas daqui patrocinam, dão apoio e tal. Colocam uma banda daqui e depois colocam alguém que vem de fora. É uma festa, não é? O pessoal vai mesmo. Lota. (...) Isso representa mais dignidade para a comunidade porque dá ao pessoal a oportunidade de ver o seu artista da TV sem pagar nada. É só o da passagem. E também não deixa de estar promovendo a cultura daqui, porque eles aproveitam a estrutura e fazem *shows* com

bandas daqui, à tarde, antes da atração da noite” (A1).

“Quando as empresas fazem as ações delas, elas não deixam de estar contribuindo para a comunidade. A Modelo faz uma corrida todo ano. Eles organizam a corrida de rua, incentivam a comunidade a participar. Fizeram um desfile cívico (...), patrocinaram essas coisas assim. A gente conhece gente, bate um papo, sai namoro e isso deixa a vida aqui melhor. O pessoal pede, eles sabem que a gente gosta” (C1).

Instituições formalmente constituídas promovem ou apoiam eventos que propiciam à comunidade vivenciar momentos de convívio social e preservação da cultura local. Assim, os “eventos socioculturais institucionais” também simbolizam a dignidade, pois possuem um significado compartilhado de promoção da dignidade da comunidade.

Dentre as fotos registradas pelos entrevistados que receberam uma câmera fotográfica para registrar símbolos da dignidade da comunidade, uma foi categorizada na dimensão sociocultural. O registro fotográfico feito pelo L1 em uma praça de Litoral registra um grupo de rapazes dançando um estilo de música, chamado *break*. Ao explicar o porquê de haver fotografado aquele grupo de jovens dançando, ele respondeu:

“Esses meninos poderiam estar aí na rua, fazendo um monte de besteira. Mas aqui você tem um lugar arrumadinho, iluminado para eles virem e se expressarem, dançarem. Daqui a 10 anos provavelmente nenhum deles vai estar dançando. Não quer dizer que eles virarão dançarinos, mas é uma ocupação para eles, uma diversão. É a cultura deles. Eles vêm aqui, conversam, riem juntos e vão para casa mais felizes (...). Eu vejo dignidade nisso, é uma coisa boa que a Modelo faz” (L1).

As quatro pessoas que foram questionadas a respeito de qual era o significado de dignidade referente à relação entre as empresas e a comunidade que estava presente na foto dos meninos dançando *break* foram unânimes em se referir à promoção do convívio social e manifestação cultural. Isto sugere que o significado desse “**evento sociocultural não institucional**” realizado no **objeto de dignidade sociocultural** “praça” é compartilhado e que, portanto, esse evento possui caráter simbólico.

Categoria - Símbolos de dignidade		
Subcategoria - Dimensão Sociocultural		
Códigos Iniciais		
Símbolos de dignidade	Eventos socioculturais institucionais	Valorizando os eventos culturais organizados por instituições formais Valorizando os eventos sociais organizados por instituições formais
	Eventos socioculturais não institucionais	Valorizando os eventos culturais não financiados feitos pela comunidade Valorizando os eventos sociais informais feitos pela comunidade

Quadro 8: Dimensão sociocultural dos símbolos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

d) Dimensão Psicossocial

A marca da empresa modelo foi considerada um elemento central para a constituição dos **símbolos de dignidade psicossocial** encontrados. De uma forma ou outra, todos os símbolos que identificamos nessa dimensão se relacionam à marca que caracteriza os produtos da empresa Modelo e a diferencia dos seus concorrentes. Conferimos a esses símbolos os seguintes termos: “produtos da Modelo pelo mundo”, “logo e nome da empresa Modelo” e a “pracinha da Empresa Modelo”. Apresentamos a seguir as falas dos entrevistados que nos levaram a identificar o primeiro desses símbolos.

“Nada me deixa mais orgulhosa como morador de Litoral do que chegar no Nordeste, no Sul e ver já nos aeroportos os produtos que são feitos aqui. Eu não sei, é um patriotismo mesmo. Tenho muito orgulho de ver os produtos da Modelo por aí. O pessoal fala que no exterior também tem, acho que na Argentina. A gente é de uma cidade em um estado pequeno, com pouca representatividade e ver o nosso nome da Modelo pelo país me faz me sentir uma pessoa mais respeitada” (L1).

“Meus familiares quando vêm de Juazeiro para cá, sempre querem levar produtos da modelo. Eu faço questão de mandar para os meninos (...). Tenho orgulho disso!” (F2).

“Quando a Mundial comprou, eu pensei: ‘-*Meu Deus, será que vai desaparecer o nome da Modelo?*’ Felizmente eles não fizeram isso com a gente. Seria muito injusto, porque a gente construiu essa imagem depois de muito trabalho. Eu me sentiria tratado com a nossa dignidade desrespeitada” (N2).

A comercialização dos produtos da Modelo em outros estados do Brasil e no exterior é um fato visto pela comunidade como um símbolo da dignidade da relação com a empresa, em uma dimensão psicossocial. Ao se ver diante da cogitação da descontinuidade da marca Modelo, a participante N2 interpretou essa possibilidade como uma ameaça à dignidade da comunidade. Assim, notamos que a

comercialização dos produtos da Modelo em outros estados do Brasil e no exterior pode ser vista como um símbolo da dignidade da comunidade em um sentido de orgulho.

O nome da marca e o seu logotipo ajudam a entender o exposto no parágrafo anterior. Como explicado anteriormente, o nome usado na marca é uma referência aos trabalhadores de Litoral que serviram de mão de obra para os primeiros anos de atuação da empresa. No logotipo estampado nos produtos da empresa, há uma clara referência à figura desses trabalhadores, fator esse que contribuiu para que a marca se tornasse um símbolo que explica o sentimento de orgulho de comunidade da empresa. Os fragmentos expostos a seguir justificam esse entendimento:

“Uma coisa que eu acho que conta é porque a gente se vê ali. Eu nunca trabalhei lá, mas conheço gente que trabalhou e valoriza até hoje o fato do Wilhelm ter homenageado as primeiras pessoas que trabalharam lá. Aparece no nome, aparece na marca. Isso deixa muita gente satisfeita. A pessoa se vê lá” (R1).

“O nome da empresa já diz tudo. Você passa em frente à fábrica e vê lá o desenho do logotipo da Modelo, com uma referência à comunidade. Isso foi já há muito tempo, mas acontece que não tinha nada aqui. A cidade foi crescendo junto com a empresa e até um pouco por causa da empresa. É símbolo da nossa dedicação, da capacidade da gente de fazer alguma coisa também” (N2).

A escolha da empresa Modelo para a realização desta pesquisa se deu a partir de um artigo de mídia no qual era relatado um episódio em que a empresa, em acordo com o governo local, reformou uma praça pública de acordo com os padrões estéticos de sua marca. Ao redor da praça há uma escola pública, que foi pintada com as cores da marca da empresa Modelo. Os objetos que existiam na praça antiga foi substituídos por bonecos e bancos lúdicos representando produtos da empresa Modelo. Essa praça reformada, que ficou conhecida como a “Pracinha da Modelo”, foi fotografada por um entrevistado quando lhe entreguei uma câmera fotográfica e pedi que registrasse elementos que representassem a dignidade da comunidade. Quando solicitei que explicasse o porquê de haver registrado aquela praça, o participante da pesquisa respondeu que:

“Essa praça é polêmica. Tem quem ame e quem odeie. Mas eu gosto muito dela, porque ela mostra a nossa imagem. É um ponto turístico a mais, assim como já eram a fábrica da Modelo e o Monumento Cristo. Ela simboliza a nossa dignidade porque mostra quem nós somos, o orgulho que temos daqui que nós produzimos” (N2).

As quatro pessoas para quem mostrei essa foto a associaram ao orgulho que a comunidade sente da marca da empresa Modelo. Entretanto, o conteúdo avaliativo das

respostas foi diferente: enquanto três pessoas viram a praça reformada como um símbolo da dignidade da comunidade, uma interpretou que a foto representava um símbolo de indignidade.

“O que eu vejo aí é um novo ponto turístico da cidade, e é claro que isso traz orgulho. É a única cidade do Estado que se dá ao luxo de ter uma praça assim, bonita, agradável, bem decorada. É pequenininha, mas é nossa” (O1).

“Acho que a pessoa que tirou a foto estava pensando no orgulho que a gente tem da Modelo” (J2).

“O pessoal daqui deve ver dignidade nessa praça porque eles se sentem bem, são carentes demais. Qualquer coisa está bom. Para mim, essa foto é uma ofensa. Me faz me sentir idiota. Os caras pegam o prestígio que eles têm, essa fissura que o pessoal daqui que não estuda tem pela Modelo e aí se sentem no direito de fazer isso. Pegar uma praça que é pública e fazer *marketing* em cima. Para mim isso não é digno não, é abusar da paixão das pessoas” (T1).

O quadro 9 reúne os símbolos de (in)dignidade psicossocial e os códigos iniciais que geraram os respectivos símbolos.

Categoria - Símbolos de (in)dignidade		
Subcategoria - Dimensão Psicossocial		
		Códigos Iniciais
Símbolos de (in)dignidade	Produtos da Modelo pelo mundo	"Leva o nosso nome pelo mundo"
	Logo e nome da Empresa Modelo	"Eu me vejo no logotipo e no nome"
	Pracinha da Empresa Modelo	Vendo a reforma da praça como digna Vendo a reforma da praça como indigna

Quadro 9: Dimensão psicossocial dos símbolos de dignidade

Fonte: Dados da pesquisa

Na figura 10, apresentamos esquematicamente as subcategorias que compõem a categoria “Símbolos de (in)dignidade”. Encontram-se no diagrama as quatro dimensões da dignidade – assim como suas propriedades - que já haviam sido apresentadas durante a explicação da categoria “Objetos de dignidade”, os exemplos identificados de símbolos de (in)dignidade e seus significados.

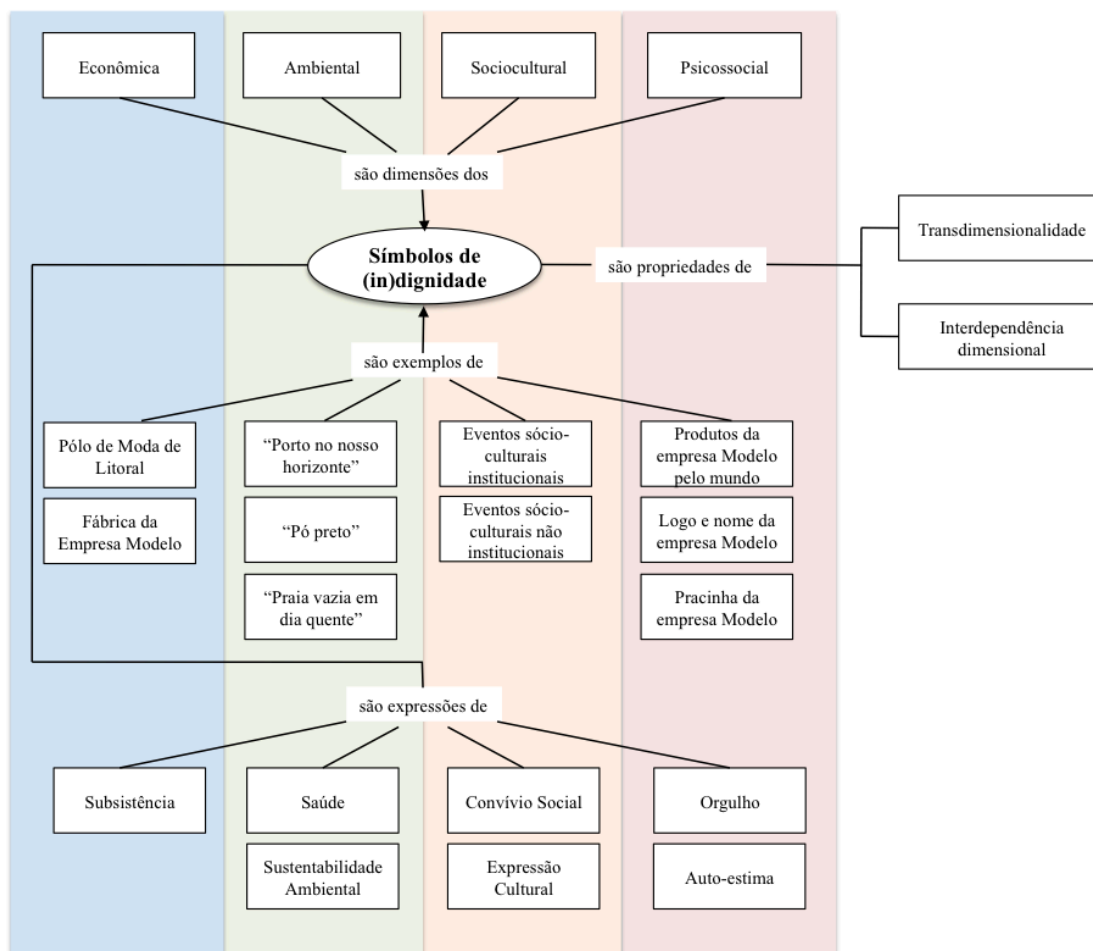


Figura 10: Mapa conceitual da categoria “Símbolos de (in)dignidade”

Fonte: Dados da pesquisa

Na exposição desta categoria, começamos a direcionar a análise da dignidade da comunidade para a interação entre ela e as empresas. Na apresentação da próxima categoria que compõe a teoria, analisamos como a comunidade interpreta as condutas e ações simbólicas das organizações frente a objetos de dignidade.

4.4 Condutas empresariais frente a objetos de dignidade

Objetos de dignidade recebem ação. O “emprego”, a “sustentabilidade econômica” da comunidade, o “ar”, as “praias”, as “praças”, o “Museu Capixaba”, o “Monumento Cristão” e a própria “empresa Modelo” são elementos em direção aos quais os atores sociais podem agir. As empresas que se situam na área geográfica da comunidade podem adotar ações que, de uma maneira ou de outra, venham a afetar os **objetos de dignidade** da comunidade. Quando isso ocorre, porquanto esses objetos possuem

significados associados às diferentes dimensões da dignidade, a comunidade pode interpretar as ações da organização de distintas formas.

Neste tópico, apresentamos a categoria “**Condutas-chave das empresas**”, que representa a interpretação que a comunidade faz a respeito das condutas e ações das empresas ao agirem de forma a afetar os seus objetos de dignidade.

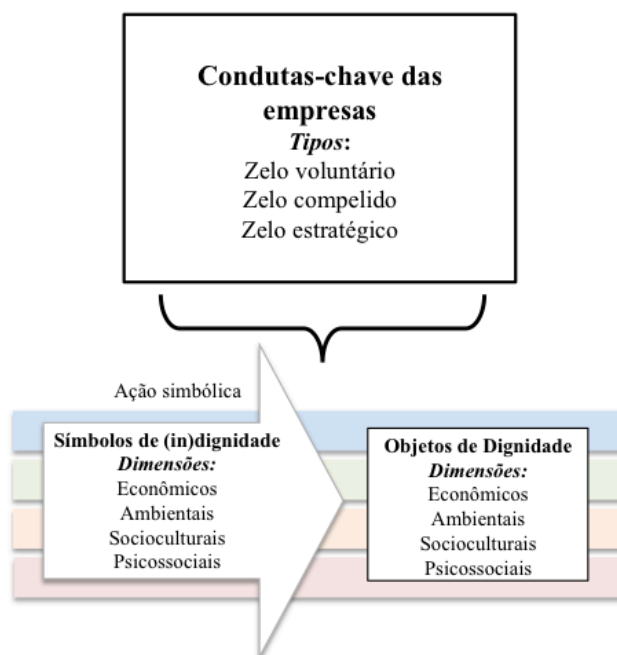


Figura 11: Diagrama da teoria - 3

Fonte: Dados da pesquisa

Adotando uma perspectiva interacionista, não podemos dizer que, ao agirem em direção a esses elementos que representam a dignidade da comunidade, as empresas estão produzindo uma ação “bem” ou “mal intencionada” ou se suas justificativas para ações desse gênero são verdadeiras ou falsas. Uma pesquisa interacionista não deve realizar uma especulação a respeito da verdade ou mentira dos motivos apresentados por atores sociais. No entanto, é coerente, sob um olhar interacionista interessar-se em identificar o vocabulário de gestos usados pelos atores para justificar suas ações ou as interpretações que atores sociais fazem das intenções alheias. Como o motivo é aqui visto não como anterior à ação, mas construído nela (MILLS, 1940; ALBAS; ALBAS, 2003), não nos interessa buscar acessar a “verdade” a respeito dos

motivos das organizações ao agirem em direção a objetos de dignidade. Nosso interesse, contudo, reside nas avaliações que a comunidade faz com relação às condutas das organizações. Nesta categoria, procuramos compreender e conceituar o significado social das palavras usadas pela comunidade para avaliar as condutas e intenções das organizações empresariais em relação aos seus objetos de dignidade.

A partir dos relatos dos entrevistados, foram identificadas algumas condutas-chave das empresas. Essas interpretações permitem entender as interpretações dos membros da comunidade a respeito de como as empresas estudadas lidam com os objetos de dignidade da comunidade.

Chamamos de “condutas-chave das empresas” as interpretações feitas pela comunidade a respeito dos padrões de ações tomadas pelas empresas com relação aos objetos de dignidade. Foram identificados três tipos de condutas-chave, segundo a visão da comunidade: **zelo voluntário**, **zelo compelido** e **zelo estratégico**.

4.4.1 Zelo voluntário

O **zelo voluntário** se refere ao cuidado que as empresas demonstram por iniciativa própria quanto aos objetos de dignidade, conforme percebido e interpretado pela comunidade. Essa interpretação se refere a situações em que a comunidade entende que, mesmo sem que sejam cobradas pelo Estado ou pelos moradores, algumas empresas se voluntariam em ações que aparentam um sentimento de cuidado para com os símbolos de dignidade da comunidade. Quando perguntei a alguns entrevistados como eles viam a forma pela qual as empresas da região lidavam com os objetos de dignidade apontados por eles, as pessoas responderam que:

“A Modelo cuida mesmo de nós. Ela quer o nosso melhor, dentro do que eles podem fazer. Essa reforma da pracinha, por exemplo, ninguém pediu. Eles que foram lá e pediram para reformar” (F1).

“A Modelo salva essa cidade. Se não fosse a Modelo não teria nada aqui. Ela não tem a obrigação de fazer nada, a obrigação é do Governo. Eles fazem as milhas, a corrida, festas na praia, praça porque gostam mesmo da cidade. Todo mundo aqui ama a família da Modelo” (L1).

Nesses casos, os membros da comunidade interpretaram que as organizações empresariais envolvidas apresentaram condutas de cuidado não coagido para com objetos que representam a dignidade da comunidade.

Uma observação importante se refere ao fato de que todos os relatos de incidentes que

foram classificados na subcategoria **zelo voluntário** se referiam a três dimensões dos objetos de dignidade: sociocultural, psicossocial e ambiental. Assim, três subcategorias foram formadas: **zelo sociocultural voluntário**, **zelo psicossocial voluntário** e **zelo ambiental voluntário**.

a) Zelo sociocultural voluntário

Ao se referirem a eventos em que interpretaram existir um cuidado proativo por parte das organizações com relação a suas necessidades de convívio social e expressão cultural, as falas dos entrevistados foram codificadas como **“zelo sociocultural voluntário”**. Apresentamos inicialmente os fragmentos das entrevistas que foram agrupados sob o código **“Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de cultura”**.

“Finalmente a gente tem um espacinho melhor pra fazer as festas do Congo, pra dançar. Isso era pra ser obrigação do governo, mas na falta, eles é que... Já viu!” (S1).

“O que é mais legal dessa corrida que eles organizam é que não é nada obrigatório, não está na lei. Eles fazem um evento bacana para a gente interagir sem ter a obrigação” (A1).

“A corrida que eles fazem todo ano é legal. (...) É uma forma de eles mostrarem que se preocupam com a cidade, com as pessoas que moram aqui. A praia fica cheia, o Monumento Cristão também. Todo mundo acaba se envolvendo, até quem não corre” (L1).

“Ah, tem o Museu da Capixaba. Aquilo lá foi muito legal, é um lugar muito legal para a gente ter um pouco de acesso à cultura. Eles fizeram porque quiseram mesmo, porque eles não ganham nada com aquilo. É uma coisa que eles fizeram, mas nem tinham obrigação” (F1).

Nestes relatos evidencia-se a percepção de que o zelo sociocultural voluntário possui a propriedade de substituir o papel do governo no sentido de prover uma atmosfera propícia para as manifestações culturais. Alguns entrevistados defenderam que as ações empresariais zelosas frente a objetos de dignidade socioculturais deveriam ser desnecessárias, uma vez que o governo deveria supri-las.

Outro código que formou essa categoria foi o **“Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de educação”**. Reunimos sob este código os incidentes que se referiam à percepção de um cuidado dispensado pelas organizações no que tange ao aspecto de formação de crianças, jovens e adultos da comunidade.

“A Modelo pintou a escola aqui do lado recentemente. É isso que eu acho legal. Para uma criança é muito importante, chegar na escola e ver a escola pintada. Essas coisas pequenas fazem a diferença na educação e eu fico feliz de ver isso. A escola tem verba, mas quem pintou? É um zelo bonito que eles têm com a gente” (P1).

“Tem um programa que eles fazem aí, que é o Leitura para Todos [nome fictício]. É muito bonito. Eles doaram mais de mil livros pra comunidade, fizeram uns espaços de leitura. Esse cuidado que eles têm com a cidade é uma coisa que a gente valoriza muito, sempre foi assim” (A1).

Um terceiro código que foi agrupado na categoria zelo sociocultural voluntário recebeu o nome de **“Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de espaços para convívio social”**.

“O governo não faz nem calçada direito. Aí vem eles aqui, fazem essa praça bem melhor, bonita e tudo. (..) O prefeito é que tinha que fazer. Aí eles deixam tudo largado e tem que vir a empresa aqui dar um jeito. Só assim para a gente ter um lugar direitinho para conversar, encontrar os vizinhos. É por isso que valorizo ainda mais, porque eles fazem porque querem o que eles [o governo] deveria fazer com o que a gente dá para eles fazerem” (S1).

Na percepção deste entrevistado, a empresa em questão mostrou uma conduta zelosa ao oferecer um melhor ambiente de convívio social à comunidade.

b) Zelo psicossocial voluntário

Alguns entrevistados que haviam apontado objetos de dignidade psicossociais, como o Monumento Cristão e a Empresa Modelo, quando questionados a respeito de como eles viam a forma pela qual as empresas da região lidavam com os objetos de dignidade apontados por eles, destacaram o fato de a empresa Mundial haver respeitado e preservado a marca Modelo após a aquisição realizada. A já mencionada reforma da praça também foi citada como uma referência para esse caso, que codificamos como **“zelo voluntário psicossocial”**. Identificamos relatos de membros da comunidade destacando a postura empresarial de cuidar da imagem da cidade de maneira proativa, o que chamamos de **“Preservando a imagem da cidade espontaneamente”**:

“A reforma [da praça] foi uma coisa muito legal, foi o cartão de visitas deles. Eles mostraram, não é? Eu quero cuidar! Estou aí! Não vou, não vou cair fora e deixar vocês sem aquilo que vocês fizeram (...) O que é de vocês, vocês gostam tanto, que vai ficar aí (...) Acho que é esse o recado deles” (A1).

Outros entrevistados conferiram ênfase ao cuidado dispensado pelas empresa no sentido de preservar o orgulho que a comunidade sente pela marca da empresa Modelo. Para eles, ao manterem no mercado a marca da Modelo após a sua aquisição, a empresa Mundial estaria sendo zelosa para com a comunidade, uma vez que preservou um aspecto importante da sua identidade. Chamamos esse grupo de incidentes de **“Buscando preservar o orgulho pela marca”**.

“Eu vejo um cuidado deles com a nossa cara. Eles sabem que a gente tem

um orgulho danado de ter levantado isso aí e eles pouparam a gente dessa tristeza [de ver a marca deixar de existir]. É como se fosse isso mesmo. Eles se preocuparam em manter a cara da Modelo, senão a gente ia ficar muito triste” (L1).

c) Zelo ambiental voluntário

Uma terceira forma de zelo voluntário foi identificada em relatos semelhantes ao que apresentamos a seguir:

“Hoje, parte do assoreamento, da limpeza dos canais de Litoral, são bancados pela Capixaba. É um baita investimento. O governo não pode fazer, eles vão lá e cuidam. Assumem a responsabilidade para ajudar a cidade, eles estão ligados nisso, querem ajudar no que o governo não consegue fazer (...). No final das contas, ajuda a cuidar na nossa saúde, porque esses canais passaram anos daquele jeito, era um negócio desumano” (F1).

Este relato, assim como os demais incidentes com significado similar foram codificados sob o termo **“Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de higiene pública”**. Na etapa de codificação focalizada, chamamos esse grupo de incidentes de **zelo ambiental voluntário**, visto que ele se destina a satisfazer as necessidades de saúde da comunidade.

No quadro 10 apresentamos uma síntese dos códigos iniciais que constituem a categoria “Zelo voluntário”, suas subcategorias e os códigos diretamente associados aos dados que os constituíram.

Categoria - Condutas-chave das empresas		
Tipo - Zelo voluntário		
	Códigos Focais	Códigos Iniciais
Zelo voluntário	Zelo sociocultural voluntário	"Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de cultura" "Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de educação" "Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de espaços para convívio social"
	Zelo psicossocial voluntário	"Preservando a imagem da cidade espontaneamente" "Buscando preservar o orgulho pela marca"
	Zelo ambiental voluntário	"Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de higiene pública"

Quadro 10: Condutas-chave das empresas - Zelo voluntário

Fonte: Dados da pesquisa

4.4.2 Zelo Compelido

Uma segunda conduta-chave identificada como interpretação recorrente na comunidade foi a que chamamos de **zelo compelido**, que se refere ao cuidado que as empresas demonstram quanto aos objetos de dignidade e que é percebido e interpretado pela comunidade como sendo de motivação legal ou por pressão social, e não voluntária. Ao serem questionados a respeito de como eles interpretavam o comportamento das empresas da região ao lidar com os objetos de dignidade que eles haviam apontado anteriormente, os entrevistados expressaram percepções que foram agrupadas em quatro subcategorias: **zelo compelido econômico, zelo compelido ambiental, zelo compelido sociocultural e zelo compelido psicossocial**.

a) Zelo psicossocial compelido

Ao manifestarem interpretações a respeito de uma conduta de zelo compelido na relação da empresa com a comunidade, alguns entrevistados enfatizaram o fato de a empresa Modelo ter mantido o uso da marca somente em decorrência de obrigações impostas judicialmente. A estes relatos foi conferido o código inicial **“Mantendo a marca Modelo por imposição legal”**.

“Ah, se não fosse o CADE eles já teriam colocado a plaquinha da Mundial lá na frente. Iam colocar o nome Mundial em tudo. Todo mundo sabe que eles queriam fazer isso. Mas o CADE barrou e eles voltaram atrás. Agora eles falam que não mudaram a marca para valorizar a cidade, a identidade, mas na verdade foi por causa do CADE” (R1).

“Eles ficam com esse papo de que cuidam da cidade, de museu, visita pública, sei lá mais o quê, mas eles só não mudaram a fábrica daqui e acabaram com a marca por causa do processo que abriram. Até agora está no rolo. Senão, [a continuidade da marca Modelo] já tinha ido para a cucuia há muito tempo (...). E isso ia acabar com o orgulho que a gente tem daqui” (T1).

Todavia, nem todas as percepções de **zelo psicossocial compelido** dos entrevistados perpassaram a esfera jurídica. Algumas falas dos entrevistados se referiram à pressão social realizada pelo sindicato na ocasião em que a Mundial buscava inicialmente realizar a compra da Modelo. Empregamos o código inicial **“Sendo pressionado socialmente pelo sindicato a manter a marca Modelo”** para sintetizar esse tipo de incidentes.

“O sindicato mexeu os pauzinhos deles, fazendo as passeatas, mobilizando a população e aí eles acabaram recuando, mas por eles (...) mudariam a marca. Criaram até uma associação de moradores, a “Amigos da Modelo”. Funcionou, não é? Está aí o nome da Modelo até hoje, mas não é porque eles querem. É porque teve pressão” (R1).

“Eles se ferraram. Eles compraram isso aqui para colocar o nome da Mundial mesmo. Mas o sindicato e a comunidade colocaram político, imprensa, chamaram todo mundo para os protestos. Acabou que isso dificultou muito para eles, a pressão ficou muito grande” (I1).

Percebe-se nesses fragmentos uma interpretação de que a pressão exercida pelo sindicato, ao mobilizar pessoas e grupos para se manifestarem contra a extinção da marca Modelo, teria influenciado os desdobramentos da história que levaram à manutenção da marca no mercado. A influência do sindicato dos trabalhadores na criação da associação de moradores “Amigos da Modelo” é um exemplo de como ele pode apoiar a comunidade a pressionar uma empresa em direção aos interesses dos moradores.

b) Zelo sociocultural compelido

A categoria zelo sociocultural compelido foi formada a partir dos incidentes codificados inicialmente sob o termo “**Sendo pressionado pela comunidade a reativar programas socioculturais**”.

“O pessoal reclamou muito quando a Mundial parou de organizar a corrida que eles faziam. Foram lá reclamar, pediram para não parar porque era uma tradição. Eles não queriam, falaram que isso, que aquilo, mas o pessoal que corre todo ano foi lá e pressionou. Deu certo (J1)”.

“Teve um ano que a prefeitura alegou que não ia mais fazer o *show* anual de aniversário da cidade. Na mesma hora foram na Capixaba e pediram apoio. Eles até iam fazer, mas com artistas de segunda linha. Aí a Capixaba entrou no circuito e patrocinou vinda de um cantor aí, mas foi porque o pessoal os colocou contra a parede (G1)”.

Segundo esses relatos, os incidentes relatados representam situações em que as empresas da região adotaram ações de incentivo sociocultural em resposta a manifestações de pressão realizadas pela comunidade.

c) Zelo ambiental compelido

A seguir, apresentamos as interpretações categorizadas como zelo compelido que se referem à dimensão ambiental da dignidade. Conferimos o código “**Sendo obrigado por lei a diminuir a emissão do pó preto**” aos dados que se referiam às ações zelosas da Capixaba quanto à saúde dos membros da comunidade que os entrevistados consideram como adotadas em decorrência de decisões jurídicas.

“Tem um tempo que a prefeitura, o governo processaram a Capixaba por causa da emissão de poluentes deles. Pediram uns 500 milhões de indenização, sei lá. Quando começam esses movimentos eles diminuem a poluição. Mas é porque é obrigado mesmo” (T1).

“Instalaram uma grade, cerca, sei lá, tipo um filtro para poluir menos. (...) Ah, eles só tiveram esse cuidado mesmo porque o governo mandou. Se não é a justiça, não tem limites” (R1).

Na opinião desses entrevistados, caso não houvesse a imposição legal para que a Capixaba adotasse controles para reduzir a emissão do “pó preto” na cidade, o cuidado para reduzir o impacto ambiental das operações industriais da empresa não se faria presente, o que caracteriza uma conduta de **zelo ambiental compelido**.

d) Zelo econômico compelido

Os depoimentos que foram codificados como **zelo econômico compelido** se referiam a ações empresariais interpretadas como zelosas pela comunidade e que eram direcionadas ao objeto de dignidade “emprego”. Para os membros da comunidade que apresentaram relatos alinhados nesse sentido, essas ações empresariais somente ocorreram por motivo de obrigação legal ou por pressão social. Apresentamos os fragmentos que foram classificados sob o código inicial **“Sendo pressionado pela comunidade e sindicato a evitar demissões em massa”**.

“Dizem que o plano era demitir um monte de gente daqui. O lucro deles triplicou uns 5 anos depois da venda. A Modelo não era muito eficiente nos processos internos. Iam dar aquela enxugada. Mas o sindicato e o pessoal não deixaram. Está na justiça, mas não tem mais como eles fazerem o que eles queriam, não” (R1).

“Eles queriam passar o rodo aí. Demitir geral mesmo. O sindicato ficou doído. Entrou com um processo aí e embarreiraram” (I1).

O quadro 11 sintetiza os códigos iniciais que formaram a interpretação de condutas-chave que nomeamos “Zelo compelido”, os códigos focalizados e a categoria mais ampla na qual estes grupos de dados e códigos foram agrupados.

Categoria - Condutas-chave das empresas		
Tipo - Zelo compelido		
	Códigos Focais	Códigos Iniciais
Zelo compelido	Zelo psicossocial compelido	"Mantendo a marca Modelo por imposição legal" "Sendo pressionado socialmente pelo sindicato a manter a marca Modelo"
	Zelo sociocultural compelido	"Sendo pressionado pela comunidade a reativar programas socioculturais"
	Zelo ambiental compelido	"Sendo obrigado por lei a diminuir a emissão do pó preto"
	Zelo econômico compelido	"Sendo pressionado pela comunidade e sindicado a evitar demissões em massa"

Quadro 11: Condutas-chave das empresas - Zelo compelido

Fonte: Dados da pesquisa

4.4.3 Zelo Estratégico

Enquanto agrupávamos os códigos que se referiam às interpretações que os membros da comunidade faziam a respeito das condutas-chave das organizações frente aos objetos de dignidade, identificamos diversos relatos que tratavam de uma forma de zelo que não era entendida como um zelo simplesmente voluntário ou compelido. Nos depoimentos em questão, notamos uma característica que os diferenciam dos demais tipos de zelo apontados anteriormente: nesses casos, a conduta zelosa possui, na visão de membros da comunidade, fins estratégicos.

“Por que você acha que a empresa reformou essa praça? Por que ela sabe que o pessoal quer isso, que o povo valoriza. Ela sabe disso porque todo mundo sabe. Não precisa ser gênio. Agora, ela tem uma intenção. Ela não dá ponto sem nó... Empresa não joga dinheiro no lixo. Eles querem alguma coisa, com certeza... A empresa sabe que o povo aqui adora as praças, que gosta da marca da Modelo, que dá orgulho. Eles ficam posando de bons moços, mas eles estão sempre querendo alguma coisa” (T1).

“É fogo. A justiça mandou a Mundial manter a marca da Modelo e aí, sabe o que eles fazem? Mantêm, é claro, porque não têm outra saída, mas ficam fazendo *marketing* querendo faturar com essa imagem de que está ajudando, preservando a imagem da cidade, de que é uma empresa que cuida” (N2).

Esses trechos de entrevistas mostram uma interpretação a respeito da intenção das organizações por trás de condutas zelosas. Para esses entrevistados, o zelo possui uma função estratégica. De acordo com os fragmentos apresentados, alguns membros da comunidade acreditam que as empresas adotam ações que simbolizam uma conduta

zelosa e esperam, com essas ações, transmitir um significado de “empresa que cuida” (N2), posando, assim, de “bons moços” (T1). Esse ganho de reputação possibilitaria à empresa compensar os gastos destinados a benefícios para a comunidade com a exploração de seus recursos. Para conceituar este tipo de cuidado, interpretado por membros da comunidade como instrumental, usamos o termo “**Zelo estratégico**”, que definimos como o cuidado que as empresa dispensam a objetos de dignidade e que é interpretado pela comunidade como de motivação instrumental. A esse tipo de classificação de conduta os membros da comunidade atrelam as empresas que buscam estrategicamente transmitir uma imagem característica da conduta de zelo voluntário.

a) Zelo estratégico psicossocial

Uma das dimensões nas quais classificamos o **zelo estratégico** é a psicossocial. Um dos entrevistados afirmou que:

“Eles sabem que ninguém fica sabendo se eles poluem ou não. Ninguém sabe. Então, a Capixaba tenta elevar a autoestima da cidade, faz uns jardins e tal em Litoral. Disso o pessoal sente falta. Mas ninguém sabe se eles estão poluindo de madrugada. O pessoal comenta que à noite, que está escuro e não tem fiscalização, eles poluem ainda mais. Gastam um pouquinho com as coisinhas que o pessoal gosta, e aproveita a distração para sentar a mão nos recursos ambientais” (N2).

“A Mundial manteve a marca, ficou com essa imagem de bom samaritano que respeitou a identidade da cidade, mas agora aproveitou isso para cortar um monte de custos na empresa. Os acordos que eles propõem lá hoje em dia são ridículos. O funcionário virou mais um, deixou de ser humano. Mas quando alguém reclama dos benefícios que eles cortaram, eles falam, ficam falando que a gente tem que ser gratos de ter ficado a empresa aqui. É assim: a marca todo mundo vê. Os abusos lá dentro com os empregados, que quase sempre moram em Litoral, ninguém vê” (T1).

Na visão desses entrevistados, as empresas em questão utilizaram o zelo praticado como uma estratégia para “distrair”, aqui interpretado em um sentido semelhante ao de alienar, a comunidade e explorar seus recursos. Reunimos esses fragmentos sob o código “**Produzindo orgulho do visível e explorando o menos visível**”. Nesses casos, as pessoas interpretam que as empresas Mundial e Capixaba buscam satisfazer necessidades psicossociais da comunidade com a intenção de explorar objetos de dignidade menos visíveis e perceptíveis, como, nestes casos, o “ar” (dimensão ambiental) e a “sustentabilidade econômica da região” (dimensão econômica). Para o G1, este tipo de conduta é praticada pelas organizações citadas porque a cidade apresenta vulnerabilidades, como a carência de autoestima. Reunimos os trechos das entrevistas que transmitiam esse significado sob o código inicial “**Usando a carência de orgulho da comunidade para explorá-la**”.

“Essa praça é um caso típico disso. Eles colocam os bonequinhos da empresa como se isso fosse um lugar bacana para nós. É bom para eles! Conseguiram fazer *marketing* sem ter que comprar o terreno. Eles estão distraíndo a comunidade e baixando cada vez mais os benefícios que eles dão para os funcionários. O sindicato está doido com eles. Estão em pé de guerra. Tem gente que vem aqui e tira foto disso para colocar no *orkut* e *facebook*. Absurdo. Eles exploram essa carência. A Modelo é vista quase que bem um time de futebol, mas não é. Em Santos, é assim, a cidade é conhecida muito pelo time de futebol, mas aqui não. É uma empresa como outra qualquer. Será que o pequeno produtor também vai ter direito a fazer *marketing* em espaço público” (G1).

Esse relato associa a relação entre a marca Modelo e a identidade da cidade como uma fragilidade da comunidade. O entrevistado G1 compara o caso de sua comunidade com o do clube de futebol Santos, que, segundo o entrevistado, torna a cidade homônima mais conhecida. Entretanto, o entrevistado vê diferenças entre os casos, argumentando que a Modelo é uma empresa como outra qualquer, e não um clube de futebol. Quando lhe pedi que aprofundasse essa afirmação, ele disse que:

“O time de futebol não tem um dono. É democrático, qualquer torcedor pode se tornar presidente. Aqui não. A Modelo já foi meio nossa. Agora não, é de um monte de estrangeiro que não tem nenhuma identificação com a gente. Mas a comunidade continua dando a eles o direito de ser a sua própria identidade. Assim a gente fica muito vulnerável na mão deles” (G1).

A exploração das vulnerabilidades da comunidade evidenciada nesse fragmento de entrevista também pode ser observada na segunda dimensão que encontramos nesta categoria: o **zelo sociocultural estratégico**.

b) Zelo sociocultural estratégico

Nesse caso, os princípios se repetem: as interpretações expressadas mostram percepções de que a comunidade possui vulnerabilidades em termos de necessidades de convívio social que são exploradas estrategicamente pelas empresas da região.

“É como se eles comprassem o docinho para a criança e em seguida a violentassem. É só para abrir o caminho, manter uma boa imagem de bom moço. Hipocrisia. Uma empresa ganha dinheiro poluindo, explorando sem limites, entendeu? Para fazer isso, tem que dar o pão e o circo. Aí ficam fazendo esses eventozinhos baratinhos. Mas se cuidar da natureza, ninguém está nem aí. Para deixar o povo feliz tem que fazer pracinha. Eles seduzem para estuprar depois” (N1).

“Patrocinam um evento aqui, outro ali. Faz um programa para diversão do idoso aqui, outro ali. Eles [a Capixaba] querem ver a população alienada, burra e sorridente. Aí facilita para eles eliminarem toda a capacidade de organização da capacidade e mandarem ver na exploração” (T1).

Os diversos depoimentos similares que explicitaram a interpretação de que as empresas da região pesquisada realizam ações zelosas para com objetos de dignidade socioculturais foram reunidos sob o código “**Seduzindo para estuprar**”. Em geral,

os depoimentos reunidos sob esse código sugerem a interpretação de que as empresas “seduzem” a comunidade com eventos, reformas, festas que satisfazem sua dignidade sociocultural, com o objetivo instrumental de mantê-la “alienada, burra e sorridente” (T1) e seguirem explorando recursos valiosos da comunidade. Nesta dimensão, também é apontada a carência da comunidade, mas desta vez no que se refere à escassez de eventos e espaços sociais considerados satisfatórios. Usamos o código **“Usando a carência de eventos culturais e espaços de convívio da comunidade para explorá-la”** para agrupar os relatos que se referiam a esse aspecto da vulnerabilidade da comunidade.

“Eles fazem essas coisas porque sabem que a comunidade é carente. A gente não tem o que precisa, o básico, diversão, essas coisas. Aí eles suprem essas carências e ficam à vontade para mandar ver” (G1).

“A Capixaba mesmo é complicada. Ah, eles se instalam nos lugares em que o pessoal é carente, dá uns negocinhos, pracinhas. O povo é idiota mesmo. Aceita qualquer coisa. Se vende fácil” (T1).

Apresentamos a seguir o quadro 12 com um resumo dos códigos que formam a categoria zelo estratégico.

Categoria - Condutas-chave das empresas		
Tipo - Zelo Estratégico		
	Códigos Focais	Códigos Iniciais
Zelo Estratégico	Zelo psicossocial estratégico	Produzindo orgulho com o visível e explorando o invisível Usando a carência de orgulho da comunidade para explorá-la
	Zelo sociocultural estratégico	"Seduzindo para estuprar" Usando a carência de eventos culturais e espaços de convívio da comunidade para explorá-la

Quadro 12: Condutas-chave das empresas - Zelo estratégico

Fonte: Dados da pesquisa

A figura 12 apresenta o mapa final criado a partir do agrupamento das elementos constituintes da categoria **“Interpretação das condutas-chave das empresas”**.

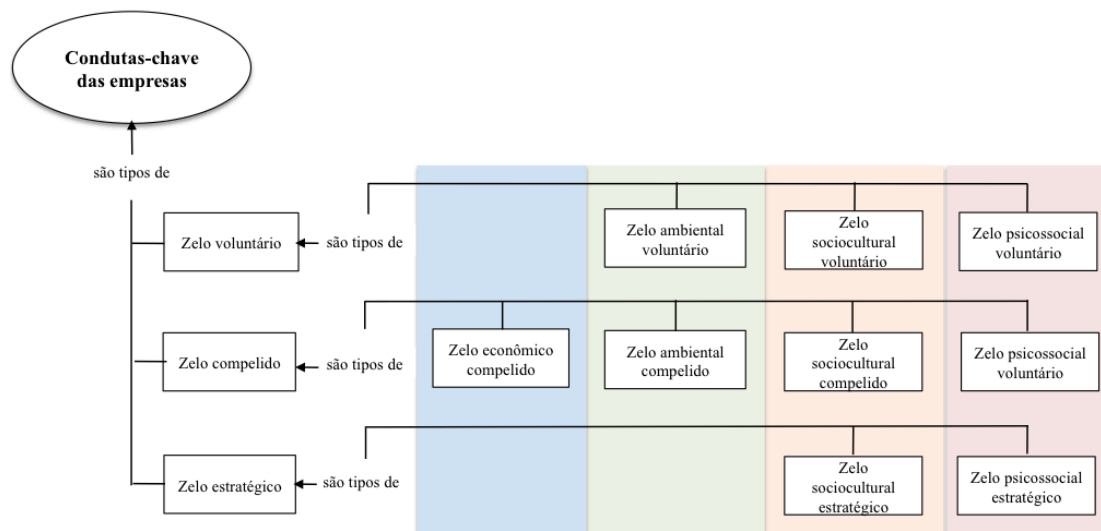


Figura 12: Mapa conceitual da categoria “Condutas-chave das empresas”

Fonte: Dados da pesquisa

Como identificamos na análise da categoria “Condutas-chave das empresas”, os membros da comunidade estudada apresentam diferentes interpretações para as ações simbólicas das organizações frente a objetos de dignidade. Diante dessa análise, o processo de amostragem teórica nos levou a explorar os fatores que contribuem para que indivíduos ou grupos que constituem a comunidade interpretem as ações empresariais de diferentes formas. Foi com esta questão em mente que realizamos novas entrevistas e, após codificá-la e realizar novos processos de idas ao campo até obter a suficiência teórica, construímos a categoria exposta a seguir, a qual chamamos de **“Expectativas quanto à relação”**.

4.5 Conhecendo as expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas

As condutas das organizações não possuem um significado em si mesmas; elas são interpretadas de distintas formas pelos membros da comunidade. Nesta categoria, buscamos responder à seguinte questão: o que antecede as interpretações de zelo voluntário, compelido ou estratégico?

Para buscar compreender esse processo, perguntamos aos entrevistados, usando termos adequados ao linguajar de cada entrevistado, como eles interpretavam as condutas das empresas frente a objetos de dignidade e, com base nas respostas

recebidas, perguntamos o porquê de pensarem dessa forma. As primeiras respostas apontaram para o fato de que as pessoas interpretam as ações simbólicas organizacionais com base nas expectativas que possuem frente a essas ações.

“Eu vejo e agradeço por esse cuidado deles com a gente porque [referindo-se a programas de inclusão social da Capixaba] é isso que eu espero deles mesmo, que eles cuidem da gente” (F2).

“Eu acho que existe essa manipulação, de dar uma coisa para explorar outras. Mas eu olho assim porque eu sou meio crítico mesmo, eu tenho uma expectativa de que a relação seja a de dar e receber” (G1).

Estes fragmentos sugerem que a interpretação da comunidade para as condutas-chave das organizações é um processo social cujo significado para um indivíduo reside na confrontação que os membros da comunidade fazem das condutas empresariais percebidas *vis-à-vis* suas expectativas prévias a respeito dessa relação. Com essa constatação em mente, buscamos explorar nas entrevistas seguintes os diferentes padrões de expectativas que as pessoas revelaram nas entrevistas, o que nos permitiu encontrar quatro tipos: “Inexistente”, “Paternalista”, “Compensatória” e “De confronto”. Nos tópicos seguintes, exploramos cada um desses tipos de expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas e apresentamos as evidências empíricas e os códigos iniciais que os fundamentaram.

Ilustramos na figura 13 a inserção da categoria “Expectativas quanto à relação” no diagrama da teoria que aqui apresentamos.

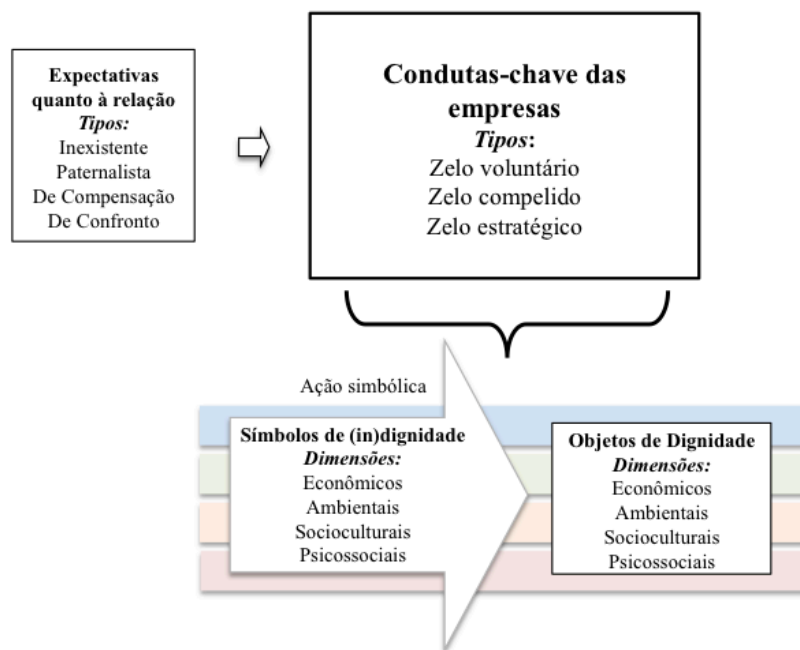


Figura 13: Diagrama da teoria - 4

Fonte: Dados da pesquisa

4.5.1 Expectativa Inexistente

Enquanto conversava com diversas pessoas da comunidade, frequentemente me deparei com indivíduos que afirmavam não conhecer as empresas da região e que, por isso, não souberam interpretar as condutas-chave das organizações nem mesmo dizer que expectativas possuíam em relação a elas. Por diversas vezes, registrei nas notas de campo a percepção de que algumas pessoas da comunidade não enxergavam as empresas como atores sociais com quem a comunidade se relaciona. Seguindo o conselho de Glaser (2009) de usar as notas de campo como fonte de dados para codificação, criei o código **“Ignorando a presença das empresas”** a partir das notas realizadas.

“Nota do pesquisador (30/11/2009): Tenho percebido que em muitos casos, as pessoas não percebem a existência das organizações. Por esta razão, quando me aproximo delas e inicio uma conversa a respeito da relação da comunidade com as empresas da região, o diálogo não evolui. Ao não identificar a presença das empresas, essas pessoas não apresentam expectativas quanto à relação”

“Nota do pesquisador (12/08/2010): Hoje 3 pessoas das cinco de quem me aproximei me disseram frases como “Eu sei que deve ter empresas aí, mas não sei não”. Há pessoas que não percebem as empresas e que por isso não conseguem definir ou refletir sobre o que ocorre na relação com a empresa. Elas não têm expectativas

“Nota do pesquisador (22/12/2010): Uma pessoa me disse: “Eu moro longe do centro, não sei muito dessas partes aqui. Não sei nem o que eu posso esperar deles, acho que não tem nada a ver comigo, eu nem penso neles”. Talvez haja mais de uma comunidade ou subgrupos que percebem a comunidade de forma diferente. Alguns que moram mais longe da comunidade talvez não a sintam tão presente e acabem não desenvolvendo expectativas.

Essas notas indicam que em diferentes momentos contatei pessoas em situações informais que me externaram ignorar a existência das empresas. Essas mesmas pessoas, mesmo não tendo informações a respeito das empresas da região, apresentaram uma atitude de respeito ou gratidão quando foram incentivadas a refletir a respeito da existência das empresas da região, ainda que em tom superficial. Duas das diversas pessoas que encontrei com essas características tiveram suas entrevistas gravadas e transcritas. Elas afirmaram que:

“É, você falando agora, acho que é importante sim, ter essas empresas aí. Elas dão emprego, ajudam a comunidade, não é?” (B1).

“Eu nunca tinha pensado nisso. É bom que tem as empresas, dá serviço para as pessoas, ajuda aí. Tem uma amiga minha que o filho estudou no projeto de uma empresa aí” (D1).

Embora tenham apresentado características de interpretação de conduta-chave do tipo “**zelo voluntário**”, entendemos que essas pessoas somente o tenham feito porque foram incentivadas a refletir sobre o assunto. No entanto, segundo suas palavras, a relação da empresa com a comunidade não é um assunto que lhes desperte a atenção em situações rotineiras.

Durante a pesquisa, identificamos falas de pessoas que conhecem as empresas da região, mas que afirmaram que não se preocupam ou refletem sobre o que elas fazem. Codificamos esses depoimentos como “**Desprezando a relação com as empresas**”.

“Olha, eu sei que tem a Modelo, mas não tem nada a ver comigo. Eu tenho o meu dia aqui, acordo, levo as crianças para a escola, almoço, busco elas, costuro para fora. É assim. (...) O que acontece aí, eu não sei não (...). Nem sei o que eles podem fazer, eu não sei bem o que o senhor que saber” (B1).

“É difícil eu falar porque eu acho que eu não tenho contato com essas empresas. Eu sei que elas existem, estão aí e tudo, conheço gente que trabalha lá, mas não sei. Não penso nela. Não sei bem o que elas podem dar para a comunidade” (D1).

Nesses casos, os entrevistados revelaram ter ciência das empresas da região, chegando inclusive a citar o nome delas. Entretanto, não as percebem como relevantes para a sua vida e não refletem a respeito do que esperar da relação delas com a comunidade. Ao desprezar esse relacionamento ou ao não saber da existência das empresas da região, esses membros da comunidade não mostraram expectativas rotineiras quanto à

relação do grupo de moradores com a empresa.

4.5.2 Expectativa Paternalista

Classificamos como “**Expectativa paternalista**” os depoimentos que revelaram a percepção de uma comunidade desassistida pelo governo e dependente da ação empresarial para que sua dignidade seja promovida. O nome “paternalista” nos pareceu adequado, pois há recorrentes referências às empresas com termos como órfão, padrasto, pai adotivo, mãe e pai. Essas palavras nos remeteram a uma expectativa de receber proteção paternal das empresas da região.

Iniciamos a apresentação desta categoria com o código inicial “**Sentindo-se órfão do governo e carente**”.

“O que a gente vê é que o governo não faz o que tinha que fazer. A gente é carente mesmo. Essas praças, se depender do governo, vão ficar assim para sempre. As empresas são as que, de verdade mesmo, cuidam de Litoral em muitas coisas” (P1).

“O prefeito não faz nada, a gente depende deles [das empresas da região]. A gente paga imposto até dizer chega e não vê nada mudar. É tudo safado. Só dá pilantra” (O1).

“O Brasil é um país bom, a gente gosta, sabe que tem coisa boa, mas... É complicado, ao mesmo tempo. É um país que maltrata. É dinheiro na cueca, a gente não vê o dinheiro voltar. O dinheiro não vira hospital, a gente é meio que órfão mesmo e acaba ficando cheio de necessidades. Aí eles fazem um programa social de educação e a gente percebe que quem cuida da comunidade mesmo é a empresa” (P1).

“Eu espero que a Modelo continue ajudando a gente, porque a gente precisa dela. Litoral precisa, porque o Governo não faz nada. Não tem emprego, não tem educação, não tem empresas novas aparecendo. A gente se agarra nas que tem” (L1).

Analisando esses trechos de entrevistas, percebemos uma autovisão de orfandade, que seria decorrente da inabilidade de um pai chamado “Estado” no sentido de promover a dignidade da comunidade. O Estado, visto como incapaz de cuidar das praças, prover educação e gerar empregos, deixa a comunidade em uma situação vulnerável diante das empresas da região. Esse sentimento de orfandade é compensado com a criação de expectativas de que as empresas da região se comportem como um “padrasto”. Foi o que identificamos no código “**Vendo a Modelo como um padrasto**”, que abrangeu falas como as que seguem:

“O que o governo não dá, alguém tem que dar. Aí vêm essas empresas e nego acaba querendo que eles ajudem um pouquinho a gente. Eles assumem a cidade, é como um padrasto” (S1).

“É tipo a gente esperar um padrasto, alguém que vai fazer o que o governo não faz. (...) A comunidade é cheia de coisas que ela precisa e que ninguém dá para ela. Onde é que está o dinheiro? Está no governo e nas empresas. O governo é aquela sacanagem que a gente já conhece. Aí as empresas podem fazer alguma coisa para a gente, não é?” (F2).

Um padrasto é alguém que se casa com a mãe de alguém. Uma vez que a comunidade se sente órfã, temos aqui elementos metafóricos obtidos nos dados para interpretar um quadro de um Estado – o pai falecido – sendo substituído pela presença do “padrasto” representado pelas empresas da região. Neste caso, o padrasto é visto como um provedor, alguém que assume a mãe e sua prole como de sua responsabilidade.

Em algumas citações, a mesma metáfora foi notada, mas desta vez com a figura de um “pai adotivo”. Seguem alguns fragmentos que foram reunidos sob o código **“Vendo a Modelo como um pai adotivo”**

“Eu espero é que eles adotem a gente. É botar debaixo do braço e abraçar. É pegar a calçada e reformar. É ir na escola e financiar algumas bolsas. É fazer uma corrida para as pessoas que moram aqui. É abraçar a causa mesmo” (O1).

“Que eles assumam a responsabilidade que o governo não faz. Eles têm dinheiro para fazer um pouco também, de cuidar daquilo que a gente precisa. Tem que meio que adotar, assumir. Assumir não, porque isso é o governo, mas dar uma ajuda legal” (P1).

Há, segundo esses relatos, a expectativa pela substituição da ausência do pai pela figura de um pai adotivo que “assuma” a comunidade, que a trate como se fosse realmente sua, algo que o pai Estado se negou ou não foi capaz de fazer.

Um dado que nos chamou a atenção se refere ao fato de que as pessoas cujos relatos mostram uma relação esperada com características paternas se referiam sempre à empresa Modelo ao explicitar tais expectativas. Alguns entrevistados veem na história da Modelo uma relação paterna, especialmente em razão da figura de Wilhelm e pela relação construída com a comunidade ao longo do tempo. Os relatos que apontaram nesta direção foram codificados como **“Reconhecendo um pai no fundador da Modelo”**.

“Minha expectativa é de que eles sigam sendo o que sempre foram. A Capixaba é meio fria, mas a Modelo é mais próxima. Tudo isso é por causa do Wilhelm. Ele era como um pai para a gente mesmo. Daquele do tipo bate e assopra. Ele ia na fábrica, ensinava, capacitava muita gente. E era meio grosso, tipo pai mesmo. Que chama atenção porque ama” (L1).

“O que eu esperaria é que a Modelo, agora com a Mundial, continuasse sendo como era antes. O Wilhelm era um paizão. Tipo, cuidava mesmo. Era padrinho de meio mundo. Conhecia todo mundo pelo nome. Tinha aquele jeito meio bronco, duro e o pessoal gostava. Gostava porque era

porque ele se preocupava. Ele tinha carinho. Dava bronca porque ficava irritado quando via o pessoal com preguiça, relaxado e tal. E não era assim só com funcionário, não. Quando ele ia no bar, ele cobrava isso. Quando ia em um clube, fazia isso. Era dele e era com todo mundo. Ele cobrava que todo mundo fosse mais ativo, esperto. E os filhos deles eram iguaizinhos, a mesma coisa” (F2).

A relação criada historicamente com Wilhelm é interpretada como uma relação entre pai e filhos. Ele era alguém que “conhecia todo mundo pelo nome”, incomodava-se com a preguiça e buscava cobrar “que todo mundo fosse mais ativo, esperto” o que, até certo ponto, se referia não só funcionários, mas também à comunidade como um todo.

Em alguns casos, mostrou-se também a expectativa de uma relação mãe-filho entre a empresa e a comunidade, o que ressalta a postura de parte da comunidade no sentido de ver-se como um filho que necessita de zelo. Conferimos a esses fragmentos o código inicial “**Vendo a modelo como uma “mãe”**”.

“A Capixaba e a Mundial são bem profissionais, mas a Modelo é uma mãe. Então o que eu queria mesmo é que todas elas fossem como a Modelo era” (P1).

“A Modelo é como uma mãezona. A Mundial é diferente, é mais profissional mesmo. Não tem amor, afeto. São só negócios. Só negócios, dinheiro. *Money!* Mas eu acha que todas as empresas tinham que ser como a Modelo” (L1).

4.5.3 Expectativa de Compensação

Um terceiro tipo de expectativa encontrado foi o que denominamos “**Expectativa de compensação**”. Os fragmentos reunidos sob esta categoria retratam uma visão de que as empresas possuem o direito de explorar os recursos da comunidade. No entanto, elas devem compensar essa exploração com ações que satisfaçam as necessidades da comunidade que representam sua dignidade. Não se trata aqui de uma expectativa por ações paternalistas, mas de uma simples relação de troca entre comunidade e empresas.

Uma característica desse tipo de expectativa reside no fato de que ela envolve alguma tolerância a explorações ambientais. A poluição do ar e da praia, por exemplo, são vistos como males necessários para o desenvolvimento da cidade e se tornam adequados sempre que acompanhados de compensações. Chamamos essa expectativa da comunidade quanto ao relacionamento com as empresas de “**Tolerando explorações ambientais em caso de compensação**”.

“Minha expectativa é que eles pelo menos compensem o que eles fazem de ruim. A Modelo deixa esse cheiro insuportável no ar, então, tem que dar algo em troca. A Capixaba, nem se fala! Eles acabam com o ar da cidade, não temos mais praia, mas eu acho que isso é um mal necessário para o desenvolvimento da cidade. Tem que produzir mesmo. Mas tem que ter uma contrapartida” (N2).

“Eu não vejo problema nenhum das empresas poluírem. É claro que eu não gosto, mas não adianta, vão poluir mesmo. Faz parte da vida. Agora, eles têm que dar algo em troca. Tem que investir na cidade, tentar resolver ou pelo menos diminuir os problemas” (G1).

Identificamos dois tipos de recompensas esperadas nesse processo de troca entre comunidade e empresa: econômicas e socioculturais. Chamamos de **“Esperando recompensas econômicas”** aqueles incidentes em que os entrevistados manifestam a expectativa de que as empresas satisfaçam suas necessidades de emprego e geração de renda.

“Eu espero que eles tenham bastante lucro para continuar dando emprego. Só isso. Se tiver isso, o problema ambiental pode existir. Só que tem limites, mas dentro do limite não vejo problema nenhum” (N1).

“Eu não me incomodo com essa poluição, é inevitável. Eles têm é que continuar pagando as pessoas em dia. Esse é o papel deles com a comunidade, fazer com quem o dinheiro circule aqui. É o retorno que eu espero” (T1).

Sob o código **“Esperando recompensas socioculturais”**, agrupamos os fragmentos em que os membros da comunidade manifestaram a expectativa por uma relação de compensação na qual a contrapartida oferecida pelas empresas promove sua dignidade em uma dimensão sociocultural.

“Espero que as empresas compensem tudo o que eles ganham aqui fazendo umas coisas legais pela comunidade. Uns eventos legais, esporte, sei lá. Eles têm que não só retirar coisas daqui, mas têm que dar também. Mas a gente tem que ficar em cima, pedindo” (N2).

“É uma troca, não é? É claro que eles têm toda a barganha. A gente depende muito mais deles do que eles da gente. Mas a gente tem que esperar uma compensação, sim. É um mínimo. Eles sabem disso e acabam atendendo também. Pracinha, um patrocínio aqui, outro ali, um time de futebol de areia e aí a gente vai tendo algum benefício (...). É uma troca mesmo” (G1).

“Eu espero que essas empresas passem a entender que elas têm que devolver para a comunidade um pouco do que a gente fornece a eles. Litoral dá um monte de concessões de impostos, vive promovendo o nome da empresa, inclusive em lugar público. Aquela praça é um exemplo. Nós emprestamos o nosso ar para eles. Na minha casa eu sinto cheio dos produtos deles todos os dias. Eu dei para eles o meu direito de respirar um ar mais puro. Mas eu quero algo em troca” (N2).

A **Expectativa de Compensação** é baseada em uma postura mais crítica da comunidade quanto à relação com as empresas do que com a expectativa paternalista.

Nesse caso, o zelo adotado pela comunidade tende a ser visto como estratégico, ou seja, a comunidade espera e tolera que a empresa explore seus recursos naturais, desde que ela ofereça uma contrapartida instrumental prevista na conduta de zelo estratégico.

4.5.4 Expectativa de Confronto

Alguns entrevistados manifestaram uma visão crítica quanto à atuação das empresas e ao relacionamento delas com a comunidade. Para essas pessoas, a relação aqui discutida é vista como predatória. Esta visão parte do pressuposto de que as empresas buscarão abusar da possibilidade de explorar recursos da comunidade e farão o mínimo possível em termos de compensação. A esta expectativa está associada a ideia de que a relação entre as empresas e a comunidade deve ser pautada por ações de resistência da comunidade. Deste modo, a relação é vista como inevitavelmente caracterizada pelo confronto de interesses e disputas pelos objetivos de cada ator social envolvido.

A visão de uma natureza predatória das empresas é evidenciada em diversos fragmentos, codificados com o termo **“Vendo as empresas como inerentemente abusivas”**.

“Se o cara monta uma empresa, não é para ajudar ninguém. Como ele faz para sobreviver sendo correto? É um monte de mercado prostituído. Se você não entrar no jogo, não sobrevive. Eles sempre vão querer tirar o máximo do cliente, o máximo da comunidade, do funcionário e por aí vai. É pagar o mínimo de imposto, e tirar o máximo da gente. Eu não sou romântico, não dá para esperar outra relação” (Q1).

“Empresa não tem jeito. Não tem coração. Eles querem é ganhar em cima da comunidade. Se eles tiverem que poluir, eles vão poluir, não tem jeito, não” (R1).

Ao ver o mercado como “prostituído”, o membro da comunidade entende que não ser “correto” é uma condição *sine qua non* para a competitividade empresarial. Ele espera que para garantir a sobrevivência da empresa diante de outros gestores e empresas competidoras, as corporações precisam buscar obter os maiores ganhos possíveis nas relações que possuem com seus *stakeholders*. Assim sendo, a conduta empresarial, neste sentido, é inevitavelmente abusiva.

Em vista disso, esses participantes destacam que a relação deve se caracterizar por uma resistência da comunidade a esses abusos. Os incidentes que nos levaram a esse

entendimento foram codificados com o termo **“Percebendo a necessidade de resistir aos abusos”**.

“Não espero nada. São eles defendendo o deles e nós defendendo o nosso. Eles vão sempre tentar retirar o máximo e cabe à gente se defender” (J1).

“Tem que resistir! Unir forças para a gente mostrar para eles que não é assim, não! Se deixar eles montam em cima e isso aqui fica inabitável. Eles estão aí para estuprar mesmo. Eles acham que podem falar o *‘Estou pagando!’*. Fala sério. Eu não concordei em ser prostituta, então não vou colocar nada à venda” (R1).

Da mesma forma como para esses respondentes as empresas possuem uma conduta abusiva, eles acreditam que a comunidade também deve adotar uma reação dialética de resistência diante desses abusos. Ao associar a relação entre empresas e comunidades como uma tentativa de estupro, o participante R1 ressalta o papel do violentado no sentido de oferecer resistência a uma agressão à qual não se deu ao direito de submeter. O depoimento revela a percepção de que as empresas entendem que, pagando, têm o direito de “estuprar”, ou seja, de explorar os recursos da comunidade. Enquanto as pessoas que possuem uma expectativa de compensação encarariam como coerente essa intenção percebida das empresas, os relatos reunidos nesta categoria consideram essa posição como inaceitável uma vez que não se supôs uma negociação. Como disse o entrevistado R1, “eu não concordei em ser prostituta, então não vou colocar nada à venda”.

Se as empresas querem estuprar e o indivíduo não aceita ser estuproado, caracteriza-se uma relação de embate. Codificamos como **“Vendo o confronto como inevitável”** as falas que transmitiram esse significado.

“É isso mesmo, vai ter briga sempre. Nosso papel é ficar de olho e cobrar” (Q1).

“Minha expectativa é de uma queda de braço. Constante. Se não houver essa queda de braço é porque alguém desistiu. E eles é que não vão desistir” (J1).

Ao assumir uma expectativa de embate, o membro da comunidade se vê com um papel de pressionar empresas inerentemente abusivas. Associando essa categoria às interpretações quanto à conduta-chave das organizações, percebe-se que este tipo de expectativa envolve uma visão de que as empresas buscarão praticar o zelo estratégico. A comunidade, por sua vez, deve buscar pressionar as empresas de forma a obter delas uma conduta de zelo compelido em que as recompensas e trocas sejam mais justas.

Sintetizamos no quadro 13 os códigos iniciais e focalizados que compõem a categoria

“Expectativas quanto à relação”.

Categoria - Expectativa quanto à relação	
Códigos Focalizados	Códigos Iniciais
Expectativa Inexistente	Ignorando a presença das empresas Desprezando a relação com as empresas
Expectativa Paternalista	Sentindo-se órfão do governo Vendo a Modelo como um “padrasto” Vendo a Modelo como um “pai adotivo” Reconhecendo um pai no fundador da Modelo Vendo a Modelo como uma “mãe”
Expectativa de Compensação	Tolerando abusos ambientais em caso de compensação Esperando recompensas econômicas Esperando recompensas socioculturais
Expectativa de Confronto	Vendo as empresas como inerentemente abusivas Percebendo a necessidade de resistir aos abusos Vendo o confronto como inevitável

Quadro 13: Expectativas quanto à relação

Fonte: Dados da pesquisa

É importante ressaltar que à medida que as expectativas se deslocam do tipo “Expectativa inexistente” à “Expectativa de combate”, percebe-se um aumento incremental na postura crítica dos membros da comunidade. Essa postura é um aspecto central para a compreensão das interpretações das condutas-chave empresariais frente a objetos de dignidade. Enquanto na interpretação de “zelo voluntário” há pouca reflexão crítica, o zelo compelido representa o outro extremo, já que, nesse caso, zelo é conquistado a partir da pressão que a empresa sofre da comunidade ou em termos legais. Na figura 14, apresentamos o mapa conceitual em que representamos as relações entre os códigos que formam a categoria “Expectativas quanto à relação”.

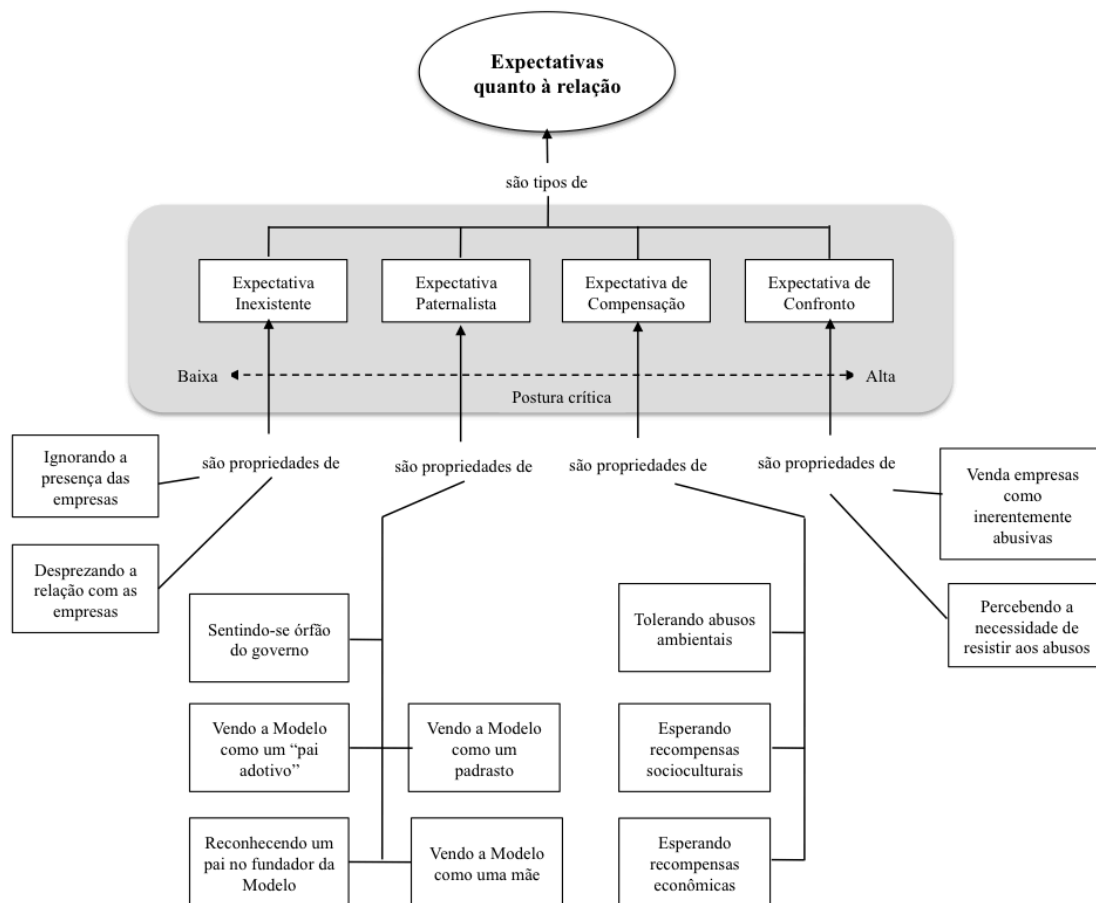


Figura 14: Mapa conceitual da categoria “Expectativas quanto à relação”

Fonte: Dados da pesquisa

Após havermos identificado as expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas, voltamos nossa atenção para possíveis fatores ou condições que podem alterar essas expectativas. Percebemos que o mesmo indivíduo pode possuir diferentes expectativas em relação a distintas empresas. Além disso, em diferentes momentos, uma mesma pessoa pode ter maiores expectativas quanto ao relacionamento com distintas empresas.

Na comunidade estudada, percebemos, por exemplo, que a empresa Modelo foi mais citada que a Capixaba ao discutirmos as expectativas da comunidade em termos de relacionamento com as empresas. O que justifica essa diferenciação? Com essa questão em mente, realizamos novas entrevistas e que nos conduziram à categoria **“Tangibilidade Organizacional”**.

4.6 Tangibilidade Organizacional: entendendo as diferentes expectativas quanto a distintas empresas

Chamamos de **Tangibilidade Organizacional** o conjunto de características que algumas empresas possuem e que as tornam mais frequentemente lembradas pela comunidade. Empresas mais tangíveis saltam mais à mente dos membros da comunidade, o que potencializa as expectativas da comunidade em relação a elas. Assim, pessoas que possuem expectativas paternalistas em relação a determinadas empresas tendem a esperar mais ações paternalistas daquelas que forem mais tangíveis, isto é, que forem mais frequentemente lembradas pela comunidade. Durante a análise, encontramos duas propriedades da tangibilidade organizacional, que chamamos de tangibilidade concreta e abstrata. A figura 15 ilustra a posição dessa categoria ao se somar às outras já apresentadas até o momento no modelo teórico.

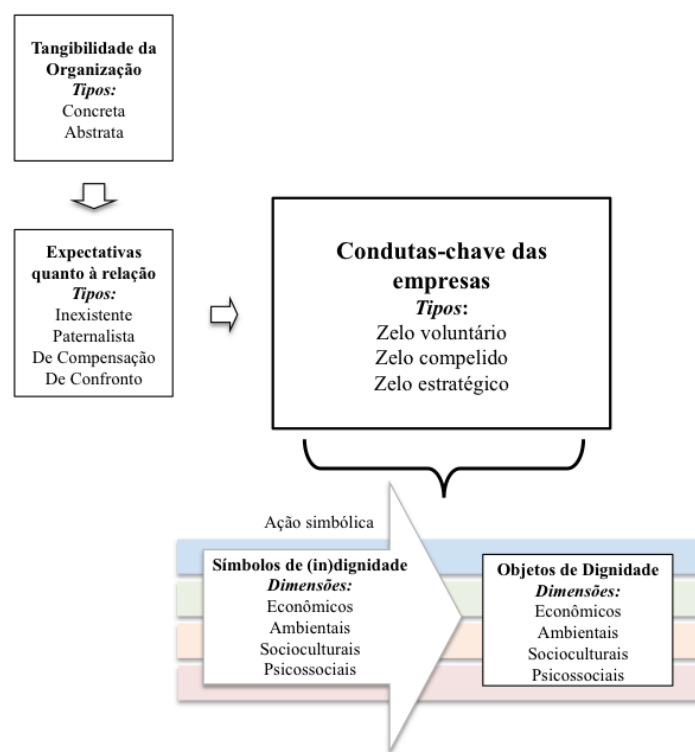


Figura 15: Diagrama da teoria - 5

Fonte: Dados da pesquisa

Diante das distintas ênfases que as pessoas conferiram à Modelo e à Capixaba, buscamos refletir sobre o porquê da ocorrência desse fenômeno. As pessoas que

moram na região de Litoral mais próxima à sede da Modelo citaram primordialmente essa empresa quando perguntadas sobre as expectativas que possuíam em relação às empresas. Por outro lado, as pessoas que moram em locais mais próximos à sede da Capixaba mesclaram relatos de incidentes envolvendo a Modelo e a Capixaba.

Ao perguntarmos por que as pessoas citaram mais frequentemente uma empresa, e não outra, identificamos um critério que colabora para a formação de subgrupos dentro da comunidade: a proximidade que determinado grupo da comunidade possui de certas empresas situadas em seu território. A comunidade estudada possui, em seu território, duas empresas que foram constantemente citadas nas entrevistas. Parte da comunidade vive e frequenta as imediações de uma empresa, enquanto outra parte possui maior contato concreto com a outra empresa. Esta reflexão nos levou à propriedade de **“Tangibilidade Concreta”**.

4.6.1 Tangibilidade Concreta

A **tangibilidade concreta** refere-se à lembrança que uma empresa desperta em uma comunidade decorrente da interação que os moradores da região possuem com a imagem física da empresa. Quando perguntados sobre a razão de terem enfatizado mais uma das empresas em seus depoimentos, os entrevistados forneceram respostas que foram codificadas como **“Vendo a sede da empresa no dia a dia”**.

“Ah, porque a Modelo é a empresa que eu vejo todo dia, acho que acaba ficando mais na minha cabeça. Eu passo de ônibus todo dia ali em frente” (Q1).

“Acho que é porque ela está mais presente na minha vida. Eu sempre passo por ali, vejo a empresa direto. Não sei explicar muito, mas quando alguém fala em empresa, é instintivo, eu me lembro da imagem da Modelo aqui” (R1).

Esses dois moradores de Litoral justificaram o fato de se lembrarem mais constantemente da empresa Modelo, e não da Capixaba, pelo fato de que interagem visualmente mais frequentemente com ela. Por outro lado, diversos moradores que moram em locais mais próximos à Capixaba usaram o mesmo argumento da interação visual constante, para justificar o motivo de lembrarem-se mais constantemente da Capixaba.

“Acho que já fica na minha cabeça porque eu moro aqui, quando venho na praia sempre vejo aquele porto, então a gente acaba se lembrando mais

frequentemente. Aquele porto horrível não me deixa esquecer” (J2).

“Por causa do porto, que eu vejo todo dia, eu acho” (Q1).

Embora se ajuste aos dados, o conceito de **tangibilidade concreta**, por si só, não fornece suficiente compreensão a respeito da questão levantada neste tópico. Como já ressaltado, diversos moradores de lugares próximos à sede da Capixaba citaram eventos relacionados à Modelo durante a entrevista, mesmo afirmando ter maior contato visual com a Capixaba no dia a dia. Atribuímos este fato a um segundo tipo de tangibilidade organizacional encontrada: o de **tangibilidade abstrata**.

4.6.2 Tangibilidade abstrata

A **tangibilidade abstrata** refere-se à lembrança que uma empresa desperta em uma comunidade decorrente da interação que os moradores da região possuem com a marca, da relação afetiva com a empresa e da exposição da empresa na mídia. Neste caso, as características do negócio da empresa em questão, o histórico das interações com a comunidade e a interferência da mídia são elementos que contribuem para que uma empresa seja mais ou menos lembrada pela comunidade.

Reunimos sob o código focalizado **“Lembrança da Marca”** os incidentes que compõem três códigos iniciais. Um deles chama-se **“Consumindo produtos da empresa no dia a dia”**, no qual foram agrupados depoimentos que sugerem que produtos consumidos regularmente no varejo tornam as marcas às quais estão associados mais visíveis e suscetíveis à lembrança.

“Eu consumo os produtos da Modelo sempre (...). Então a Modelo fica grudada na cabeça. Está na sua casa, está em todo canto” (R1).

“Tem a ver com a exposição da Modelo. Toda hora você vê os produtos deles. Aí o nome deles fica mais fácil de lembrar” (N2).

“E tem uma outra coisa: o que diferencia Capixaba e Modelo? Por que o pessoal tem esse afã com a Modelo? A Modelo é produto final, é varejo. A Capixaba é exportação. Você não consome conscientemente o que a Capixaba produz. As pessoas não fazem a relação da cadeia produtiva deles. As pessoas não entendem que vários produtos que a gente compra, são feitos com o fruto do trabalho da Capixaba. Então, as pessoas não fazem essa relação com a empresa, que acaba sendo menos lembrada e menos cobrada” (J1).

Mais uma vez, como na tangibilidade concreta, faz-se presente o papel da interação visual, mas desta vez com as marcas das empresas da região. O fato de ver a marca da empresa Modelo regularmente, por se tratar de uma empresa que vende produtos de consumo regular, faz com que a comunidade se lembre mais dela que do que da Capixaba, que produz *commodities*. Assim, a empresa Modelo é lembrada tanto por

sua sede física como pela interação visual que as pessoas possuem com sua marca. Já a Capixaba interage com a comunidade muito mais em função da sua sede física do que dos seus produtos, uma vez que “as pessoas não fazem essa relação com a empresa, que acaba sendo menos lembrada e menos cobrada” (J1).

A maior interação visual ocorre, no caso da empresa Modelo, não somente com seus produtos, mas em relação a outros tipos de exposição da marca, como *outdoors* e lojas. Os incidentes que sinalizaram nesse sentido foram agrupados como “**Sendo exposto à marca da empresa no dia a dia**”.

“Eu falei da Modelo porque eu sempre vejo o logotipo deles, nas lojas deles (...), a gente vai lembrando. Fica mais recente na cabeça” (R1).

“A Modelo coloca a marca dela nos outdoors, no aeroporto, na pracinha, eles fazem questão de ter esse diálogo da marca com a comunidade. Então, de tanto ver aquele logotipo, a gente acaba lembrando mais” (J1).

Sob o código “**Não se lembrando das empresas com marcas com quem menos interage**” reunimos as citações que mostraram o outro lado da moeda: a dificuldade de lembrar-se de empresas com baixa visibilidade de produtos e marca.

“A Capixaba eu sei que existe, mas nunca vi, não comi, eu só ouço falar. Você nunca fica sabendo deles, fica dias, semanas sem ouvir falar neles. É só no jornal que sai alguma coisa, e geralmente é na parte de economia, que eu não entendo muito. Acho que por isso eu nem me lembrei deles” (E2).

“A Capixaba é muito distante. É quase inalcançável, inexistente. O que eles fazem? Sinceramente eu nem sei. Eu sei que é uma empresa grande, mas a gente não lembra direito” (D1).

Em diversos depoimentos, os entrevistados sugeriram que a história da empresa com a comunidade mostrou-se relevante para a formação da tangibilidade abstrata de uma empresa. Criamos o código focalizado “**Afeto pela Empresa**” a partir do código inicial “**Lembrando mais da empresa com a qual possui maior vínculo emocional**” para agrupar as falas que sustentam essa ideia.

“Acho que nessas horas a gente acaba esperando mais coisas daquela empresa que mais tem a ver com a gente, que a gente tem mais ligação” (N2).

“É tipo pensar que como você conhece aquela empresa e ela já mostrou por A mais B que ela é mais cuidadosa, respeita mais, tem mais carinho, você acaba achando que ela é uma empresa que você pode esperar mais coisas” (P1).

“A história da Modelo e de Litoral se confundem. Fala a palavra ‘*Litoral*’ e a palavra ‘*empresa*’ e pede para alguém falar uma terceira palavra... Todo mundo vai responder ‘*Modelo*’” (R1).

De acordo com esses depoimentos, o fato de a Modelo ter construído uma história de maior cumplicidade com a comunidade que a Capixaba faz com que a empresa seja

mais lembrada.

Outro fator apontado como importante para a constituição da **tangibilidade abstrata** da organização é a exposição que as empresas possuem na imprensa. Assim, chamamos o terceiro e último código focalizado a compor a **tangibilidade abstrata** de “**Exposição da empresa na mídia**”. Esse código focalizado foi formado a partir do código inicial “**Recebendo notícias sobre as empresas na Mídia**”.

“Acho que porque eu acabei citando a empresa que eu vejo mais nos jornais todo dia. Isso vai mantendo a Modelo mais viva na memória, a gente acaba pensando mais neles” (T1).

“Não dá para não pensar na Modelo. O tanto que se falou e ainda se fala deles no jornal. Era todo dia. Deu muito Ibope aqui. Era o assunto do jornal todo dia e sempre tem ainda na parte de economia, as notícias, porque ainda está no CADE, no julgamento” (R1).

Esses fragmentos sugerem que a visibilidade das empresas na mídia também contribuem para que elas sejam mais lembradas. De forma geral, percebe-se que a empresa Modelo, embora mais distante geograficamente de Litoral que a Capixaba, é bastante lembrada pelos moradores dessa cidade. A partir dos dados, entendemos que isso se deve à maior tangibilidade abstrata da empresa Modelo. Esse conceito, aliado ao de tangibilidade concreta, ajudou-nos a compreender melhor o porquê dos relatos de expectativas terem se direcionado mais frequentemente à Modelo que à Capixaba. Apresentamos no quadro 14 os códigos iniciais e focalizados que fundamentaram a construção desta categoria.

Categoria - Tangibilidade organizacional		
Tipo	Códigos Focais	Códigos Iniciais
Tangibilidade concreta	Visibilidade da sede da empresa	Vendo a sede da empresa no dia a dia
Tangibilidade abstrata	Lembrança da Marca	Consumindo produtos da empresa no dia a dia Sendo exposto à marca da empresa no dia a dia Não se lembrando das empresas com marcas com quem menos interage
	Afeto pela empresa	Lembrando mais da empresa com a qual possui maior vínculo emocional
	Exposição da empresa na mídia	Recebendo notícias sobre as empresas na Mídia

Quadro 14: Tangibilidade organizacional

Fonte: Dados da pesquisa

De modo a facilitar o entendimento a respeito do processo pelo qual os códigos iniciais foram agrupados em níveis mais conceituais, apresentamos na figura 16 o mapa dos códigos que compõem a categoria **Tangibilidade organizacional**.

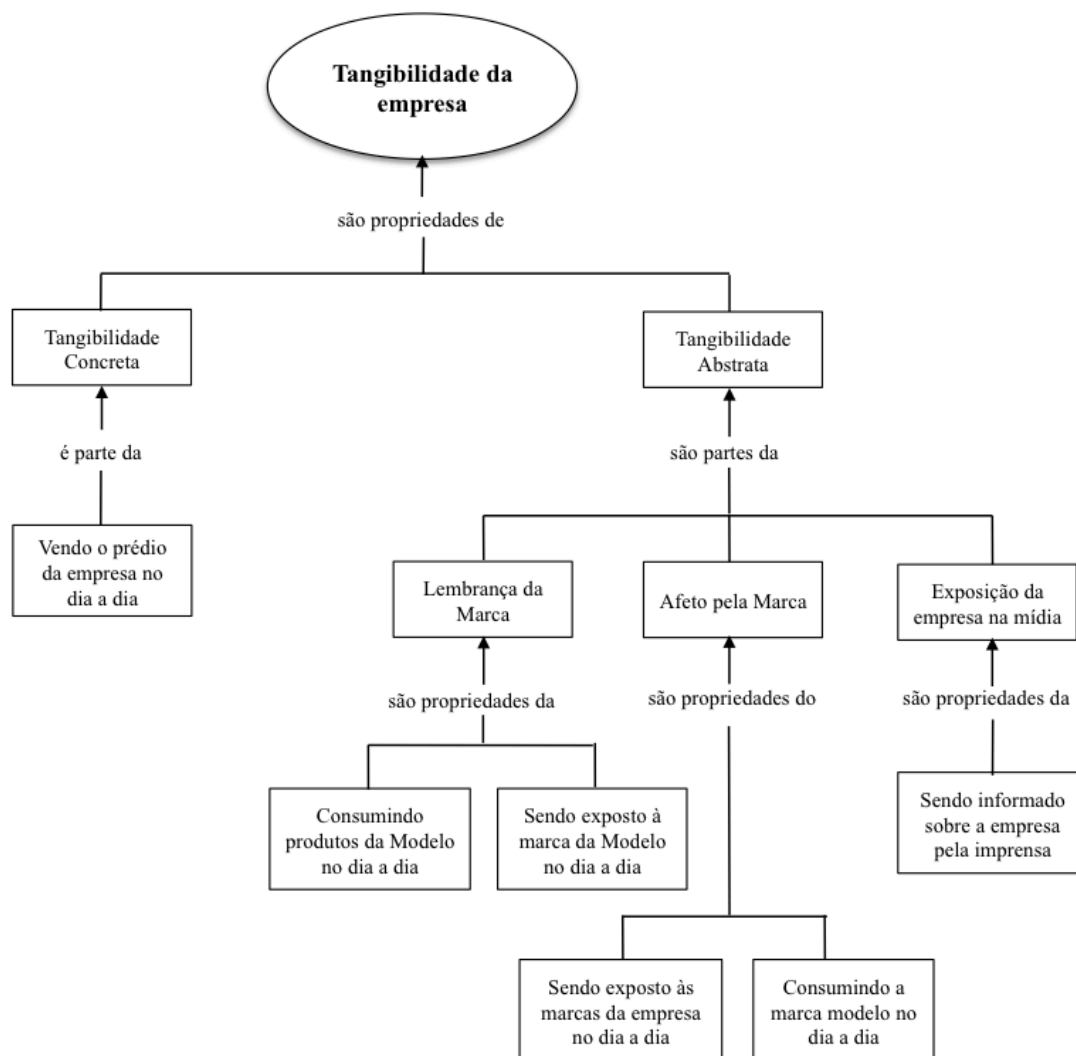


Figura 16: Mapa conceitual da categoria “Tangibilidade Organizacional”

Fonte: Dados da pesquisa

A **tangibilidade organizacional** não foi o único elemento que encontramos que altera as expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas. Encontramos um segundo fenômeno que modifica essas expectativas, mas de uma forma diferente. Enquanto a tangibilidade tende a aumentar as expectativas da comunidade – mantendo-se o tipo de expectativa em questão, um outro fator tende a alterar o tipo de expectativa que as pessoas possuem quanto à relação com as empresas: as situações de ameaça a necessidades que representam a dignidade da comunidade.

4.7 Compreendendo as mudanças nas expectativas da comunidade em situações de ameaça à dignidade

O conceito de **tangibilidade organizacional** nos ajudou a identificar alterações no grau em que as expectativas da comunidade - sejam elas paternalistas, compensatórias ou de confronto - se manifestam. No entanto, uma outra pergunta a respeito das mudanças das expectativas da comunidade ainda nos angustiava: as pessoas mudam suas expectativas ao longo do tempo? Se sim, em que condições essas expectativas são alteradas? Há casos de pessoas com expectativas paternalistas, por exemplo, que passam a esperar uma relação de compensação? Para buscar responder a essas perguntas fizemos indagações como “Você vivenciou alguma situação em que a sua expectativa mudou? Como foi?” e “As pessoas da comunidade mudam de expectativa em relação às empresas da região em algum tipo de situação?”

Os relatos obtidos a partir dessas questões sugerem que esse tipo de alteração nas expectativas ocorre especialmente quando a comunidade vivencia momentos de crise em que determinados objetos de dignidade - nesta comunidade estudada, a saúde, o emprego e a sustentabilidade econômica da região - são colocados em risco. Chamamos essas circunstâncias de “**Situações Críticas**”. Essa categoria foi formada por três códigos iniciais: “**Mudando expectativas ao sentir a saúde ameaçada**”, “**Mudando expectativas ao sentir o emprego ameaçado**” e “**Mudando expectativas ao sentir a sustentabilidade econômica ameaçada**”. A figura 17 ilustra em um diagrama a posição ocupada por esta categoria no modelo teórico que estamos apresentando neste capítulo.

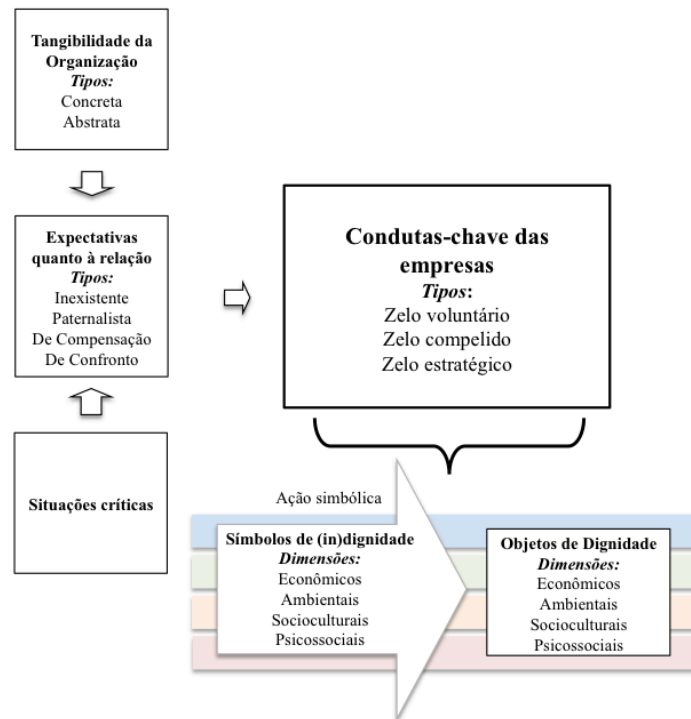


Figura 17: Diagrama da teoria - 6

Fonte: Dados da pesquisa

Sob o código “**Mudando expectativas ao sentir a saúde ameaçada**” agrupamos as citações que se referiam a casos de pessoas que vivenciaram problemas de saúde na sua família ou ficaram sabendo de pessoas que passaram por problemas respiratórios sérios vistos como decorrentes da poluição no ar produzida pela Capixaba.

“Quando o meu filho teve crise respiratória por causa do preto da Capixaba eu fiquei desesperada. Sempre achei normal ter essa poluição. Eu achava que fazia parte. Mas olha, no dia que o meu filho começou a cair de crise respiratória, eu não aguentei. Hoje eu senti na pele. Quando o meu filho caiu doente, não tem mãe que não mude. Eu acho inadmissível o que eles fazem hoje. Porque afeta mesmo. Se bem que eu ficava quieta até o meu filho começar a passar mal. Eu achava que fazer uns programas sociais era suficiente para compensar essa sujeira que eles jogam no ar, mas acho que tem coisas que não dá para compensar. O que eu vou trocar pela vida do meu filho? Uma escolinha? Um parquinho? Nada, de jeito nenhum” (R1).

“Conheço gente que passou a fazer contato com a Capixaba depois que teve problema de respiração. Tem um monte de casos aqui já. Lá no trabalho tem três pessoas assim. Parece que a gente tem que sentir na pele para acreditar que o negócio faz mal. (...) Quando afetou a saúde, o pessoal passou a ser mais exigente, cobrar mais, levar para a justiça. O povo nem esquentou, mas ela passa a incomodar quando te prejudica” (J2).

De acordo com esses relatos, a ameaça à dignidade, aqui representada pelo significado de saúde física, levou as pessoas a alterarem as suas expectativas quanto ao relacionamento com as empresas. No caso da moradora R1, ao ver a saúde do seu

filho afetada, a entrevistada passou a considerar “inadmissível” a postura da Capixaba de emitir o pó preto no ar nos níveis praticados. Segundo ela, a comunidade precisa combater essa postura organizacional. Percebe-se aqui uma mudança de uma expectativa de compensação para uma expectativa de confronto. Com isso, a entrevistada, que aceitava como natural a postura de zelo estratégico, passou a acreditar que a comunidade precisa pressionar a organização para obter da Capixaba uma postura de zelo ambiental compelido. A declaração do J2 sugere que o mesmo processo acontece amiúde na comunidade: pessoas acreditam ter vivenciado problemas de saúde em razão de abusos ambientais da Capixaba e, após essa situação de ameaça à dignidade, o entrevistado afirma que os envolvidos passaram a ser “mais exigentes, cobrar mais, levar para a justiça”. Para ele, a mudança de expectativa diante das ameaças à dignidade relatadas ocorre principalmente com as pessoas envolvidas no problema, e não com a comunidade como um todo.

Um grupo de participantes da pesquisa relatou ter percebido alterações nas expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas da região quando eles perceberam que o emprego de diversos funcionários da Modelo seria ameaçado caso ela fosse vendida para a Mundial. Codificamos esses depoimentos usando o termo **“Mudando expectativas ao sentir o emprego ameaçado”**.

“Eu via essa empresa com uma mãe para a gente. Achava que ela tinha que cuidar da cidade, ajudar a cidade a se desenvolver dando emprego. Na época que a Mundial comprou, eu comecei a perceber que não dava para esperar de braço cruzado, tinha que tocar um rebu. Se desse mole eles iam demitir meio mundo aqui. Tem que fazer barulho, senão eles se acomodam muito e acham que podem fazer qualquer coisa. Nunca me imaginei em passeata, coisa assim, mas eu fiz” (Q1).

“Quem é funcionário, quando ameaçaram demitir todo mundo, ficou doido! Minha prima, o esposo dela era de lá. Falou em demitir, ele ficou uma arara. (...) Ele vivia dizendo que a empresa era maravilhosa,, que era um pai para Litoral, isso, aquilo. Mas depois disso, o cara só reclamava. Fez um blog, falava com um monte de gente sobre o que a Modelo ia fazer com Litoral se ela decidisse sair daqui. Depois voltou a elogiar de novo” (J2).

Os depoimentos apresentados sugerem que situações de ameaça ao objeto de dignidade “emprego” também levaram membros da comunidade a alterar suas expectativas quanto à relação com as empresas. A expectativa paternalista, no caso do fragmento destacado da entrevista do participante Q1, deu lugar a uma expectativa de confronto quando o emprego foi colocado em risco. Ambos os depoimentos sugerem que, após a situação de risco ter sido percebida como resolvida, as expectativas retornaram ao estado anterior, menos crítico.

Entretanto, os dados sugerem que nem sempre as **situações de ameaça à dignidade** despertam na comunidade expectativas mais críticas quanto à relação com as empresas da região. Os seguintes trechos de entrevistas, codificados inicialmente como **“Mudando expectativas ao sentir a sustentabilidade econômica ameaçada”** ilustram essa ideia.

“O pessoal que fica cobrando um monte de coisas da empresa, que tem que isso, que tem que aquilo, faz a praça, está ruim, tudo está ruim. Toca no bolso deles para você ver. Eles abrem mão de tudo se for para molhar o bolsinho deles. Não tem jeito: não tem quem não se venda se for para ficar com o bolso cheio. Tenho um amigo que tem comércio aqui na rua atrás mesmo que vivia falando que não pode nada, que a empresa não pode poluir, tal e tal. Aí falaram em tirar a fábrica e o que aconteceu? Ele começou a falar que pode poluir, dar praça, o importante é manter a empresa aí para não acabar com a cidade“ (T1).

“O povo fica reclamando da Capixaba. Vai ver quanto dos impostos do Espírito Santo vem da Capixaba! Os caras fazem o que querem. O que é melhor? Respirar esse pó e ter dinheiro para ir pro médico, ou respirar ar puro, mas sem ter o que comer? Se pressionar o pessoal e mandar escolher, eles falam a realidade. Porque a verdade é essa: sem essas empresas, não roda dinheiro aqui, principalmente a Capixaba. É fácil dar opinião quando está tudo bem. No sufoco é que você vê como a pessoa pensa. Não viu a Modelo? Só foi falar em sair daqui, todo mundo parou de ficar reclamando. É ruim com eles e pior sem eles” (N1).

Percebe-se que, nesses casos, pessoas com expectativa de confronto passaram a ter uma expectativa compensatória ao perceberem a sustentabilidade econômica da região em risco. Segundo esses relatos, algumas pessoas que eram críticas e que cobravam “um monte de coisas da empresa” (T1) – referindo-se aqui à Modelo – passaram a aceitar que ela poluísse o ambiente ou que recebesse o direito de usar o espaço público das praças para objetivos privados. Nesse caso, a situação de ameaça à dignidade provocou uma reação de concessão em alguns membros da comunidade. Eles passaram a ter uma expectativa de compensação e a tolerar o zelo estratégico.

O relato do morador N1 mostra uma evidência semelhante, em que o participante evidencia a sua percepção de vulnerabilidade econômica da comunidade em relação à Capixaba. Por reconhecer a dependência econômica que a comunidade possui dos impostos pagos por esta empresa, ele acredita que alguns moradores da comunidade, se expostos a uma situação de ameaça à sua dignidade econômica, seriam capazes de aceitar a poluição, desde que compensada pela preservação da sustentabilidade econômica da região.

O quadro 15 resume os códigos iniciais e focalizados a partir dos quais foi criada a categoria “Situações Críticas”.

Categoria - Situações Críticas
Códigos Iniciais
"Mudando expectativas ao sentir a saúde ameaçada"
"Mudando expectativas ao sentir o emprego ameaçado"
"Mudando expectativas ao sentir a sustentabilidade econômica ameaçada"
"Alterando as expectativas em situações de crise"

Quadro 15: Situações críticas

Fonte: Dados da pesquisa

Apresentamos na figura 18 um diagrama que sintetiza as características da categoria “Situações críticas”.

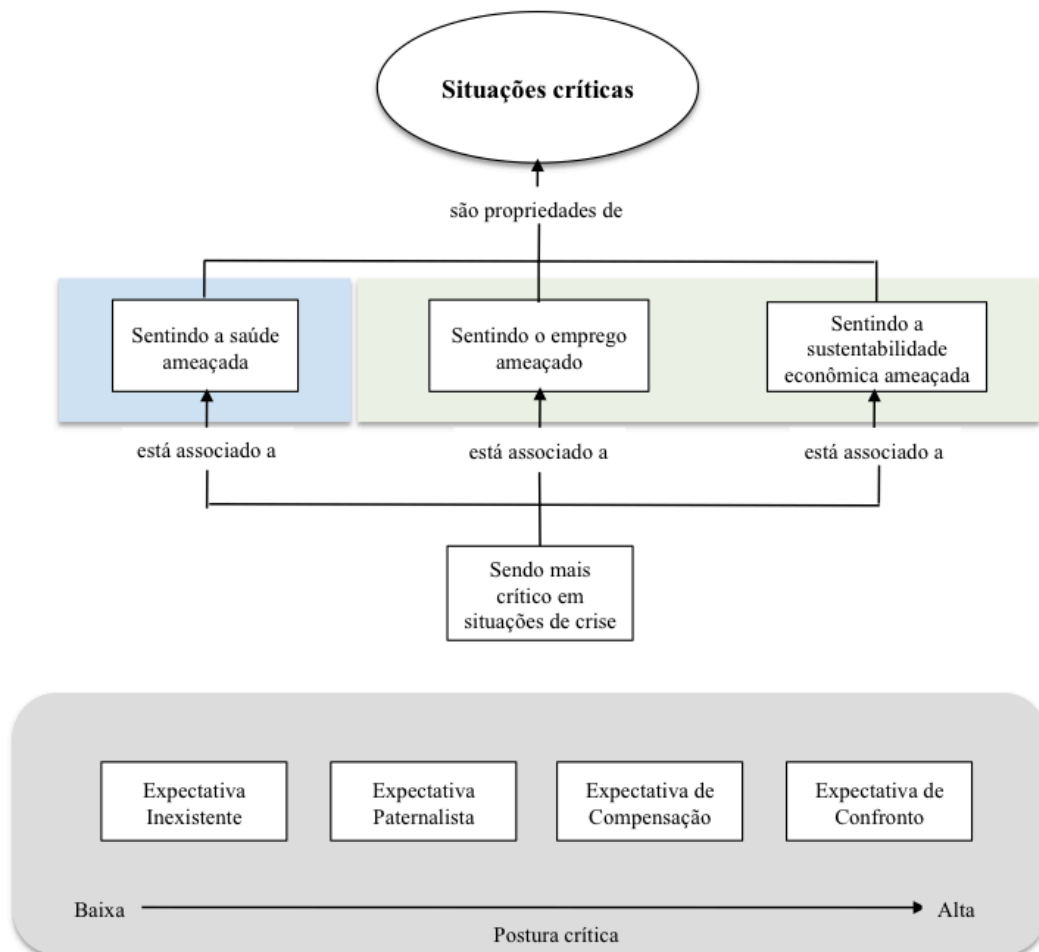


Figura 18: Mapa conceitual da categoria “Situações críticas”

Fonte: Dados da pesquisa

Nessa figura ilustramos a ideia de que situações de ameaça à dignidade, como problemas de saúde, perda de emprego ou ameaça à sustentabilidade econômica da região, podem alterar as expectativas das pessoas quanto à relação com as empresas, tornando-as mais ou menos críticas.

Até este ponto da apresentação da teoria, expusemos o conceito de objetos de dignidade, símbolos de (in)dignidade e apresentamos a categoria central, que se refere às condutas-chave das empresas frente aos objetos de dignidade. Em seguida, analisamos os antecedentes dessa categoria central, apresentando as expectativas da comunidade quanto à relação com as empresas. Mostramos também como essas expectativas se alteram. Elas tendem a se acentuar diante de empresas mais tangíveis e podem ser alteradas em termos de tipo quando as pessoas enfrentam situações de ameaça à sua dignidade. O próximo passo na exposição da teoria consiste em apresentar as consequências da categoria central. Diante das condutas empresariais de zelo voluntário, zelo compelido ou zelo estratégico, como a comunidade avalia o relacionamento e se manifesta em reação a ele? Essas são perguntas a que procuramos responder nas duas próximas categorias que apresentaremos. Iniciamos buscando compreender como as pessoas da comunidade se posicionam avaliativamente diante das condutas-chave percebidas.

4.8 Compreendendo como os membros da comunidade avaliam as condutas-chave das empresas

Como os membros da comunidade se posicionam em relação às condutas-chave das empresas? Durante as entrevistas percebemos que as condutas-chave ajudam a entender a definição da comunidade a respeito dos princípios orientadores da relação com as empresas, mas não analisam como a comunidade se posiciona diante dessa relação.

Assim, perguntamos aos participantes como eles julgavam a relação com as empresas. As respostas e os códigos resultantes se organizam em dois eixos. Primeiro, o parecer dos membros da comunidade quanto às condutas e ações empresariais, sendo esse eixo composto por três dimensões: aprovação/reprovação, benefício/prejuízo e intenção altruísta/hipócrita. No segundo eixo, identificamos a perspectiva temporal

das avaliações, as quais podem ser pontuais – julgamento de ações específicas - ou referentes a estados generalizados – avaliação da conduta recorrente da empresa.

Apresentamos na figura 19 uma ilustração que mostra como a categoria aqui apresentada se soma às já expostas nesta seção.

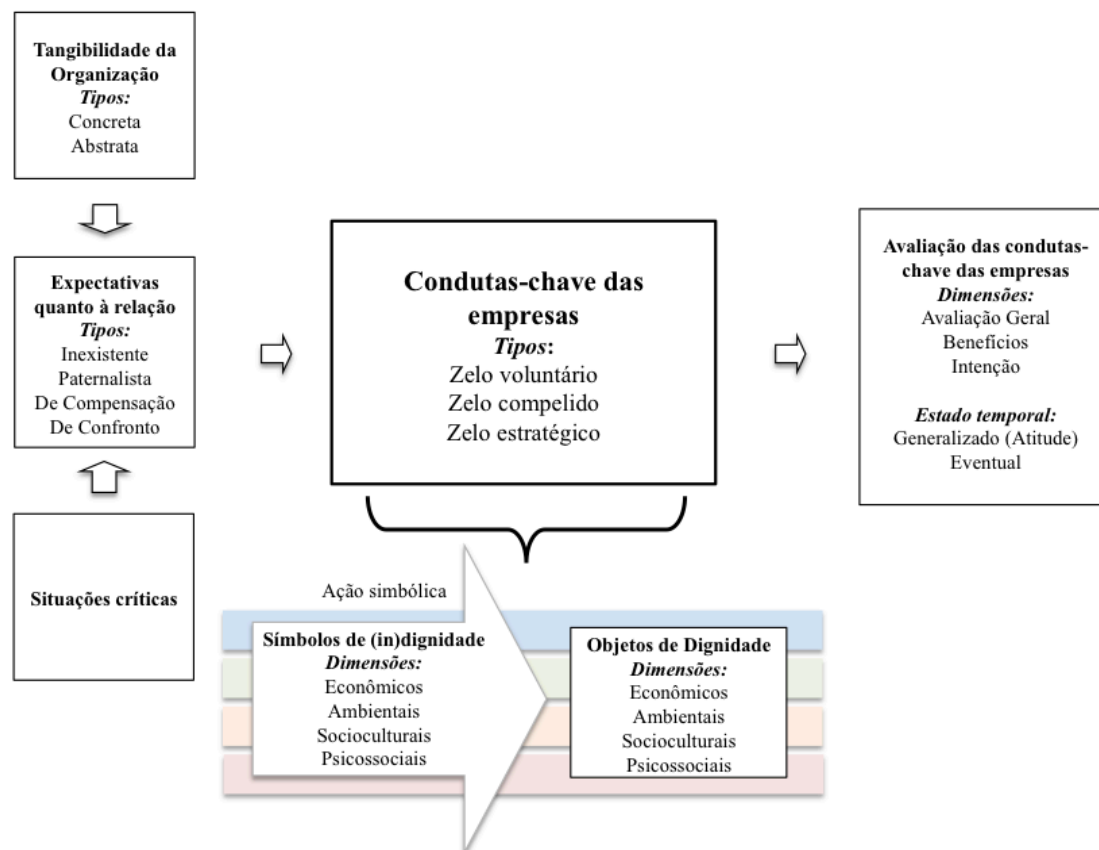


Figura 19: Diagrama da teoria - 7

Fonte: Dados da pesquisa

Iniciamos a apresentação da categoria apresentando o primeiro eixo de análise, que se refere a como as pessoas julgam as condutas e ações das empresas.

4.8.1 Dimensões da avaliação das condutas

Como ressaltado anteriormente neste tópico, apresentamos três dimensões identificadas como constituintes dos julgamentos que a comunidade realiza a respeito da relação com as empresas: aprovação/reprovação, benefício/prejuízo e intenção altruísta/hipócrita. Após a apresentação da constituição dessas categorias, mostramos os tipos de julgamentos feitos pela comunidade que podem ser caracterizados como combinações dessas três dimensões.

a) **Aprovação/Reprovação**

Algumas pessoas mostraram-se de acordo com determinadas ações das empresas. Usamos o código **“Aprovando uma ação da empresa”** para agrupar incidentes que revelavam esse julgamento. Nos casos expostos a seguir, as aprovações se referiam à reforma da praça feita pela Modelo.

“Eu acho que a reforma da praça ficou ótima! Aprovadíssimo” (L1).

“Eu dou parabéns à Modelo. Eu agradeço pelo ponto turístico que eles fizeram para nós! Está mais do que aprovado”. (F1)

Identificamos também outras pessoas que mostraram em suas falas uma postura de aprovação que não se referia a nenhuma ação específica, mas ao padrão de comportamento de empresas em sua interação com a comunidade. Essas citações foram codificadas com o termo **“Aprovando o padrão de comportamento da empresa em geral”**.

“De forma geral, (...) é um bom relacionamento, sim. A Capixaba sempre zela por isso, por ter uma boa relação com a gente (...). Eu aprovo” (P1).

“Eles [a Modelo] cometem um erro aqui e outro ali. Tipo interromper a realização da corrida que eles promoviam, eu não gostei, ninguém entendeu. Mas no conjunto da obra acho que eu aprovo a relação deles com a gente. Eles acertam mais do que erram. Está no lucro, eu aprovo, sim” (L1).

Também foram comuns os casos de reprovação de ações específicas das organizações. O mesmo episódio da reforma da praça da Modelo, aprovado por alguns, foi reprovado por outros. Alguns exemplos de incidentes codificados como **“Reprovando uma ação da empresa”** são:

“Essa reforma é um abuso! Não tem como concordar e ficar satisfeito com essa palhaçada! Eu reprovado com certeza” (Q1).

“Que coisa horrível! Não tem como aprovar um negócio daqueles” (R1).

Alguns membros da comunidade reprovam as condutas de empresas em relação à comunidade, conforme pode ser observado pelos fragmentos das entrevistas mostrados a seguir, codificados com os termos **“Reprovando o padrão de comportamento da empresa em geral”**.

“Sempre tem um lado bom e um ruim. Mas no geral, eu acho que a relação não é boa não. Não é justa” (R1).

“Eu acho muito ruim. Completamente reprovado. Eles não estão nem aí para a comunidade, só se preocupam em fazer o mínimo necessário” (J2).

b) Benefícios para a comunidade

A segunda dimensão que forma os tipos de julgamentos da comunidade quanto à relação com empresas se refere ao benefício ou prejuízo que a comunidade vê nessa interação. Conferimos o código **“Vendo benefícios para a comunidade em ações da empresa”** aos fragmentos de entrevistas que apresentavam situações nas quais pessoas viam como benéficas determinadas ações empresariais.

“Eu vejo muitos benefícios para a cidade nos novos produtos que a Mundial lançou com a marca Modelo. Mostra que eles estão levando o nosso nome, agora explorando melhor a marca” (S1).

“Olha esse jardim. Está vendo a placa ali? Ele é mantido pela Capixaba. Isso tem benefício para a gente. Deixa as coisas mais bonitas, mais apresentáveis” (H1).

Outros participantes fizeram afirmações reveladoras de um entendimento de que determinadas empresas praticam uma conduta que traz benefícios. Esses incidentes foram reunidos sob o código **“Vendo benefícios para a comunidade no padrão de comportamento da empresa”**.

“No geral, eu acho que a presença dessas empresas aqui é positiva. Se você me perguntasse: ‘- *Cláudio* [nome fictício], *se você puder voltar no tempo e escolher essa cidade ter se desenvolvido com ou sem essas empresas*’, eu escolheria ter as empresas aqui. Porque se não fossem elas, não teria os benefícios. Talvez a gente estaria em outro lugar do Estado ou até do Brasil” (A1).

“A gente só ganha. Uma ajuda aqui, outra ali, uma ação aqui, outra ali, e a gente vai ganhando. Para a gente tem muitos benefícios. Eu aprovo a relação com eles” (C1).

Alguns entrevistados mostraram insatisfação com os benefícios de determinadas ações empresariais. Essas manifestações foram codificadas com os termos **“Não vendo benefício para a comunidade em ações da empresa”**.

“A praça não serviu. A outra era melhor. Nessa aqui, quando chove, o que a gente faz? Acaba a festa. Não tem para onde ir. A de antes tinha a parte coberta” (D1).

“Nessa praça não tem um brinquedo, só esses bonecos da Modelo. Não dá para a criança brincar com os bonecos. Criança quer gangorra, quadra, balanço. O boneco não serviu para nada para a gente” (M1).

Dentre as declarações que demonstravam descontentamento de membros da comunidade quanto aos benefícios trazidos pela relação com as empresas, há também os que acreditam haver, por parte de determinadas empresas, uma conduta que traz prejuízos à comunidade, incidentes esses que foram codificados como **“Não vendo benefício para a comunidade no padrão de comportamento da empresa”**.

“O saldo final é de prejuízo. Se a gente fosse vender os nossos recursos naturais, a gente poderia cobrar mais caro. Quanto se cobra para deixar uma empresa poluir assim? É melhor para eles estar assentados aqui, do que para a gente ter eles aqui” (R1).

“No fim das contas, a gente sai perdendo. Eles não compensam aquilo que eles tiram da gente” (N1).

c) **Intenção**

A terceira dimensão identificada nos dados obtidos em resposta à pergunta “Como você avalia a maneira como as empresas da região agem na relação com a comunidade?” se refere à intenção que os membros da comunidade vêm nas ações e condutas organizacionais. As interpretações de que as empresas se comportam e agem de maneira altruísta ou hipócrita foram comuns nos dados. Cabe aqui ressaltar que não estamos aqui realizando um julgamento a respeito da intenção das organizações, mas buscando compreender como a comunidade interpreta essa intenção. Desta forma, mantemo-nos de acordo com o pressuposto interacionista defendido por Mills de que o pesquisador deve estar “mais preocupado com a função social dos motivos pronunciados do que com a sinceridade daqueles que os pronunciam” (1940, p. 900). Ao analisar a intenção da comunidade conforme percebida pelos membros da comunidade, limitamo-nos a buscar compreender o significado social das palavras usadas pelos entrevistados.

Conferimos o código “**Vendo uma ação da empresa como altruísta**” às citações em que membros da comunidade interpretaram que uma determinada empresa teve intenções de ajudar a comunidade ao praticar alguma ação.

“Quando a Capixaba fez o programa de capacitação de professores daqui, foi muito legal. Teve na escola do meu filho. Dá para ver que eles têm a melhor intenção possível, porque isso ajuda uma criança para sempre” (L1).

“Eles [a Capixaba] fizeram uma barreira de vento há um tempinho e esse tipo de coisa mostra que eles não querem prejudicar ninguém. Eles querem ajudar mesmo, para que todo mundo tenha uma vida mais saudável” (P1).

Já o código “**Vendo o padrão de comportamento da empresa como altruísta**” foi empregado para agrupar os incidentes em que entrevistados afirmaram entender o padrão de comportamento de determinadas empresas como baseadas na intenção de contribuir para a comunidade.

“A Modelo erra na mão de vez em quando, mas é tentando acertar. Isso é que é importante” (F1).

“Eles [a empresa Modelo] são maravilhosos. A intenção é sempre boa, eles

tentam ajudar mesmo. A gente tem que parar com esse negócio de achar que as pessoas que estão ali dentro são más, querer sempre reclamar. Quem está lá dentro é gente como a gente, tem coração, só que é o trabalho deles. É impossível agradar a todos. Nem Jesus agradou, não é? Quanto mais eles” (L1).

Algumas ações das empresas foram interpretadas como hipócritas. O código inicial **“Vendo uma ação da empresa como hipócrita”** foi empregado para agrupar as situações que mostraram esse significado.

“É tudo hipocrisia. Tem o programa de esporte da Modelo. Olha só: eles investem em um grupo pequenininho de crianças e divulgam como se fosse um programa imenso. Não tem vaga. Vai lá e procura colocar o seu filho. Então eles aumentam tudo no *marketing*” (I1).

“Um dia desses a Capixaba lançou um programa de nutrição para crianças da comunidade. Está lá nas ações sociais da empresa. Mas sabe quantas vagas são? Só sessenta. Mentira, não é. Quando eles divulgam, está certo. Mas é brincadeira! Falam de um jeito que parece que estão fazendo para ajudar. Que nada! Eles estão de olho no *marketing* e pronto” (Q1).

A visão de que uma empresa pratica condutas hipócritas na relação com a comunidade também foi identificada nos dados. Para alguns participantes, as empresas apresentam um padrão de comportamento sistematicamente hipócrita. Os incidentes que denotaram esse sentido foram agrupadas sob o código **“Vendo o padrão de comportamento da empresa como hipócrita”**.

“Hipocrisia. Não tem outra palavra melhor. O trabalho desses caras de assessoria de imprensa de empresa grande é gastar o mínimo e fazer parecer o máximo. Essa é a máxima deles” (R1).

“Eles sempre tentam parecer os santinhos, os bonzinhos. Mas só querem saber se vai ser bom para eles. Não vejo problema neles fazerem *marketing*. Só não gosto dessa pose de bom moço” (I1).

O quadro 16 apresenta os códigos iniciais e focalizados que compõem as três dimensões dos julgamentos de ações e condutas.

Categoria - Avaliação de ações e condutas		
Dimensões	Códigos Focalizados	Códigos Iniciais
Aprovação/ Reprovação	Aprovação	Aprovando uma ação da empresa Aprovando o padrão de comportamento da empresa
	Reprovação	Reprovando uma ação da empresa Reprovando o padrão de comportamento da empresa
Benefício/ Prejuízo	Benefício	Vendo benefício para a comunidade em uma ação da empresa Vendo benefício para a comunidade no padrão de comportamento da empresa
	Prejuízo	Vendo prejuízo para a comunidade em uma ação da empresa Vendo prejuízo para a comunidade no padrão de comportamento da empresa
Intenção	Altruísmo	Vendo uma ação da empresa como altruísta Vendo o padrão de comportamento da empresa como altruísta
	Hipocrisia	Vendo uma ação da empresa como hipócrita Vendo o padrão de comportamento da empresa como hipócrita

Quadro 16: Avaliação de ações e condutas

Fonte: Dados da pesquisa

4.8.2 Tipos de avaliações de ações e condutas

Além de identificar as dimensões da avaliação de ações e condutas empresariais em relação à comunidade, a análise permitiu-nos também categorizar seis tipos de avaliações recorrentes nos dados. *A posteriori*, percebemos que eles são resultados das interseções entre os polos das dimensões apresentadas. No quadro 17 apresentamos os tipos de avaliações da comunidade quanto às condutas e ações das empresas e as suas respectivas classificações segundo as três dimensões anteriormente descritas. Como encontramos várias falas dos participantes da pesquisa que ilustravam adequadamente os tipos de avaliações que foram categorizados, optamos por nomear os tipos de avaliações inicialmente com códigos *in vivo*. Assim, mantivemos os nomes dos tipos próximos dados e representativos do pensamento dos participantes.

Avaliação	Benefícios	Intenções	Tipos de Avaliações
Aprovação	Sim	Altruísta	"Dádiva"
Aprovação	Não	Altruísta	"De cavalo dado não se olham os dentes"
Aprovação	Sim	Hipócrita	"Nada mais que a obrigação"
Reprovação	Não	Altruísta	"De boa intenção o inferno está cheio"
Reprovação	Sim	Hipócrita	"Doce na boca de criança boba"
Reprovação	Não	Hipócrita	"Bomba embrulhada com papel de presente"

Quadro 17: Avaliações de ações e condutas - Tipos

Fonte: Dados da pesquisa

O tipo de avaliação **“Dádiva”** é caracterizado pela aprovação da conduta ou ação em questão, acompanhada por uma interpretação altruísta da empresa e a visão de benefícios trazidos à comunidade pela organização. Neste caso, a ação ou conduta é vista como um presente dado pela organização à comunidade, despertando um sentimento de gratidão.

As avaliações de **“Dádiva”** e **“De cavalo dado não se olham os dentes”** foram realizadas por pessoas que possuem expectativas quanto à relação com empresas e viam as condutas empresariais como um zelo voluntário. Nessas perspectivas, as empresas são vistas como altruístas e, independentemente do benefício percebido nas ações organizacionais, aprova-se a relação como digna dado que o sentimento de gratidão deve orientar o posicionamento do sujeito. Não é efetividade da ação da empresa que está em questão, mas sim, o zelo de um pai de quem se espera apenas o cuidado.

“A Modelo e a Capixaba não têm a obrigação de ajudar a gente, porque a gente não paga impostos para elas. Mas eu espero que essas empresas sigam ajudando a gente com lazer, emprego, e coisas assim... Olha essa pracinha, que maravilha! Já viu o programa Leitura para Todos? Eles estão fazendo e equipando um monte de salas de leitura em Litoral (...). E ainda tem quem reclame. Nessas horas, eu tenho vergonha de ser brasileira. É gente muito ingrata mesmo!” (L1).

Em alguns casos, apesar da conduta ou ação organizacional ter sido aprovada e vista como altruísta, o entrevistado não a interpretou como benéfica para a comunidade. A esse tipo de avaliação conferimos o código **“De cavalo dado não se olham os dentes”**.

“Essa praça por exemplo. Não ficou legal. Faltou um pouco mais, podiam ter feito mais coisas. Não dá para a gente se divertir direito aqui. Mas enfim, foi um presente que eles deram, então eu agradeço por isso. Como de cavalo dado não se olham os dentes, eu não vou reclamar” (F1).

Um terceiro tipo de aprovação identificado foi aquele em que os participantes interpretaram que a conduta ou ação da empresa em relação à comunidade trouxe benefícios ao coletivo, embora a empresa tenha pensado muito mais em seus próprios interesses que em ajudar a comunidade. Nesse caso, a ação ou conduta empresarial benéfica é vista como **“Nada mais que a obrigação”**.

“A Capixaba divulgou que colocou uma barreira de vento para diminuir a poluição do ar e andou divulgando isso como uma ação social. Ação social? Então eu vou na sua casa, quebro um cano, conserto, e falo que te ajudei? Ajudei nada. Só não prejudiquei. Então, eu fico satisfeito que tenham colocado aquela barreira, mas não é nada mais que a obrigação deles” (T1).

Dentre as reprovações das ações e condutas das empresas, a primeira que identificamos foi aquela à qual conferimos o código *in-vivo* **“De boa intenção, o inferno está cheio”**. Neste caso, os entrevistados perceberam uma intenção altruísta por parte da empresa, mas reprovam a ação ou conduta pelo fato de acreditarem que não houve benefícios para a comunidade.

“Eu não gostei dessa reforma da praça. (...) Tudo bem, acho que eles tiveram boa intenção, mas não é possível que não tenham conversado com a gente, perguntado se a gente queria essa palhaçada. De boa intenção o inferno está cheio. Ficou ruim demais. É uma praça legal, tem tradição, tem a escola ao lado. Aí eles vão e pintam a escola de [cores do logo da empresa] e fazem aquele bonecos que não servem para ninguém. É um absurdo. Não faz sentido” (N1).

As avaliações “Nada mais que a obrigação” e “De boa intenção o inferno está cheio” refletem uma expectativa de compensação quanto à relação e uma interpretação da conduta empresarial como zelo estratégico. Nesses casos, as empresas podem tanto ser vistas como altruístas ou hipócritas, o que não traz, em si, implicações para a avaliação feita. A avaliação nesses casos é determinada pelo benefício para a comunidade percebido nas ações empresariais. Caso se percebam benefícios, a relação é aprovada como digna, uma vez que a compensação esperada se cumpre. Caso contrário, mesmo que as intenções sejam percebidas como altruístas, os membros da comunidade reprovam a ação ou conduta. Não é a intenção da empresa que está em questão, mas sim a sua efetividade em compensar os danos causados à comunidade em decorrência de sua atividade.

Outros dois tipos de reprovações das condutas e ações empresariais são relacionados a

uma expectativa de confronto e à conduta-chave empresarial de zelo compelido. Nos depoimentos classificados nesses tipos, os entrevistados mostraram-se insatisfeitos em razão de interpretar que as ações e condutas das empresas são motivadas por questões de benefício próprio. Esses entrevistados se sentem enganados ou usados pelas organizações, e essa percepção os leva a reprovar determinadas ações e condutas empresariais. Mesmo quando foram identificados benefícios para a comunidade nas ações e condutas empresariais, a relação é considerada indigna, por ser vista como hipócrita. O presente é visto como uma “isca”, ou seja, o oferecimento de um benefício que seduz com o objetivo de obter benefícios posteriores maiores que o da isca oferecida. Assim, esse tipo de avaliação é acompanhada da visão de que o zelo empresarial só estará presente se a empresa for compelida a praticá-lo. Chamamos esse código de **“Doce na boca de criança boba”**.

“Em 2009, no Natal, eles reformaram um museu de Litoral e mandaram um cartão de Natal para a minha casa e de um monte de gente com uma foto do museu reformado. Eles diziam que era o presente de Natal que eles davam para a gente. O Museu é legal, mas é doce na boca de criança boba. Se eles restituíssem tudo o que eles poluem, a gente fazia um museu do Louvre aqui. Mas para eles é mais negócio poluir, fazer um negocinho em um museu, que para eles não é nada, e divulgar como se fosse a maior coisa do mundo. O museu é legal, não estou reclamando do museu. Mas eu não aprovo isso porque eles são hipócritas” (Q1).

Chamamos o terceiro tipo de reprovação de ações e condutas empresariais de **“Bomba embrulhada com papel de presente”**. Neste caso, interpreta-se que uma ação ou conduta, além de não beneficiar a comunidade, ainda é feita de forma hipócrita. A empresa busca obter ganhos de reputação em decorrência de uma ação que é vista como prejudicial à comunidade.

“Nunca vi isso. Usar recurso público para fazer *marketing* de empresa privada. A Igreja não pode fazer mais festa. Não dá mais para ficar quando chove, não dá mais para trazer os brinquedos das crianças. Colocaram essa barraca chique aí [uma banca com produtos da Modelo], agora a gente [comerciantes ambulantes que atuam na praça] parece a favelinha da praça. Olha a minha barraca e olha a deles [da Modelo]. Ninguém achava a minha barraca feia. É igual à de todas as praças. Mas agora, com essa aí da Modelo, a gente fica mal visto, parecendo sujo, feio, velho. Para mim não foi presente nenhum essa reforma. Foi, no máximo, um presente de grego, uma bomba embrulhada com papel de presente. E eles ainda estão aí, fazendo *marketing* e dizendo que estão investindo no social” (E2).

Conforme explicitado no início desta seção, os códigos resultantes da análise se organizam em dois eixos. O primeiro se concentra no parecer dos membros da comunidade quanto às condutas e ações empresariais, que acabamos de apresentar. No segundo eixo, destacamos a perspectiva temporal das avaliações.

4.8.3 Perspectiva temporal

Classificamos os códigos iniciais apresentados nas tabelas referentes a categoria que aqui discutimos, segundo a perspectiva temporal denotada em cada código. Assim, chegamos a duas categorias: avaliações pontuais – que se referem a ações específicas - ou referentes a estados generalizados – que refletem a conduta recorrente da empresa. Apresentamos a seguir o quadro 18, que destaca quais códigos iniciais foram usados para criar os códigos focalizados que compõem esse eixo da categoria.

Categoria - Avaliação de ações e condutas	
Subcategoria - Perspectiva temporal	
Códigos Focalizados	Códigos Iniciais
Pontual	Aprovando uma ação da empresa Reprovando uma ação da empresa Vendo benefício para a comunidade em uma ação da empresa Vendo prejuízo para a comunidade em uma ação da empresa Vendo uma ação da empresa como altruísta Vendo uma ação da empresa como hipócrita
Estado Generalizado	Aprovando o padrão de comportamento da empresa Reprovando o padrão de comportamento da empresa Vendo benefício para a comunidade no padrão de comportamento da empresa Vendo prejuízo para a comunidade no padrão de comportamento da empresa Vendo o padrão de comportamento da empresa como altruísta Vendo o padrão de comportamento da empresa como hipócrita

Quadro 18: Avaliação de ações e condutas - Perspectiva temporal

Fonte: Dados da pesquisa

O código focalizado que representa perspectiva temporal “**pontual**” se refere a julgamento que a comunidade faz a respeito de ações específicas praticadas pelas empresas. O posicionamento da comunidade a propósito da reforma da praça, a venda da Modelo para a Mundial, a decisão de manter o nome da empresa Modelo após a aquisição pela mundial, a instalação de uma barreira para diminuir a instalação da emissão do pó preto por parte da Capixaba são exemplos de avaliações pontuais. Eles são situacionais e podem estar em desacordo com a segunda perspectiva temporal,

chamada “Estado Generalizado”. Uma pessoa ou uma comunidade podem reprovar uma ação pontual de uma empresa e, no entanto, aprovar o padrão de comportamento dessa organização na relação entre ambos. Da mesma forma, o inverso também é possível. Há, então, uma diferença entre avaliações situacionais e gerais.

A categoria “**Estado Generalizado**” representa avaliações de condutas. Quando a avaliação valorativa feita a respeito da relação com a comunidade não se refere a eventos específicos, mas aos padrões de comportamento da empresa, cria-se um estado razoavelmente permanente de reprovação ou aprovação. Membros da comunidade desenvolvem, assim, atitudes a respeito da relação entre empresas e comunidade.

Os **estados generalizados e pontuais** de reprovação que a comunidade desenvolve em relação às empresas se convertem em diferentes tipos de ação. Analisamos essas manifestações de indignação na próxima categoria a ser apresentada. Finalizamos esta seção apresentando a figura 20, que representa em um mapa os códigos que fundamentaram essa categoria e suas relações.

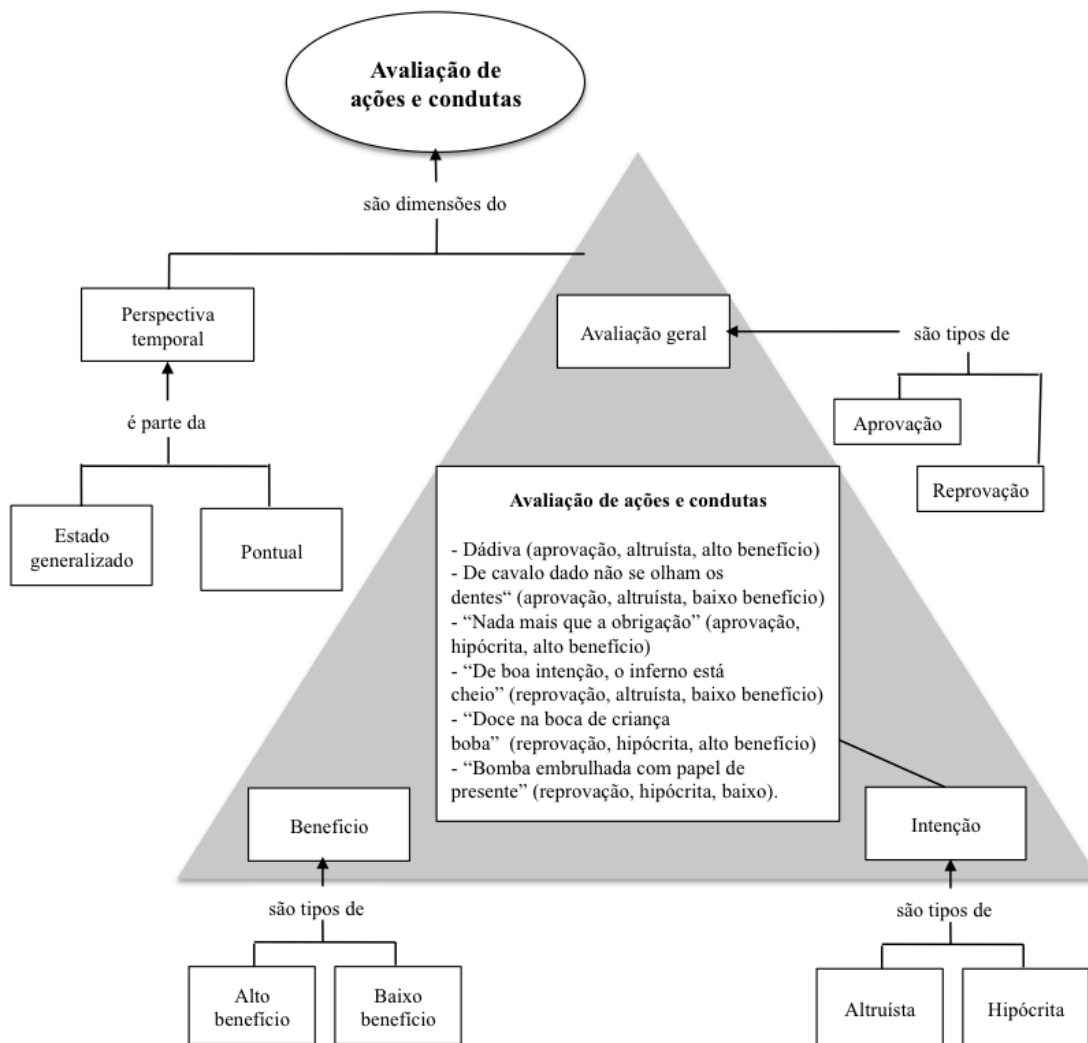


Figura 20: Mapa conceitual da categoria “Avaliação das ações e condutas”

Fonte: Dados da pesquisa

4.9 Como a comunidade se manifesta diante da indignação?

Perguntamos aos entrevistados como eles se manifestam diante dos seus julgamentos com relação às condutas e ações das empresas. As pessoas que aprovam a relação com a comunidade mostraram-se reticentes diante dessa questão. Em geral, eles responderam que, ao aprovar a relação, se consideram satisfeitos e o assunto deixa de ser um tema que demanda atenção. No entanto, as pessoas que reprovam a relação apresentaram algumas diferentes formas pelas quais eles externalizam sua insatisfação. Analisamos essas ações por meio da categoria **“Manifestações de indignação”**, que conforme ilustrado na figura 21, se integra à teoria que estamos apresentando.

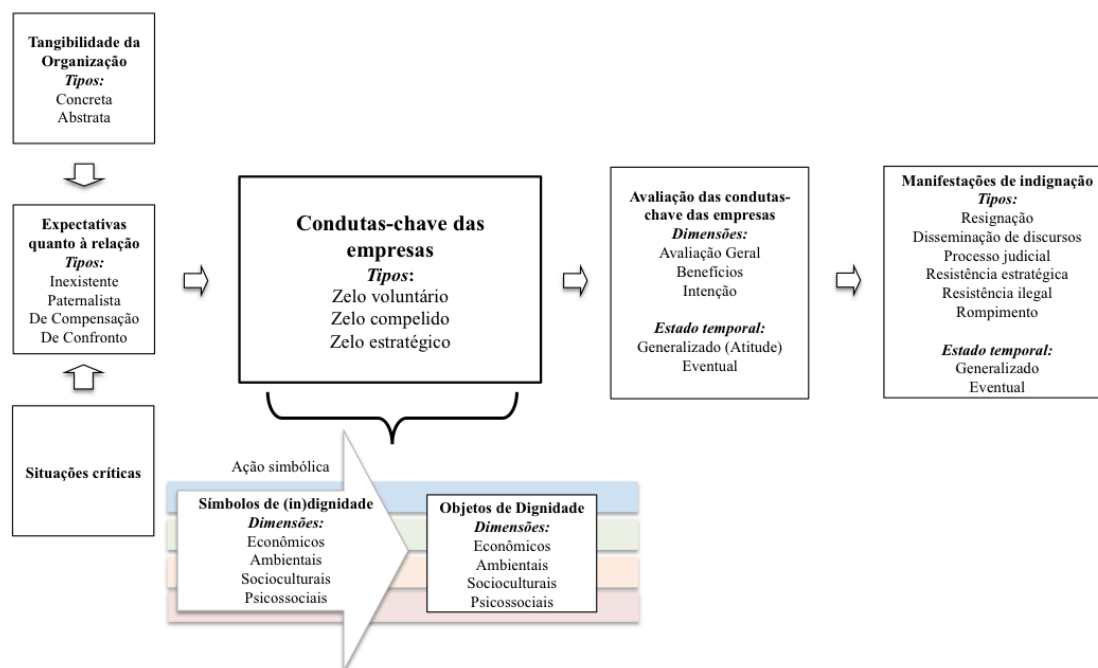


Figura 21: Diagrama da teoria - 8

Fonte: Dados da pesquisa

Nesta seção, apresentamos cinco tipos de indignações que emergiram dos dados: resignação, disseminação de discursos de indignação, processo judicial, resistência ilegal e rompimento.

4.9.1 Resignação

Uma das formas pelas quais as pessoas reagem à avaliação que fazem quanto às ações e condutas das empresas é o comportamento que denominamos “**resignação**”. Refere-se ao conformismo quanto à indignidade existente na relação das empresas com a comunidade. Esse conformismo é acompanhado por sentimentos de impotência individual e coletiva. Esse tipo de manifestação retrata uma comunidade que se considera incapaz de se organizar ou resistir a abusos das empresas e que considera como dadas as relações de dominação pelas empresas.

Sob o código “**Sentindo-se impotente diante da indignidade**” reunimos incidentes nos quais os participais relataram que não conseguem pensar em formas de exercer seu poder. Alguns membros da comunidade destacaram que essa impotência é

resultado de uma diferença de recursos, uma vez que as empresas possuem “dinheiro, advogado, conhecimento para se defender” (I1) e do elevado custo de oportunidade com o qual os membros da comunidade precisariam arcar para buscar superar essa distância de recursos.

“Eu vou fazer o quê? Eu não posso fazer nada. Eu vou chegar lá na Capixaba bater lá na porta e falar que quero conversar com o presidente da empresa? Eles vão me receber? Claro que não” (I1).

“Não tenho condição. Eu não tenho força para mudar isso. A empresa tem dinheiro, advogado, conhecimento para se defender, tudo para eles. Eu, se for para entrar com um processo, tenho que faltar trabalho, tudo. Eu não tenho condições de lutar contra eles” (J2).

As citações que compõem o código inicial **“Reconhecendo a impotência da comunidade enquanto grupo”** retratam que uma percepção de que essa impotência individual se transfere para o grupo. A falta de capacidade de articular ações coletivas, que é atribuída à desorganização, desestruturação e baixa consciência do grupo quanto aos problemas que ocorrem, faz com que alguns membros da comunidade a vejam como sem forças e incapaz de medir forças com empresas em casos em que se interpreta a existência de uma relação indigna.

“Eu, sozinho, não tenho como fazer nada. Se o grupo aqui fosse mais consciente, a gente até poderia tentar fazer alguma coisa. Mas para esse tipo de reclamação, a gente precisa se organizar, agir como grupo. Caso contrário, a gente perde força” (I1).

“Ah, a comunidade é muito desorganizada. Só reage quanto a situação é mais complicada. Fora isso, o pessoal não consegue se estruturar, ver quem vai fazer o quê. Cada um pensa de um jeito. Acho até que tem gente que está indignada que nem eu, mas teria que ter um jeito de reunir esse pessoal. Mas não tem.” (J2).

Diante desse estado de impotência individual e de grupo, alguns membros relatam que optam por se conformar com a situação atual, porque indignar-se, simplesmente, não leva à resolução de um conflito visto como dado e inevitável nas relações de empresas com comunidades. Os relatos que sinalizaram nesse sentido foram agrupados por meio do código **“Aceitando o *status quo* como dado”**.

“Isso vai ser sempre assim. Tem que se conformar. Os mais poderosos vão sempre explorar, tentar tirar o máximo. E a gente vai sempre se ferrar. O pobre cada vez mais pobre e o rico cada vez mais rico” (J2).

“Isso é assim mesmo. Não adianta eu ficar com úlcera de preocupação. Não vai mudar nada. Eles têm mais poder. Tudo vai ser sempre assim” (I1).

4.9.2 Disseminação de discursos de indignação

Outra forma de manifestação da comunidade diante do sentimento de insatisfação quanto à relação com as empresas é a “**Disseminação de discursos de indignação**”. Esta manifestação está baseada no entendimento de que, mesmo diante das dificuldades de se medirem forças com as organizações, a comunidade precisa verbalizar sua indignação pessoalmente, pela *internet*, na mídia e por meio de eventos coletivos, de forma a desenvolver no grupo uma maior conscientização a respeito do problema. Embora reconheçam que esta manifestação não é capaz de resolver, por si só, problemas existentes na relação com as empresas, os membros da comunidade que afirmaram se expressar desta forma acreditam que esta é uma ação cujos efeitos podem ser sentidos na relação no longo prazo.

Uma das formas de disseminação de discursos de indignação são as conversas entre os membros da comunidade. Chamamos essas manifestações de “**Compartilhando a indignação com amigos**”. Frequentemente as pessoas falam ou escutam reclamações de pessoas da comunidade a respeito de sua reprovação quanto às ações e condutas das empresas da região.

“O boca a boca é o melhor rádio, é a melhor televisão. Então quando eu estou chateado com essas empresas, eu sempre falo para os meus amigos, sei lá. É o meu jeito de ir ajudando, convencendo os outros de que tem que mudar” (J1).

“De manhã, indo para o trabalho, o pessoal fala muito dessas coisas. Sempre tem os que comentam do que leu, do que ficou sabendo, das sacanagens dessas empresas com o meio ambiente e tal” (R1).

O código inicial “**Manifestando a indignação na internet**” reúne incidentes em que os entrevistados disseram expressar-se quanto à relação com as empresas da região na *internet*. Embora, na opinião do J2, essas manifestações que ocorrem na *internet* sejam mais veementes que as que ocorrem nas interações pessoais, o ambiente virtual é visto como um mecanismo para envolver as pessoas em um processo de conscientização.

“Eu fiz um *blog* há uns dois anos mostrando os problemas de poluição de Litoral, mostrando os casos de pessoas com problema respiratório, com problema de saúde por causa do pó preto. Não resolve, mas é uma forma de ir divulgando, das pessoas irem ficando sabendo” (R1).

“Em tempos de *internet*, ali é o lugar para você reunir as pessoas. Tem comunidade do *orkut*, página do *facebook*, tudo falando do que essas empresas falam. Tudo bem que na internet todo mundo é machão, paga de

revoltado, e na vida real o pessoal é bem mais mansinho. Mas já é um avanço, você vai divulgando, envolvendo as pessoas” (J2).

“Eu recebo uns *e-mails* de vez em quando com denúncias sobre a poluição da Capixaba. Não sei se é verdadeiro, mas eu recebo. Deve ser, não é? E eu passo adiante porque tem que divulgar mesmo!” (I1).

“Acionando a mídia para manifestar indignação” foi outro mecanismo de expressão da reprovação da comunidade quanto às condutas e ações de empresas no relacionamento entre ambos. O poder de alcance da mídia é visto como uma alternativa interessante para disseminar a ideia de indignação. A função de veículo de denúncia que a mídia possui também foi citada como justificativa para a adoção desse tipo de manifestação.

“A primeira coisa que eu fiz quando fiquei sabendo que eles poluíam mais à noite, quando não dá para ver a fumaça, foi entrar em contato com a Gazeta para eles irem checar isso. (...) A imprensa está aí para isso mesmo, para falar dessas coisas, denunciar” (R1).

“O pessoal que fez a Amigos da Modelo entrou em contato com a assessoria de imprensa dos jornais, com as agências de Litoral, para ver se o pessoal comprava a briga. Deu certo, porque durante mais de um ano, todo dia tinha matéria de destaque falando disso na mídia. Isso ajudou a manter o pessoal mais informado, o assunto na boca do povo” (I1).

Esse entendimento dos entrevistados está de acordo com o entendimento de Steger (2006a) de que a influência conjunta de alguns *stakeholders* pode potencializar seus efeitos de pressão sobre organizações, especialmente quando esta mobilização de forças inclui o poder da mídia.

A realização de eventos coletivos de protesto também foi apresentada como uma manifestação para a indignação da comunidade. Sob o código **“Protestando em eventos coletivos”** reunimos três outros códigos que sugerem como a comunidade obtém apoio para realizar esses eventos. São eles:

“Buscando apoio de ONGs para eventos de protesto”

“Uma coisa que já vi gente fazer é pedir ajuda de alguns ambientalistas para comparecer em protesto, ONGs para protestar contra as coisas que acontecem no porto. Essas instituições já têm toda uma estrutura para colocar a boca no trombone e pressionar. Eles já sabem divulgar os eventos e tal” (J2).

“Buscando apoio da mídia para eventos de protesto”

“Tinha gente que ficava responsável por fazer contato com a mídia para divulgar o protesto (...). Você pode fazer o protesto que for. Se a mídia não quiser divulgar, só vão ficar sabendo aqueles que passaram na hora. Então a gente fez contato. Quando chegamos, já tinha a Gazeta, a Tribuna” (J2).

“Buscando apoio de pessoas influentes para eventos de protesto”

“Quando fizeram esse evento de protesto da Amigos da Modelo, ah, teve muita influência dos ricos daqui. O Dr. Siqueira e o Henrique Neto [nomes fictícios] entraram de sola nesse processo. Eles colocaram até dinheiro deles nesses protestos daquela época. O pessoal que estava organizando os procurou, porque iam precisar de influência para conseguir divulgação e força política para conseguir a liberação para o protesto, autorização com a polícia e tal” (J2).

Desta maneira, percebemos que ONGs, a mídia e pessoas influentes da comunidade podem ser elementos-chave para organizar manifestações públicas de insatisfação. Enquanto ONGs são vistas como atores sociais que já possuem estrutura para realização de eventos de protesto, as pessoas influentes da comunidade podem colaborar com recursos financeiros ou influência política para superar as burocracias envolvidas em um protesto e a mídia possibilita estender o alcance da manifestação para uma parcela mais ampla da comunidade.

4.9.3 Processo judicial

A esfera jurídica foi apontada por alguns membros da comunidade como arena de manifestações contra a relação com empresas da região. Os dados revelam processos jurídicos movidos por membros da comunidade contra as empresas Mundial e Capixaba, sempre com o apoio de membros da comunidade que desempenham o papel de mais de um *stakeholder*: Nestes casos, os incidentes mostram o apoio de moradores que trabalham no sindicato dos trabalhadores da Mundial e de políticos que moram na comunidade. Mais uma vez, temos aqui a visão de uma comunidade formada por indivíduos que possuem diferentes papéis como *stakeholder* de empresas: ao mesmo tempo em que o indivíduo é um membro da comunidade, também pode sê-lo de um sindicato ou do governo.

Usamos o código **”Buscando o apoio do sindicato para processo judicial”** para agrupar os incidentes que se referiam ao apoio do sindicato para ações realizadas no âmbito legal.

“O Sindicato entrou com um processo na Justiça com Ação Civil Pública. Eles queriam que a venda casada das marcas e das fórmulas da Modelo para a Mundial fosse bloqueada. Eles argumentaram que aí você teria uma concentração econômica muito grande com a Mundial. Eles queriam evitar que eles destruíssem a Modelo. (...) Foram vários membros da comunidade que conhecem o sindicato e até os membros do sindicato, moradores na comunidade, que organizaram isso. Eles conhecem a estrutura do sindicato e sabem que ele é um meio importante para essas ações, porque estão acostumados a ir à justiça” (M1).

Além do sindicato, os políticos da região também foram citados como elementos de

apoio para manifestações de indignação na esfera jurídica. A citação a seguir é uma das que foram reunidas sob o código **“Buscando o apoio de políticos para processo judicial”**.

“Agora os moradores daqui se juntaram para fazer uma representação contra a Capixaba no Ministério Público Estadual. Fizeram uma pesquisa que mostrou que dá para poluir menos. O Ministério pegou essa pesquisa e acionou a Capixaba e o Instituto do Meio Ambiente. Mas isso aí só saiu porque os moradores pediram ajuda para os políticos que moram na comunidade. Eles deram o suporte, o caminho das pedras” (J2).

4.9.4 Resistência estratégica

Para alguns dos entrevistados, a esfera legal não é adequada para que a comunidade busque manifestar sua indignação quanto à relação com as empresas da região. É recorrente a interpretação de que, no Brasil, o poder executivo é lento e, para alguns participantes, corrompido. Para esses, a única maneira que a comunidade pode encontrar para oferecer resistência às ações e condutas que são praticadas pelas empresas e vistas como indignas por membros da comunidade é afetar, de forma estratégica, a reputação da empresa diante de seus *stakeholders*.

“Não adianta entrar com processo. Eles pagam a multa, se for o caso. É mais barato e lucrativo pagar a multa e continuar poluindo do que andar na linha. É muito lento o sistema judiciário no Brasil e ainda corre o risco de alguém deles acabar molhando a mão dos homens. Então, não tem jeito, tem que tentar fazer o cara perder dinheiro. Mas não é fácil. Com a Modelo, o problema é essa coisa deles poderem demitir em massa, levar a fábrica para São Paulo e tal. Como a gente vai afetar a reputação deles? Se for para fazer isso, tem que afetar não só aqui, que o mercado consumidor é pequeno. Tem que afetar no Brasil todo. Só que lá em São Paulo vai ter gente comemorando se eles levarem a produção da Modelo para lá. É um problema só nosso. No caso da Capixaba, você tem que tentar atingir a cadeia produtiva na qual ela entra. É lá fora que o bicho pega. Você tem que tentar dizer para quem está lá fora sobre os problemas ambientais deles, para ver se os consumidores deles forçam uma atuação mais responsável. Tem *blog* que o pessoal escreve, mas é difícil chegar a essas pessoas. Nem sei direito quem compra da Capixaba. Da Mundial eu sei, é todo mundo, mas da Capixaba não” (Q1).

Neste depoimento, incluído com outros de conteúdo semelhante no código **“Afetando a reputação da empresa”** fica evidenciado o entendimento de que se deve buscar afetar a reputação das empresas envolvidas frente a seus consumidores. A participante Q1 relata, no entanto, que no caso da comunidade de Litoral, o problema reside no fato de que seu contratempo com a Mundial pode ser visto como um problema local, que não chegaria a ser capaz de afetar a reputação junto ao seu mercado consumidor no Brasil. Já na relação com a Capixaba, o problema reside na dificuldade em acessar os consumidores de uma empresa que é considerada menos tangível. No entanto,

relatos como o exposto sugerem que a **resistência estratégica**, que busca afetar a reputação das empresas com quem a relação é vista como indigna, se apresenta como uma alternativa de resistência.

4.9.5 Resistência ilegal

Um quinto tipo de manifestação identificado é o que chamamos de “**Resistência ilegal**”, que se refere a expressões de indignação por meio de ações que violam os limites de expressão determinados por lei. Nas situações identificadas, são ações de depredação que visam comunicar aos envolvidos o sentimento de insatisfação quanto à relação entre empresas e a comunidade. Esta categoria foi formada por dois códigos iniciais. Em “**Depredando a propriedade da empresa**” classificamos as falas que relatam atos de vandalismo de membros da comunidade contra propriedades da empresa.

“Tem uma coisa que fazem que é a pichação, quebradeira. Na época da venda da Modelo fizeram isso, o pessoal pichou que queria o emprego, escreveu ‘*abaixo o capital*’, essas coisas” (Q1).

“Teve dia que quebraram tudo o que é *outdoor* da Modelo pela cidade. Quebravam mesmo! Viam lá um cartaz, placa, arrancavam tudo. (...) Era uma forma de protestar, de mostrar que não está satisfeito” (R1).

Foram citados também incidentes em que membros da comunidade depredaram o espaço público que sofreu intervenção de uma empresa. Chamamos esse tipo de incidente de “**Depredando a propriedade pública desrespeitada pela empresa**”. Na comunidade estudada, todos os eventos relatados nessa categoria se referem à depredação que fizeram na praça reformada pela empresa Modelo.

“Dias depois de terem reformado a praça, eles quebraram tudo. Aí botaram essa câmera vigiando os vândalos, que eles dizem. Mas é direito do morador. O espaço é público, aí vem uma empresa e bota uns bonecos e tudo sem perguntar se a gente quer. Ué, se eles colocaram sem perguntar, o pessoal não pode tirar sem perguntar (...)? Depois para fazer a comunidade se virar contra os que quebraram, surgiu o boato de que eles iam colocar um chafariz de chocolate na praça e que desistiram porque o pessoal não era civilizado. Ah, é muita cara de pau! Até parece que eles iam colocar chafariz jorrando chocolate na praça. Até parece! Tem que quebrar mesmo” (R1).

4.9.6 Rompimento

Por último, apresentamos a manifestação que chamamos de “**Rompimento**”, que se refere à decisão de deixar de fazer parte da comunidade em razão de uma insatisfação

insustentável com relação às ações e condutas das empresas. Quando a indignação chega a esse nível, a pessoa pode decidir mudar-se para outra localidade e deixar de fazer parte da comunidade. Essa categoria foi formada pelo código inicial **“Mudando-se por falta de perspectiva de mudança”**.

“Eu não tenho outra saída, vou me mudar mesmo. Já estamos vendo isso. Eu e o meu marido concordamos que não dá para ficar aqui. O Lucas [filho da entrevistada, nome fictício] não se deu bem com esse ar, então ou eu cuido da saúde dele ou eu fico aqui” (R1).

“Eu conheço gente que já saiu de Litoral por causa desses problemas respiratórios. Tem gente que vai morar no interior, ou até fora do estado porque não aguenta essa sujeira; o pulmão começa a reclamar” (J2).

Apresentamos no quadro 18 um resumo dos códigos que constituem a categoria **“Manifestações de indignação”**.

Categoria - Manifestações de indignação	
Tipos	Códigos Iniciais
Resignação	Sentindo-se impotente diante da indignidade Reconhecendo a impotência da comunidade enquanto grupo Aceitando o status quo como dado
Disseminação de discursos de indignação	Compartilhando a indignação com amigos Acionando a mídia para manifestar indignação Protestando em eventos coletivos Buscando apoio de ONGs para eventos de protesto Buscando apoio da mídia para eventos de protesto Buscando apoio de pessoas influentes para eventos de protesto
Processo judicial	Buscando o apoio de ONGs para processo judicial Buscando o apoio do sindicato para processo judicial Buscando o apoio dos políticos para processo judicial
Resistência estrat	Depredando a propriedade da empresa Depredando a propriedade pública desrespeitada pela empresa
Rompimento	Mudando-se por falta de perspectiva de mudança

Quadro 18: Avaliação de ações e condutas - Perspectiva temporal

Fonte: Dados da pesquisa

Encerrando este tópico, ilustramos graficamente na figura 22 as relações entre essas categorias.

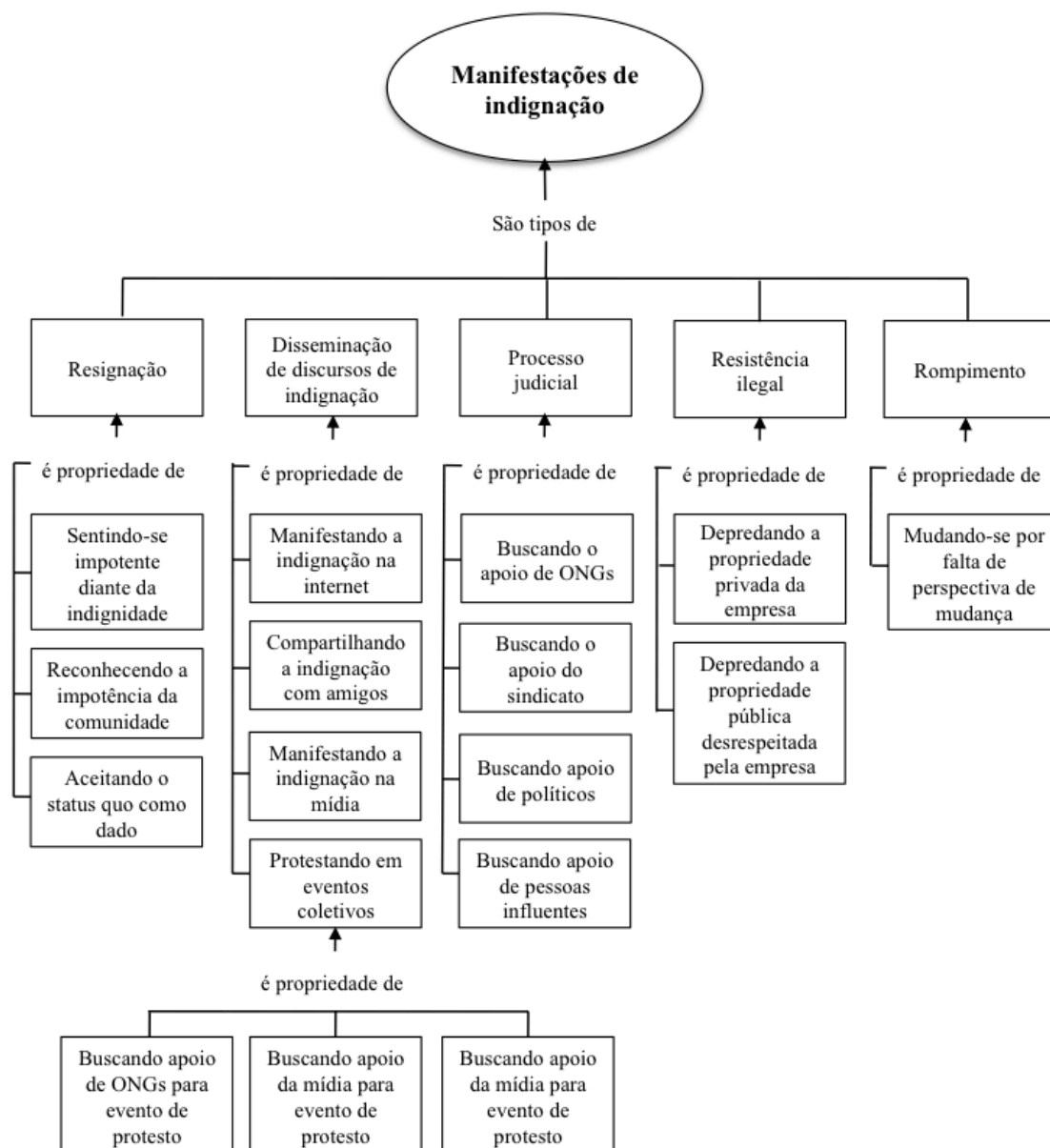


Figura 22: Mapa conceitual da categoria “Manifestações de indignação”

Fonte: Dados da pesquisa

Durante o processo de desenvolvimento desta teoria fundamentada, percebemos características do ambiente nos quais são compartilhados os significados relativos aos objetos de dignidade e símbolos de (in)dignidade, à avaliação das ações e condutas das empresas, às expectativas da comunidade quanto às relações e manifestações de

indignação. Chamamos esse ambiente de “espaço interacional”, categoria que encerra a exposição da teoria.

4.10 A comunidade como um espaço interacional: compreendendo o ambiente de construção e comunicação de significados

Poucos interacionistas simbólicos, ao longo da história, mostraram interesse sobre o tema das comunidades e da sociologia urbana. Da mesma forma, poucos sociólogos urbanos reconhecem contribuições do interacionismo simbólico para seu campo de pesquisa (LOFTLAND, 2003; PERRY; ABBOTT; HUTTER, 1997). No entanto, Park (1925, 1931) viu na intersecção entre ambos os campos de investigação uma oportunidade de enriquecer ambas as perspectivas teóricas. Para ele:

“Por causa da oportunidade que isso [a intersecção entre o interacionismo simbólico e a sociologia urbana] oferece, (...) uma grande cidade tende a revelar à visão pública de forma massiva todo o caráter humano e os traços que são ordinariamente obscurecidos em comunidades menores. A cidade, resumidamente, mostra o bom e o mau da natureza humana. Este é o fato que, mais que qualquer outro, justificaria a visão que faria da cidade um laboratório ou clínica no qual a natureza humana e os processos sociais possam ser convenientemente estudados” (PARK, 1925, p. 32).

Estamos de acordo com esse posicionamento com Robert Park. Nesta pesquisa, em que buscamos desenvolver uma teoria sobre a dignidade no âmbito da relação entre dois atores sociais – empresas e comunidades de local – ficou evidenciado que a intersecção entre o interacionismo simbólico e o estudo de comunidades urbanas pode revelar também a comunidade como um ambiente de interação adequado para se compreender a natureza da atuação organizacional conforme percebida pelas pessoas. Os processos sociais relativos à interação entre esses dois atores sociais se evidenciam nesse espaço, onde objetos recebem ação, símbolos compartilhados comunicam percepções de (in)dignidade, expectativas são compartilhadas, julgamentos são efetuados e manifestações de indignação são expressas em ação. É nesse “**espaço interacional**”, nome da categoria que agora apresentamos, chamado comunidade, que as pessoas se relacionam, aprendem significados e símbolos convencionados pela comunidade. Nesta categoria, identificamos dois tipos de interações que ocorrem nesse espaço: interações entre pessoas e entre pessoas e o espaço. Com a inclusão da figura 23 no modelo que estamos apresentando a cada tópico desta seção, chegamos à versão final da teoria fundamentada a qual nos propusemos a construir.

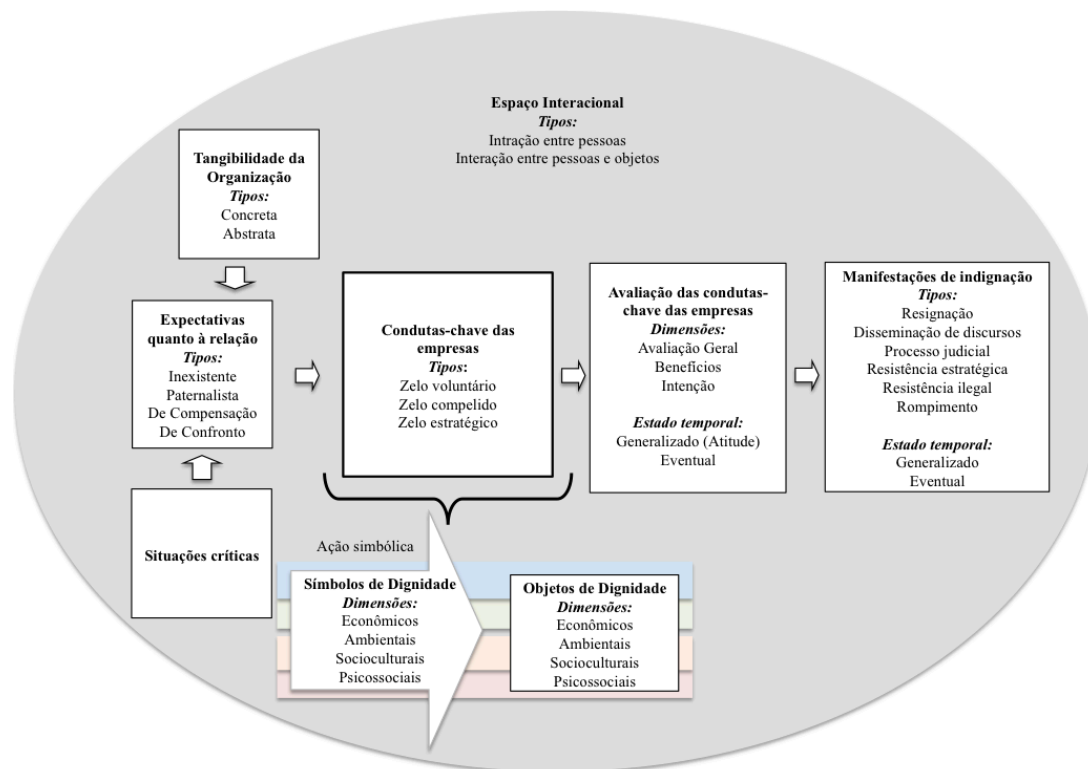


Figura 23: Diagrama da teoria – 9 (final)

Fonte: Dados da pesquisa

4.10.1 Interação entre pessoas

Enquanto analisávamos os dados, encontramos diversas descrições a respeito de como as pessoas aprendem os objetos de dignidade e símbolos de (in)dignidade. Um grupo de incidentes foi codificado e nos levou à subcategoria de “**Interação entre pessoas**”, que foi dividida em dois tipos: “**Interações primárias**” e “**Interações secundárias**”.

a) Interações primárias

Um dos tipos de interações por meio dos quais a comunidade aprende e compartilha significados se refere à interação entre familiares. Usamos o código “**Interagindo com familiares**” para agrupar as falas que nos permitiram identificar situações em que as pessoas relataram terem assimilado os significados que permeiam a relação entre a comunidade e as empresas por meio de seus familiares.

“Quando eu vim morar aqui, eu não sabia o que a Modelo significava para eles. A primeira coisa que o meu marido [que é capixaba] queria fazer era levá-los para a lojinha da Modelo. Foi logo na nossa primeira semana.

Naquele dia, eu comecei a entender o que a Modelo significava para o pessoal que mora aqui” (T1).

“Ah, desde pequena o meu pai trazia para casa os negócios da Modelo. Era camisa, relógio, tudo da Modelo. Dentro de casa a modelo era quase que uma religião. a gente tinha um *status* diferente na família porque o meu pai era o filho do meu avô que conseguiu trabalhar na Modelo” (F1).

Esses relatos sugerem a importância que a família possui no processo de construir, gerações após gerações, uma rede de transmissão de significados que permitem que a comunidade desenvolva a consciência de sua coletividade.

O código “**Interagindo com amigos**” reuniu citações semelhantes, mas que destacam o papel dos amigos mais próximos no processo de aquisição e transmissão desses significados.

“Foi um amigo meu que teve que se mudar daqui. Quando ele me falou que ia ter que se mudar por causa da poluição, aí que eu fui entender o porquê de tanta gente reclamar da Capixaba aqui. A partir daquele dia, o porto passou a me incomodar, eu comecei a ficar preocupado com essa poluição” (J2).

“Eu cresci com os meus amigos nas praças. Desde sempre eu soube que as praças são o lugar em que o pessoal se reúne para bater papo. Quando eu vou a alguma dessas cidades grandes, acho muito estranho, porque lá as praças servem para outras coisas. Ninguém lá fica nas praças. Então foi aqui, batendo papo com os meus colegas de infância, vendo os meus pais vindo para cá, era um ritual deles também, vir para cá e tomar uma cervejinha com os amigos deles, meus tios, foi aí, com essas pessoas que eu fui aprendendo que a praça era um lugar de encontrar as pessoas” (N1).

Assim, percebemos que as interações primárias, que ocorrem com amigos e familiares, contribuem para o processo de compartilhamento e manutenção de significados referentes à dignidade da comunidade e da relação com empresas. No entanto, essas não são as únicas relações que apresentam essas características.

Os espaços urbanos contemporâneos são caracterizados por um decréscimo de interações com pessoas com quem se possui um nível primário de associação, como amigos e familiares e um aumento no número de interações com pessoas com quem não se possui um elevado grau de afinidade ou regularidade de contato (LOFTLAND, 2003). Criamos a subcategoria “Interações secundárias” para agrupar os incidentes nos quais os entrevistados revelaram aprender significados de dignidade da comunidade por meio desse segundo grupo de pessoas.

b) Interações secundárias

As **interações secundárias** contemplam os contatos sociais de caráter mais efêmeros

através dos quais os membros da comunidade aprendem e compartilham os significados de dignidade. Identificamos dois subtipos de interações secundárias. O primeiro se refere às **interações cotidianas**, que se reportam a interações regulares, mas superficiais, que as pessoas possuem em uma comunidade. Em geral, essas interações ocorrem em situações de rotina nas quais as pessoas mantêm um relacionamento limitado pelos papéis categóricos que desempenham no contexto da interação (por exemplo, passageiros/cobrador/motorista). O subtipo **Interações Cotidianas** foi construído a partir do código inicial “**Interagindo com pessoas de contato regular superficial**”, usado para reunir incidentes em que as pessoas relataram ter aprendido significados de dignidade através de interações rotinizadas.

“Quando vieram falando dessa coisa de venderem a Modelo, eu só fiquei sabendo no ônibus. Todo dia eu pego o ônibus para o trabalho e vou sempre com o mesmo pessoal. A gente já se conhece. Ninguém se encontra fora dali, mas acaba ficando um contato, a gente fica fazendo brincadeira para passar o tempo. Ali era a situação que eu ficava sabendo, tinha gente ali que já trabalhou na Modelo, que tem filho que trabalha, então era o papo durante um bom tempo” (L1).

O segundo subtipo de **interações secundárias** que encontramos foram as que chamamos de **Interações Ocasionais**, que se refere a contatos de curta duração entre pessoas sem relacionamento regular, mesmo que superficial. Trata-se de interações verbais ou apenas visuais que duram minutos ou até segundos, mas que são suficientes para que membros da comunidade comuniquem uns aos outros os significados convencionados de dignidade. O código inicial “**Falando com pessoas eventualmente**” foi usado para reunir esse tipo de incidentes.

“Teve uma vez que eu conversei com um cara que trabalha na Modelo e é do sindicato e ele comentou que ia ter uma passeata, e me chamou. Eu não fui, mas ali foi que eu fiquei sabendo o que estava acontecendo. (...) A gente estava na fila do supermercado (...) Nunca mais vi, não conhecia ele, foi um papo de fila de supermercado mesmo. Eu fui lá quando saí e não sabia que o problema com a Modelo estava naquele nível. Não imaginava mesmo. Então, tinha pessoas que puxavam papo com os outros nas ruas, que iam espalhando a situação” (L1).

“Já cansei de ver discussão entre o pessoal daqui sobre o caso da venda da Modelo. Tem gente que defende até o último momento tudo o que ela faz. Um dia desses em um restaurante eu vi uma pessoa comentando que a Mundial está tentando ainda na justiça ter o direito de fragmentar a fábrica, que é vender o maquinário, fórmulas e imóveis da antiga Modelo. A pessoa que falou estava indignada. Aí eu fui entendendo. Isso é revoltante porque pode afetar um monte de gente. Mas para você ver, eu só fiquei sabendo disso porque escutei um papo de uma outra mesa de um restaurante” (O1).

Nem sempre é necessário que haja comunicação verbal para que se caracterize uma

interação ocasional. Conforme afirmado por Simmel (1971, 1950), nas sociedades urbanas há uma grande preponderância de ocasiões em que as pessoas interagem visualmente e não necessariamente escutam-se mutuamente. Sob o código inicial **“Observando pessoas visualmente”**, reunimos as falas que indicaram casos em que as pessoas aprenderam significados de dignidade a partir da interação visual com outros membros da comunidade.

“Domingo eu estava tomando uma cerveja na praia e um casal com duas crianças foi chegando na praia. Tinham pinta de que eram de fora, não eram brasileiros, não. Eu só vi eles se assentando, tal, colocando a canga no chão. Aí o pai levou as crianças para a água. Na hora eu vi uma pessoa, que parecia ser daqui, correndo em direção a eles, eles ficaram conversando um pouco e o cara [o suposto morador da comunidade] fazia sinal, apontando para o porto. Foi engraçado, ele estava tentando mostrar para o gringo que a praia é poluída. (...) Eu não ouvi o que eles falaram, mas deduzi porque eu vi. Só pode ser isso” (R1).

“Rapaz, teve uns dois anos que a poluição foi tanta que o pessoal começou a andar de máscara. Tipo aquelas, que o pessoal estava usando aí, da gripe suína. Só que não era por causa da gripe suína, era porque a Capixaba estava poluindo demais, o pessoal estava percebendo. Já imaginou uma pessoa de máscara na praia? Marquinha de bronzeado de máscara e tudo! Chamou muito a atenção, na época” (J2).

Todos esses casos de interações primárias e secundárias ocorrem entre pessoas. Entretanto, identificamos também situações em que os entrevistados relataram ter interagido simbolicamente com o próprio espaço físico da comunidade, o que nos levou ao segundo tipo de eventos em que as pessoas compartilham significados no espaço interacional: **interações entre pessoas e espaços**.

4.10.2 Interações entre pessoas e espaços

Conforme mostrado nas categorias **objetos de dignidade e símbolos de (in)dignidade**, espaços não são apenas um fenômeno físico, mas também simbólico. Dependendo de como sejam imaginados ou interpretados, os espaços podem evocar sentimentos que vão de profunda associação afetiva a repulsa extrema. Entre os incidentes que encontramos nos dados que refletem interações do tipo pessoas-espaço, identificamos dois subgrupos: **“interações passadas com o espaço e interações potenciais com o espaço”**.

a) Interações passadas com o espaço

Experiências passadas propiciam aos membros da comunidade ligações emocionais a lugares. Quando esse espaço é um **objeto de dignidade**, possíveis intervenções por

parte de empresas podem fornecer elementos que permitem aos membros da comunidade interpretar ações ou condutas (in)dignas. Por exemplo, ao lembrar-se de vivências em um espaço que evoca sentimentos associados à dignidade e ver alterações nesse local, pessoas podem experimentar sentimentos de “despejo” ou “destruição de uma infância digna”, como relatam os entrevistados cujas falas apresentamos a seguir e que foram codificadas com o termo **“Lembrando dos sentimentos associados a espaços”**.

“A minha pracinha de criança é insubstituível. Eu olho para isso aqui agora e me dá tristeza. Pode até ser uma praça legal, mas não é mais minha, fui despejada. Aqui eu me sinto até estranha, parece que eu estou pedindo um favor pisando aqui. Destruíram parte do meu passado, que era muito digno. Aquele lugar não existe mais. É chique demais e ao mesmo tempo não tem a nossa cara. Tem a cara deles. Então eu olho para essa praça, eu lembro de tudo o que vivi aqui e vejo que as coisas estão mudando mesmo. A comunidade está perdendo a autonomia, a dignidade, eu vejo isso quando vejo a praça” (J2).

b) Interações potenciais com o espaço

Outra forma de interação entre pessoas e o espaço se refere a interações produzidas imaginativamente por membros da comunidade. Os incidentes em que se identificaram interações potenciais foram reunidos sob o código **“Imaginando interações com o espaço”**.

“Aqui na parte de Litoral em que eu moro, as nossas praias estão boas para banho, ainda. Eu vejo muita gente de outras partes de Litoral aqui, é o pessoal que vem para cá porque do lado deles já não tem praia por causa da Capixaba. Quando eu olho para as praias poluídas de Litoral e volto para cá onde eu moro e vejo a praia daqui, que é limpa, eu começo a imaginar se algum dia a gente vai perder isso aqui também. Será que os meus filhos vão ter essa praia? Esse medo vai me deixando revoltado. Será que um dia eu vou ter que pegar um carro e ir para outro bairro, cidade para pegar uma praia? É um desconforto que sempre acompanha a gente” (I1).

“Uma das fábricas que a Modelo tem aqui está abaixo da capacidade de produção, pelo que falam. Dizem que a Mundial vai trazer alguns produtos para essa fábrica. Dá para ver que tem muito espaço livre lá naquele terreno. O pessoal fala que aquilo lá vai ser ampliado nos próximos anos. Já pensou o que não vai ter de emprego quando eles fizerem isso? Cada vez que eu passo ali, eu oro para que eles façam logo isso, porque ia resolver a vida de um monte de gente” (K1).

Como lugares podem representar **objetos de dignidade**, as pessoas, ao reprovarem determinadas ações e condutas empresariais em alguns espaços, podem imaginar que ações semelhantes possam vir a ocorrer em espaços que representam a sua dignidade. No incidente identificado na entrevista do I1, ao interagir com a praia mais próxima à sua residência, que é considerada própria para banho, ele se recorda da poluição que a

Capixaba despeja na praia situada mais próxima de suas imediações e imagina se o seu espaço livre para convívio social não poderá vir a ser violado, o que lhe causa um “desconforto”. De forma semelhante, a expectativa de que determinados espaços passarão por intervenções empresariais pode despertar a imaginação de uma futura promoção da dignidade em tal espaço, como é o caso do K1, que imagina que uma possível expansão em uma fábrica da Modelo possa vir a representar uma promoção da dignidade econômica da comunidade.

O quadro 19 apresenta um resumo dos códigos e subcategorias que compuseram a categoria “Espaço Interacional”.

Categoria - Espaço interacional				
Tipos	Códigos Iniciais			
Interação entre pessoas	Interações primárias	Interagindo com familiares		
		Interagindo com amigos		
	Interações secundárias	Interações cotidianas	Interações com pessoas de contato regular superficial	
		Interações ocasionais	Falando com pessoas eventualmente Observando pessoas eventualmente	
Interações entre pessoas e espaços	Interações passadas com o espaço	Lembrando dos sentimentos associados a espaços Imaginando interações no espaço		

Quadro 19: Espaço Interacional

Fonte: Dados da pesquisa

A seguir, ilustramos por meio de um diagrama as relações entre os códigos e subcategorias que levaram à construção da categoria apresentada nesse tópico.

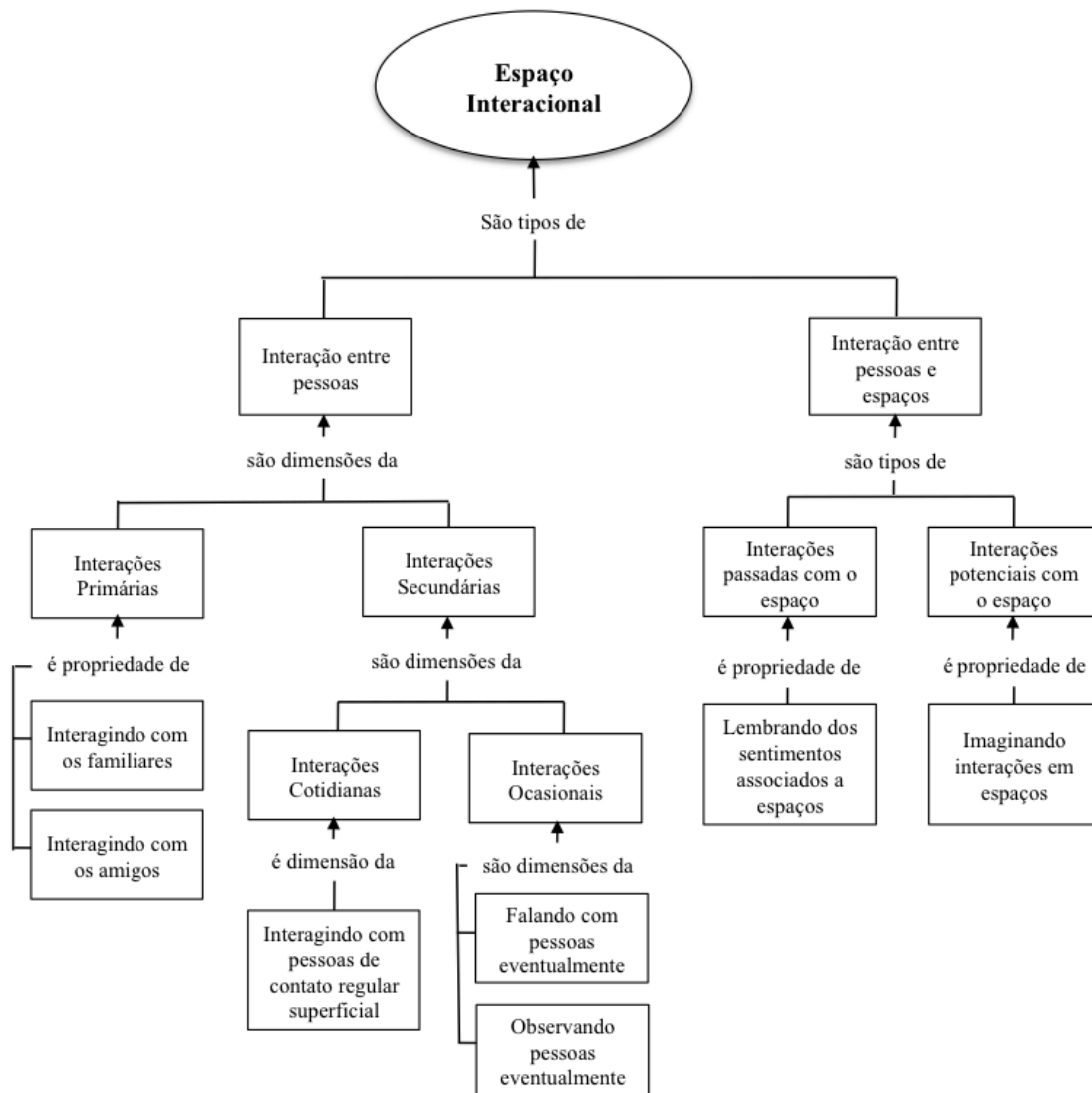


Figura 24: Mapa conceitual da categoria “Espaço Interacional”

Fonte: Dados da pesquisa

Embora eu afirme que as pessoas interpretam as relações com as organizações como dignas ou indignas, é importante ressaltar que este entendimento é construído ao longo da sua execução, não sendo, portanto, estanque e estável. A classificação que farei a seguir em termos de promoção e violação da dignidade não deve ser vista como estanques, mas sim como avaliações que passam por processos de ressignificação. A própria interação com o pesquisador pode ter levado pessoas a considerar elementos anteriormente ignorados na avaliação de relação com a empresa.

A comunidade é um **espaço interacional**. Os seus membros se lembram das **reações** que as pessoas tiveram diante de determinados fatos, criando, assim, uma **memória coletiva** a respeito do que ocorre ali. Ao interagirem nesse espaço, eles também

conhecem suas **expectativas** mútuas quanto ao futuro. Por isso, o espaço interacional é onde a comunidade se torna coletiva e reflexiva. Sem o espaço interacional, não haveria sentido falar em pensamentos ou ações coletivas de uma comunidade.

O espaço interacional da comunidade inclui tanto ambientes privados como residências e locais de trabalho como lugares públicos como praças, ruas e bares. Qualquer lugar que permita interação tanto com pessoas íntimas como com desconhecidos e objetos é um espaço interacional da comunidade, ou seja, um ambiente em que os significados a respeito da dignidade da comunidade e da sua relação com empresas podem ser criados, compartilhados e modificados.

5. DISCUSSÃO

O objetivo desse estudo foi o de compreender como são socialmente construídos os significados de dignidade no âmbito da relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica. As experiências relatadas pelos membros da comunidade e os demais dados que obtivemos durante a pesquisa sugerem que a dignidade no âmbito da relação entre empresas e comunidade não é interpretada por seus membros de forma absoluta, mas de acordo com os significados de dignidade segundo cada um deles. A dignidade não possui um significado inerente; sendo assim, sob uma perspectiva interacionista, não é possível identificar o que representa em absoluto a dignidade de uma comunidade nem mesmo realizar um julgamento de uma relação inerentemente digna ou indigna entre atores sociais. Neste capítulo, retorno à literatura com a intenção de contrastar a teoria construída com uma abordagem interacionista que acreditamos possibilitar uma rica discussão dos resultados: o Interacionismo Simbólico Estrutural de Stryker (1980, 1983, 1987, 1991, 1997).

A escolha pela perspectiva de Stryker para realizar a discussão da teoria se deu por algumas razões. Na literatura, destaca-se uma suposta limitação do Interacionismo Simbólico para analisar a relação entre estruturas sociais e o indivíduo. A atenção excessiva nas minúcias das relações pessoais característica dos princípios do Interacionismo Simbólico (ÁLVARO, GARRIDO, 2003; STRYKER, 1980; DOLCH, 2003) poderia dificultar o desenvolvimento de um estudo interacionista que fosse capaz de contemplar os aspectos estruturais macro que ajudam a compreender as relações micro de análise.

Dado o embasamento da *Grounded Theory* nos alicerces do Interacionismo Simbólico, a crítica a respeito de uma suposta limitação estrutural da abordagem interacionista é estendida por alguns autores à *Grounded Theory*. Burawoy (1991, p. 282) - afirma que a *Grounded Theory* desconsidera o poder em contextos micro e que ela "reprime as forças macro mais gerais que tanto restringem a variação como geram a dominação na esfera micro". Layder (1998, p. 10) endossa a crítica em relação à adequação do método ao estudo de aspectos estruturais ao escrever que a metodologia "é epistemologicamente e ontologicamente comprometida com a negação da existência de fenômenos que não sejam apenas ou meramente comportamentais".

Gibson (2007) afirma que tem sido difundida a ideia de que a inclusão de aspectos macro no desenvolvimento de uma teoria fundamentada prejudicaria a emergência dos dados, já que as pessoas possuem ideologias arraigadas sobre a estrutura social e dificilmente iriam ao campo abertos a interpretar dados de forma conflitante com suas ideologias. Segundo esse argumento, é mais provável que um adepto da *Grounded Theory* force seus dados ao analisar aspectos macro que ao teorizar sobre aspectos micro.

Seria a *Grounded Theory*, como sugerem as proposições expostas no parágrafo anterior, uma metodologia que não oferece possibilidades metodológicas para a inclusão da relação entre estrutura e indivíduo nas teorias que produz? Se a teorização é a única forma de conceber a sociedade de uma forma diferente (JAMESON, 1990; KARAKAYALI, 2004), seria razoável defender que a *Grounded Theory* é um método que não permite ver além das aparências das relações micro da sociedade?

Charmaz (2006) discorda dos questionamentos citados no parágrafo anterior. Ela afirma que a *Grounded Theory* permite a adoção de métodos mistos de coleta de dados que incluem, por exemplo, a utilização de documentos. O uso de informações de mídia também pode ser útil nesse sentido (GLASER, 2009b). Triangulações de dados ajudam a abranger o contexto macro no desenvolvimento da *Grounded Theory*.

No caso da teoria aqui apresentada, entendemos que ela não se ateve às minúcias da interação entre indivíduos. A categoria “expectativas quanto à relação”, por exemplo, permitiu encontrar elementos que remetem a como condições estruturais e culturais, como o paternalismo, podem influenciar a maneira como os membros da comunidade percebem as condutas empresariais. Situações críticas de caráter econômico ou ambiental podem também alterar as expectativas existentes na comunidade a respeito da relação com as empresas. Assim, acreditamos que este estudo pode servir como um exemplo que apoia o posicionamento de Charmaz (2006) e Glaser (2009b) exposto no parágrafo anterior.

Conforme sugerido por Hildenbrand (2007) e Araujo e Álvaro (2010), realizar a discussão de uma teoria fundamentada com alguma perspectiva sociológica que dialogue entre macro e micro pode ser interessante no sentido de ampliar o potencial de compreensão do estudo. Sheldon Stryker (1980, 1983, 1987, 1991, 1997), que criticava a posição substancialista entre indivíduo e sociedade encontrada no

pensamento interacionista prevalecente na Escola de Chicago, é representante da vertente da teoria sociológica que defende uma concepção histórica e não simplesmente evolucionista da sociedade (SCHELLENBERG, 1978). Para ele, ação e estrutura social são faces de uma mesma moeda e, portanto, indissociáveis: a realidade social é vista como uma construção dos atores sociais e estes são influenciados pela própria estrutura. Com isso, atentar para as interações, sem buscar relacioná-la com sua interdependência com a estrutura, seria desenvolver uma teoria psicossociológica da realidade social que abrange processos, mas ignora a construção dos atores sociais. Por essa razão, escolhemos a abordagem interacionista simbólica estrutural de Stryker como referência teórica para a realizar da discussão da teoria que desenvolvemos.

Para compreender os conceitos socialmente construídos de dignidade em uma comunidade, é preciso compreender o que seus moradores julgam como sendo representante da sua dignidade. Acreditamos que o conceito de **objetos de dignidade** e suas dimensões ambiental, econômica, psicossocial e sociocultural, que emergiram durante a construção da teoria, possam ser úteis para facilitar a compreensão de relações de dignidade entre empresas e comunidade.

“O comportamento é dependente de um mundo nomeado ou classificado. Os nomes ou classes atrelados a aspectos do ambiente, tanto o físico como o social, possuem significado na forma de expectativas comportamentais compartilhadas que surgem da interação social. A partir da interação com outros, as pessoas aprendem a classificar objetos com os quais entram em contato e nesse processo também aprendem como deve se comportar diante desses objetos” (STRYKER, 1980, p. 53-54).

Os membros da comunidade classificam e nomeiam os elementos que representam a sua dignidade. Eles não respondem a um mundo com significados inerentes, mas a um mundo categorizado, que é objeto de classificação. Expressões que comunicavam a preocupação por uma “vida mais digna” foram recorrentes nos dados e usadas por entrevistados para retratar a necessidades que, quando satisfeitas, trazem dignidade para suas vidas. Essas necessidades se referiam a aspectos físicos - como a praia e o ar - e sociais, como o sentimento de orgulho e o convívio social. Tais necessidades não são manifestações isoladas e individuais: elas refletem expectativas compartilhadas que surgem do processo de interação social entre os membros da comunidade e as empresas.

O ambiente social, físico e biológico que forma uma comunidade é simbólico. O comportamento dos membros da comunidade não é fragmentado e produzido segundo

os julgamentos individuais a cada situação. Há símbolos presentes no ambiente que orientam e organizam o comportamento coletivo da comunidade.

Na perspectiva interacionista, símbolos direcionam a atenção para elementos salientes em uma situação interativa e permitem que as pessoas organizem preliminarmente os comportamentos que são apropriados a dadas situações. Os **símbolos de (in)dignidade**, outro conceito construído na teoria que aqui apresentamos, apresentam definições convencionadas e compartilhadas para serem usadas em situações rotineiras. Assim, ao verem o polo de moda e eventos socioculturais patrocinados pelas empresas da região, as pessoas aplicam as definições aprendidas na interação com outros membros da comunidade e julgam aqueles como sendo símbolos de relações dignas com empresas. Da mesma forma, quando veem o “pó preto” que se espalha pela cidade, em geral, a comunidade interpreta o ocorrido como símbolo de uma relação de indignidade com a empresa Capixaba.

Essas definições de dignidade compartilhadas pela comunidade se encontram disponíveis para serem usadas em situações rotineiras. No entanto, algumas pessoas podem não conhecer as definições culturais de dignidade de um certo contexto em uma comunidade, como ocorre com um recém-chegado ou com uma criança que cresce naquele ambiente. Nesses casos, as pessoas geralmente aprendem as definições convencionadas de dignidade por meio de situações de interação. Entretanto, em momentos de mudança social, algumas definições de dignidade compartilhadas na comunidade podem ser testadas diante de novas experiências. Essas definições podem ser revisadas e reformuladas. No caso da comunidade de Litoral, as definições do que representa a dignidade do grupo foi redefinida por ocasião de momentos de crises, que chamamos de **“situações críticas”**. Ao sentirem sua dignidade ameaçada, os membros da comunidade precisavam reconstruir suas definições a respeito do que representa a sua dignidade, uma vez que o contexto em que os símbolos foram formados já não era o mesmo. Um exemplo disso é o momento em que foi anunciada a venda da Modelo. Em um cenário diferente do rotineiro, determinados objetos podem deixar de remeter a certos significados: uma moradora que não via a poluição da Modelo como um problema passou a sentir-se indignada a partir do momento em que essa poluição passou a colocar em risco a vida de seu filho. As interações que ocorrem entre os membros da comunidade servem para validar ou desafiar essas novas tentativas de definir o que vem a ser a sua dignidade.

Criar uma definição para uma situação envolve classificar o ambiente em seus aspectos humanos e não humanos. Envolve nomear os outros e a si mesmo. O Interacionismo Simbólico Estrutural de Stryker, que representa uma proposta de avançar o interacionismo meadiano no sentido de compreender a dinâmica de troca entre estrutura social e indivíduo por meio de um diálogo com a teoria dos papéis, direciona essa discussão para o conceito de papéis.

“Entre a classe de termos aprendidos nas interações encontram-se os símbolos que são usados para designar posições que são componentes morfológicos relativamente estáveis da estrutura social. Essas posições trazem expectativas comportamentais compartilhadas que são convencionalmente chamadas de papéis (...). Pessoas que agem no contexto de padrões organizados de comportamento, isto é, no contexto de uma estrutura social, se nomeiam de forma a se reconhecerem como ocupantes de posições. Quando eles nomeiam uns aos outros, eles evocam expectativas referentes aos comportamento mútuos. (...) Pessoas que agem no contexto de comportamentos organizados aplicam nomes a si próprios também. Essas designações posicionais aplicadas reflexivamente, que se tornam parte do *self*, criam expectativas internalizadas com relação ao seu próprio comportamento” (STRYKER, 1980, p. 54)

Ao conferirem rótulos posicionais uns aos outros, as pessoas que rotulam e as que recebem o rótulo determinam comportamentos esperados. Papéis representam expectativas atreladas a posições (STRYKER, 1980). Identificamos na categoria **“Expectativas quanto à relação”** que há na comunidade diferentes papéis imputados às organizações: o de zelar como um pai (expectativa paternalista), o de compensar a exploração de recursos com atos que satisfaçam necessidades da comunidade (expectativa de compensação) e o de buscar, de forma abusiva, explorar os recursos da comunidade (expectativa de confronto).

Esses papéis que membros da comunidade atribuem às empresas da região são sociais e simbólicos. Eles são posições relativamente estáveis, caracterizam-se como componentes morfológicos da estrutura social e permitem que a comunidade reconheça a si e às empresas como ocupantes de posições no contexto em que interagem. Papéis estão associados a contrapapéis: não há empresa que proteja como um pai sem comunidade que é protegida como filha. Não há empresa que compense a exploração de recursos com a satisfação de determinadas necessidades sem comunidade que receba essa compensação. Da mesma forma, não há empresa abusiva que enfrente resistência sem uma comunidade que é abusada e resista. Assim, as expectativas quanto à relação não retratam apenas definições que a comunidade faz sobre os papéis das empresas, mas também dos seus próprios papéis nessa relação.

Cada empresa é diferente e pode interagir com a comunidade de forma distinta, o que permite que a comunidade desenvolva diferentes expectativas em relação às empresas e a atribuir a elas diferentes papéis. A “**tangibilidade organizacional**” mostrou-se como um dos fatores que influenciam a construção de diferentes expectativas e papéis. Empresas mais tangíveis são mais frequentemente lembradas pelos membros da comunidade, o que potencializa as expectativas da comunidade em relação a elas. Desta forma, pessoas que possuem expectativas paternalistas em relação a determinadas empresas tendem a esperar mais ações paternalistas daquelas que forem mais tangíveis. Como dito anteriormente, a categoria de “**situações críticas**” também nos ajuda a compreender como esses papéis imputados pela comunidade às empresas podem se alterar a partir de mudanças contextuais.

Ao engajarem-se em um processo de responder a si próprios ao nomear e definir quem são, os membros da comunidade se engajam em um comportamento reflexivo, o que significa dizer que a comunidade possui um *self*. Uma análise da conexão entre as categorias “**expectativas quanto à relação**” e “**intepretação das condutas empresariais**” nos permite compreender melhor esse conceito. Quem diz que há uma conduta de zelo estratégico, diz que há na comunidade pessoas com expectativas paternalistas que são enganadas por empresas com interesses hipócritas. Quem reconhece uma conduta de zelo compelido, interpreta que há na empresa com a qual se interage uma intenção de violar a dignidade da comunidade a menos que seja coagido a promovê-la. Assim, os membros da comunidade que percebem essa conduta de zelo compelido na interação com alguma empresa reconhecem também que há pessoas sendo exploradas e outras que possuem o papel de coagir. Na comunidade estudada, os que veem na conduta de uma empresa um zelo voluntário, interpretam também a empresa como altruísta e a comunidade como uma entidade carente do zelo que não recebe do Estado. As expectativas que a comunidade possui da comunidade e de si estão associadas à definição que seus membros fazem da comunidade enquanto entidade social coletiva.

Uma vez que comunidades e empresas são sistemas complexos, empresas são categorizadas pelas comunidades sob múltiplos papéis, que podem levar a expectativas contraditórias de comportamento. Por exemplo, as expectativas paternalistas e de confronto são conflitantes. Essas contradições tornam mais complexo o ambiente social envolvido na interação entre empresas e comunidade.

“Ao se envolver em situações de interação, pessoas definem a situação aplicando nomes a ela, aos outros participantes da interação, a si próprios, e para características particulares da interação, e usam a definição resultante para organizar seu próprio comportamento de acordo ela (STRYKER, 1980, p. 54)”.

A visão meadiana de *self* como algo que representa um objeto para si mesmo é uma forma elíptica de afirmar que uma pessoa pode ver-se objetivamente. Os membros de uma comunidade podem ver-se sob o ponto de vista de outros da empresa ou de outros entes sociais. Essa atividade reflexiva produz consequências para o comportamento (STRYKER, 1980).

A atividade reflexiva de autodefinição procede em grande parte da classificação que os membros da comunidade fazem de si em categorias conhecidas e seus respectivos papéis já citados. Da mesma forma que papéis necessariamente implicam relações com outros, o *self* também possui essa característica (STRYKER, 1980). Mead (1972) reconheceu que os seres humanos possuem muitos *selves*, tantos quantos forem os grupos sociais com quem se interage, mas ele não foi muito além em elaborar uma estrutura do *self*. Para Stryker (1980), o princípio de que o *self* reflete a sociedade exige uma visão do *self* que corresponde à complexidade da sociedade. Ou seja, relações sociais complexas entre empresas e comunidades devem refletir uma maior complexidade no *self* de ambos os atores sociais. Assim, apoiando-nos em Stryker, podemos ver tanto as expectativas e papéis, como o *self* da comunidade de Litoral como complexos e diferenciados, e não como uma unidade pausterizada.

A complexidade da comunidade pode ser percebida pelas diferentes importâncias que os seus membros conferem aos objetos de dignidade. Alguns membros da comunidade priorizariam o emprego gerado por uma empresa, e não a sustentabilidade ambiental, caso essas duas opções se apresentassem em uma situação como concorrentes ou mutuamente exclusivas. Outros adotariam prioridades reversas. Um grupo na comunidade prefere ter uma praça pública reformada com temas de uma empresa, enquanto outro prefere que o espaço comum não seja controlado por uma empresa privada. De que forma essa complexidade de expectativas quanto às relações com as empresas – que se reflete em *selves* complexos – acrescentam complexidade para as relações entre comunidades e empresas? O Interacionismo Simbólico de Stryker nos permite responder a essa pergunta por meio dos conceitos de identidade (ou identidade de papel), saliência de identidade e comprometimento.

Identidades são partes do *self*, designações posicionais internalizadas. Elas existem

sempre que as pessoas estão envolvidas em relações em que seus comportamentos refletem papéis estruturados. Uma pessoa possui uma identidade na medida em que outros a veem como um objeto social em termos semelhantes aos em que ela se vê (STRYKER, 1980).

Um membro da comunidade pode possuir diversas identidades, como as de provedor do sustento da família, jogador do time de futebol de areia do bairro, guia turístico ou ambientalista, por exemplo. Essas identidades representam necessidades do indivíduo, neste caso, respectivamente, situadas em dimensões financeiras, socioculturais, psicossociais e ambientais. O que ocorre quando, em determinadas situações de interação, essas identidades se apresentam como concorrentes?

Aos respondermos a essa pergunta, fundamentando-nos em Stryker (1980), repousamos no conceito de saliência de identidade, que se refere a uma hierarquização das identidades que torna algumas mais importantes que outras. Quanto mais elevada for a posição de uma identidade em uma hierarquia, maior a possibilidade de que essa identidade seja evocada em situações. Algumas situações evocam apenas uma identidade, todavia à medida que há sobreposições estruturais em situações – por exemplo, quando diferentes necessidades envolvidas em uma interação impactam-se mutuamente - diferentes identidades em choque podem levar a um conflito entre expectativas contraditórias. Neste caso, o que define o comportamento? Para Stryker (1980), a posição relativa de cada identidade – e suas necessidades correspondentes - na hierarquia da saliência de identidade caracteriza-se um indicador do comportamento a ser adotado. Assim, o episódio da mãe que não via a poluição emitida pela Capixaba como um mal necessário que era compensado com ações sociais estava, naquele momento, realizando um julgamento em que prevalecia a sua identidade de provedora de sustento do lar, e não a de pessoa que zela pelo bem-estar ambiental. No entanto, após problemas respiratórios colocarem a vida do seu filho em risco, ela realizou uma nova definição da situação. Nesse cenário alterado, a sua identidade de mãe que zela pela saúde de filho mostrou-se mais saliente que a de provedora do sustento da família. Isso nos ajuda a compreender a sua decisão de manifestar sua indignação por meio do rompimento com a comunidade.

Quando os relacionamentos de uma pessoa dependem de ela adotar um papel específico, ela tende a se comprometer a “desempenhar” aquele papel. Esse conceito de “comprometimento” é essencial para compreender o porquê de os membros da

comunidade apresentarem diferentes **avaliações de ações e condutas** das empresas. Baseando-nos em Stryker (1980), podemos dizer que a pluralidade de posicionamentos entre os membros da comunidade ocorre devido a diferentes saliências de identidade e comprometimento entre os moradores. Desta forma, a pesquisa realizada mostrou que o conceito de “comunidade de local” (DUNHAM et al., 2006), que trata a comunidade como um grupo homogêneo, não se apresentaria como adequado como referência para o estudo de relações entre empresas e comunidades sob uma perspectiva interacionista. Ao vermos a sociedade como um sistema complexo, o *self* deve ser igualmente visto em suas variações e pluralidade, ideia que o conceito de “comunidade de local” não parece ser suficiente para sustentar.

Os julgamentos e comportamentos dos membros da comunidade são influenciados pela definição que fazem de situações de interação e de si. No entanto, como se formam os padrões existentes na comunidade em termos de construção de papéis?

“O comportamento social não é, no entanto, determinado por essas definições, embora definições prévias possam constringer definições alternativas que emergem da interação. O comportamento é produto de um processo de construção de papéis, iniciado pelas expectativas evocadas no processo de definir situações, mas desenvolvido por meio de uma tentativa, às vezes extremamente sutil, de explorar trocas entre atores que possam redesenhar a forma e o conteúdo da interação” (STRYKER, 1980, p. 54-55).

As diferentes interpretações que os membros da comunidade fazem a respeito dos aspectos que envolvem a dignidade na relação com as empresas da região não são independentes. Embora não haja apenas uma comunidade - consensual e homogênea - ela não deve ser vista em um extremo de fragmentação, como uma soma de interpretações individuais. Percebe-se a formação de diversas comunidades, aqui entendidas como sistemas interacionais que, de maneira razoavelmente estruturada, compartilham papéis, expectativas e saliências de identidade.

As pessoas definem seus papéis e estruturam seus *selves* por meio da exploração provisional das expectativas do outro. Adotando a perspectiva interacionista simbólica estrutural, podemos dizer que há tipos de pessoas que os membros de uma comunidade podem ser. Como os membros da comunidade tomam conhecimento dos papéis e contrapapéis disponíveis para serem representados naquele ambiente? Analisamos esse processo usando os conceitos de papéis e socialização, somado ao conceito de “**Espaços Interacionais**” apresentado nesta pesquisa.

Os membros da comunidade acessam os papéis do outro membro colocando-se no lugar do outro e tentando observar o ambiente pelo seu olhar. Esse processo de antecipar as respostas alheias com quem interage socialmente se chama tomada de papel. A soma desse teatro simbólico com o acúmulo de experiências permite a construção de uma definição da atitude do outro, que pode então ser validada, invalidada ou alterada na interação. Membros da comunidade assumem o papel do outro com o objetivo de tentar antecipar as possíveis consequências de ações que eles possam vir a adotar. Assim, seu comportamento é sustentado ou modificado com base nesse processo de assumir o papel do outro (STRYKER, 1980).

Esse processo de aprendizagem ocorre em um contexto mais amplo, chamado socialização. Esse é o processo pelo qual um novo membro da comunidade – seja alguém que se mudou para a cidade ou um alguém que nasceu e se desenvolveu naquele ambiente - incorpora os padrões organizados de interação referentes àquele contexto. Durante o processo de socialização, a pessoa realiza o exercício de ser imaginativamente o outro, de aprender vicariamente quais são as possibilidades de ação e suas respectivas consequências.

Para Stryker (1980), dois mecanismos são principais na composição desse processo de socialização. Primeiro, as pessoas buscam validar suas identidades mais salientes adotando comportamentos de forma a testá-las e validá-las com base nas respostas de outras pessoas. Assim, ao construir uma identidade baseada em definições sociais, os membros da comunidade tendem a adotar comportamentos alinhados a tais definições. Segundo, quando a identidade é definida de forma a refletir as normas e valores culturais gerais predominantes no ambiente da comunidade, o comportamento serve também como produtor de autoestima (STRYKER, 1980).

Todavia, algumas sociedades possuem conflitos endêmicos e são alicerçados em diferentes sistemas de normas e valores que coexistem no mesmo cenário societal mais amplo, o que caracteriza diferentes sistemas interacionais. Na comunidade de Litoral, esses sistemas de normas e valores se manifestam no âmbito de **espaços interacionais** comuns. Isto significa que há sistemas paralelos e conflitantes de interação que comunicam distintas formas de interpretar a dignidade no âmbito da interação entre empresas e a comunidade. Esses sistemas concorrentes criam uma tensão endêmica no ambiente da comunidade.

A pesquisa possibilitou identificar quatro sistemas interacionais que se manifestam nos espaços simbólicos da comunidade. Em um dos sistemas, as pessoas apresentam expectativas paternalistas em relação às empresas, interpretam a conduta empresarial diante da comunidade como zelo voluntário e avalia as ações empresariais como “dádivas” ou “de cavalo dado não se olham os dentes”. Esse grupo parece estar alicerçado nos valores culturais brasileiros e capixabas que remontam a relações patriarcais, que se manifestaram historicamente nas relações entre Senhor do Engenho e escravos, latifundiário e trabalhador da lavoura e, mais recentemente, no relacionamento entre Wilhelm, Anton e seus descendentes e a comunidade de Litoral, formada ao redor e em função da sede da empresa Modelo.

Em outro sistema interacional, caracterizado por pessoas com expectativas de uma relação negociada com as empresas, os moradores aceitam realizar trocas compensatórias que permitem que, na sua concepção, empresas e comunidades beneficiem-se mutuamente. Para estes, o zelo praticado pelas empresas é estratégico, o que é tolerável sempre que as ações empresariais, sejam hipócritas ou altruístas, tragam benefícios para a comunidade. Se este for o caso, a empresa não terá feito “nada mais que a obrigação”. Contudo, caso a compensação oferecida pela empresa não seja vista como benéfica para a comunidade, ela será vista como insuficiente, mesmo que interpretada como altruísta, afinal, “de boa intenção o inferno está cheio”. Essa identidade parece estar alinhada à visão capitalista contemporânea que preza pelo desenvolvimento econômico e por ações empresariais sociais compensatórias, contidas, por exemplo, no discurso da Responsabilidade Social Corporativa.

Um terceiro sistema interacional encontrado nos dados se refere àquele caracterizado por pessoas que possuem expectativas de confronto em relação às empresas e que veem o zelo como necessariamente compelido. Para esses membros da comunidade, as ações da comunidade são como “doce na boca de criança boba” ou similares a um “presente de grego”. O uso do termo “emboaba” por duas pessoas com essas características quando se referiam aos estrangeiros que comandam as empresas situadas na região sugerem uma influência do comportamento indígena capixaba de resistir e lutar contra a dominação exploradora dos forasteiros na identidade saliente nesse sistema interacional. A título de complementação de informação: durante as entrevistas foram relatados dois casos de comunidades indígenas do Espírito Santo que têm tido conflitos com empresas em razão de uma alegada exploração abusiva de

recursos ambientais e culturais.

Os membros da comunidade que possuem expectativas inexistentes com relação às empresas da região formam um quarto sistema interacional. Esse grupo, ao ignorar a existência das empresas ou ao não refletirem sobre a existência delas, não representa o ambiente simbolicamente. Porém, quando enfrentam situações problemáticas – ocasião em que o comportamento habitual pode não ser suficiente - as pessoas que vivenciam esse sistema interacional precisam encontrar uma forma de simbolicamente desenvolver uma definição da situação de forma a melhor lidar com o problema.

Ilustramos a ideia de sistemas interacionais coexistentes no espaço interacional da comunidade por meio da figura 25.

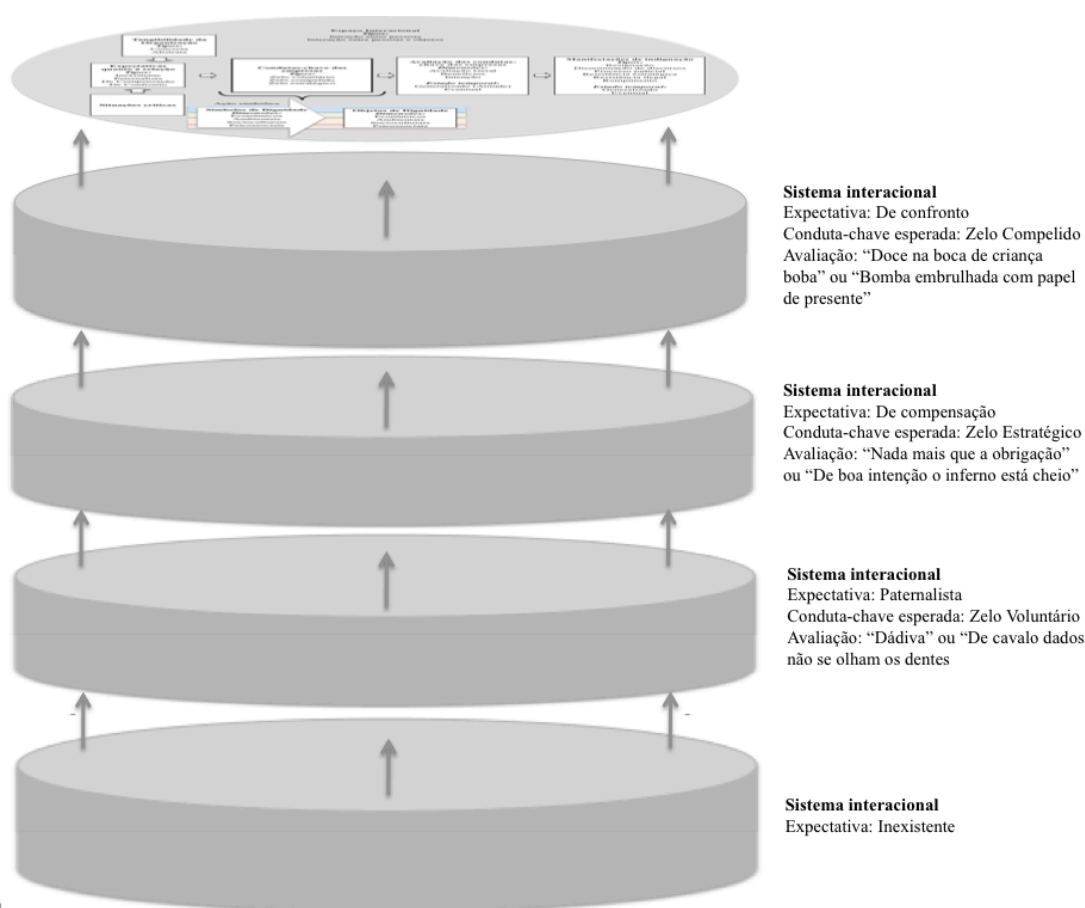


Figura 25: Sistemas interacionais relativos à dignidade no âmbito da relação entre comunidade e empresas

Fonte: Dados da pesquisa

Para Stryker (1980), apesar do potencial criativo das pessoas para criar possibilidades de relacionamentos, a maioria das suas interações tende a ocorrer com um grupo

restrito de pessoas, que geralmente estão ligados em redes de contato, comportando-se de formas semelhantes. Na teoria apresentada nesta pesquisa, chamamos esse tipo de interações de primárias, que são unidas em relacionamentos que apresentam determinados padrões de conteúdo.

Essas divisões podem ser identificadas em grande parte das sociedades industrializadas na forma de estrutura de classes e de poder. Desta forma, comunidades industrializadas podem ser entendidas como entidades diferenciadas. Uma consequência dessa divisões entre sistemas interacionais é o fato de que as pessoas interagem umas com as outras apenas em certos lugares e situações. Os relacionamentos que ocorrem no âmbito de determinados sistemas interacionais não são aleatórios. Baseando-nos em Stryker (1980), podemos sugerir que as interações primárias e secundárias são limitadas pela diferenciação existente na estrutura social da comunidade. Embora a teoria desenvolvida e apresentada nesta pesquisa não tenha realizado um diálogo entre as esferas macro (estrutura social) e micro (interação), entendemos que a discussão que Stryker faz sobre essa conexão pode ser útil para avaliarmos possíveis mudanças nos padrões de interação em uma comunidade ao longo do tempo.

“O grau em que papéis são feitos, em vez de simplesmente desempenhados, assim como os elementos constitutivos que levam à construção dos papéis, dependerão das estruturas sociais mais amplas nas quais as situações de interação estão inseridas. Algumas estruturas são abertas; outras, relativamente fechadas com respeito à inovação em papéis e à ativação de papéis ou atuações. Todas as estruturas impõem alguns limites aos tipos de definições que podem ser ativadas e, assim, limitam as possibilidades de interação. (...) À proporção que papéis são feitos, em vez de apenas desempenhados como dados, mudanças podem ocorrer no caráter das definições, nos nomes e nas classes de termos que essas definições usam, e nas possibilidades para a interação; e tais mudanças podem, por sua vez, levar a mudanças nas estruturas sociais mais amplas nas quais as interações ocorrem” (STRYKER, 1980, p. 55).

Segundo Stryker (1980), se a pessoa social é formada na interação e a estrutura social molda as possibilidades de interação, pode-se dizer que a estrutura molda também a pessoa. Seguindo esta lógica, se a pessoa altera os padrões de interação, esses padrões alterados podem por sua vez mudar a estrutura social.

Uma comunidade se constitui de diversos sistemas interacionais. Todo sistema é formado por partes interrelacionadas. Como essas partes podem ser especificadas? As interações entre as pessoas variam em termos de frequência, periodicidade e em significância para os envolvidos, como observamos na categoria **“Espaço**

interacional”, na qual apresentamos as categorias de interações com familiares e amigos (primárias) e com pessoas de contato regular e eventual (interações secundárias).

As interações variam em termos do grau em que elas possibilitam a formação de grupos, definidos por Stryker (1980) como redes de interação nas quais há alto grau de proximidade e interação mútua. Os componentes desses grupos também possuem um senso de pertença e de interdependência quanto a metas comuns. As normas e valores que orientam os comportamentos esperados em um grupo não necessariamente se aplicam da mesma forma a todos os membros do grupo. As estruturas de relacionamento em grupos são diferenciadas e caracterizadas por posições e papéis.

Stryker (1980) defende que os grupos são o ponto de conexão entre a pessoa e a estrutura. A maioria das interações pode ser entendida como atuações de pessoas dentro do contexto de seus grupos. As estruturas sociais impactam na formação, manutenção e dissolução de grupos, definindo um repertório de tipos de pessoas que é possível se tornar. Os grupos tendem a ser compostos por pessoas com características semelhantes e que aprendem a conferir significados semelhantes aos objetos – incluindo a si próprios. Que implicações esse aspecto da teoria de Stryker traz para a relação entre empresas e comunidades? Estariam os membros da comunidade limitados geração após geração a escolher um dos quatro sistemas interacionais encontrados nos dados?

Na abordagem interacionista simbólica estrutural, o grau em que os papéis podem ser criados, e não apenas desempenhados, depende do tipo de estrutura social na qual as interações ocorrem. Há pouco espaço para improvisação em uma prisão, mas havia, por exemplo, grandes possibilidades para construção de papéis nos estágios iniciais da formação de comunidade de Litoral.

Situações críticas como problemas de natureza ambiental grave ou a possibilidade de determinada empresa realizar uma demissão em massa podem ser entendidos como momentos propícios para a formação de novos sistemas interacionais. Ao analisar a história da comunidade de Litoral, parece razoável interpretar que enquanto os papéis paternalistas e de confronto parecem ter raízes históricas que remetem aos tempos da colonização capixaba, o papel que evoca relações compensatórias pode ter surgido

mais recentemente, uma vez que a noção de troca entre empresas e comunidade é frequentemente vista como uma concepção alicerçada nos fundamentos capitalistas (DUNHAM et al., 2006; IONESCU-SOMERS, 2006; SALZMANN; PRINZHORN, 2006). Não encontramos na história do Espírito Santo indícios mais remotos de um sistema interacional de compensação. É possível que esse seja o sistema interacional da comunidade de Litoral mais recente dentre os aqui relatados.

Já que os membros da comunidade possuem vários papéis, uma mesma pessoa pode ser membro de vários grupos sociais. Assumindo que grupos são sistemas distintos de interação, e que as normas que regem o comportamento esperado em cada grupo se desenvolvem no contexto de sistemas de interação, é possível que as normas e valores orientadores dos comportamentos grupais difiram entre si. Assim, as normas de diferentes grupos podem se reforçar ou contradizer, criando harmonia ou conflito entre os padrões de interação que uma pessoa experimenta nos diferentes grupos dos quais participa. Essas observações nos levam aos conceitos de conflito de papel e tensão de papel (STRYKER, 1980).

Conflitos de papel são expectativas contraditórias referentes a certas posições em uma relação social. Essas expectativas demandam padrões de comportamento incompatíveis e se baseiam em valores ou normas conflitantes. Como na comunidade várias pessoas trabalham ou possuem familiares que trabalham nas empresas da região, um conflito parece permear as discussões sobre dignidade na comunidade estudada: os grupos de ambientalistas, “Amigos da Modelo” e surfistas, por exemplo, possuem como norma interna a busca pela promoção da dignidade ambiental (ambientalistas), psicossocial (“Amigos da Modelo”) e sociocultural (surfistas). Esses papéis trazem consigo expectativas quanto ao comportamento de pressionar as empresas para que elas apoiem a comunidade em seus objetivos de promoção do meioambiente, do sentimento de orgulho da comunidade e da prática do surf nas praias da região. No entanto, essa expectativa frequentemente se conflita com o papel de empregados ou de familiar de empregado das empresas da região desempenhado por vários membros da comunidade. Desta forma, um dilema recorrente entre os membros da comunidade, especialmente após a crise que gerou a venda da Modelo, reside na dúvida entre buscar a promoção de uma relação em que objetos de dignidade ambientais, psicossociais ou socioculturais sejam tratados de forma interpretada como zelosa ou se conformar em preservar a sustentabilidade econômica

da região, evitando o confronto desgastante com as empresas. A dependência econômica da comunidade em relação às empresas situadas na cidade desperta um receio recorrente de que, pressionadas, as organizações empresariais situadas em Litoral decidam reduzir ou eliminar suas operações na cidade, afetando, assim, a dimensão econômica da dignidade da comunidade.

Esse conflito nos ajuda a compreender a expectativa de compensação e a aceitação do zelo estratégico como relação digna. Ao interpretar que as demandas ambientais, psicossociais e socioculturais da comunidade colocam em risco a sustentabilidade econômica da região, um grupo de membros da comunidade passa a aceitar como digna uma relação de compensação, em que o zelo a determinados objetos de dignidade é compensado pelo desrespeito a outros.

Mudanças podem ocorrer no caráter das definições e nas possibilidades de interação. Tais mudanças podem levar a mudanças na estrutura social mais ampla na qual as interações ocorrem. A resolução de um conflito de papel ocorre a partir da saliência de identidade. Se a identidade associada a um papel é altamente saliente e a identidade associada a outro papel é menos saliente, o conflito terá pouco significado para a pessoa. Se as identidades associadas às demandas conflitantes possuem grau semelhante de saliência, o conflito tende a ser mais severo (STRYKER, 1980).

Os casos de conflitos mais severos podem ser percebidos dentre os que possuem um estado generalizado de indignação quanto à relação com as empresas. Embora as formas de se comportar diante da indignação variem – resignação, processos judiciais, disseminação de discursos, resistência estratégica e ilegal – as pessoas que consideram a relação com uma empresa como indigna mostra que a identidade associada ao papel que evoca comportamentos de protesto – seja de ambientalista, de protetor da empresa construída pela comunidade ou de esportista, por exemplo – possui alta saliência.

Adotando um pensamento interacionista simbólico estrutural, podemos sugerir que esses grupos de pessoas indignadas com a indignidade presente na relação com empresas representam, na estrutura social atual da comunidade, o elo que pode alterar a estrutura no sentido de tornar a comunidade como mais crítica e consciente do seu poder negociador com as empresas da região. Ao constituírem um grupo de oposição, eles criam um sistema interacional crítico que absorve pessoas que se sentem

confortáveis com essa identidade. Como já ressaltado, um papel semelhante na estrutura social do Espírito Santo foi desempenhado no período colonial pelos índios, que lutaram contra os “emboabas” forasteiros buscando preservar aqueles que provavelmente seriam os objetos de dignidade daquela sociedade. Cerca de 500 anos depois, o termo segue sendo utilizado na região justamente por pessoas que não aceitam negociar sua dignidade. Sociedades se transformam, novas identidades podem ser formadas, diferentes estratégias de manifestação de indignação podem surgir. Haverá na sociedade brasileira, hoje formada por uma massa economicamente vulnerável e com expectativas paternalistas, espaço para o desenvolvimento de novas identidades que sejam capazes de negociar relações mais dignas com as empresas situadas em seu espaço? Conseguirão as pessoas que vivenciam sistemas interacionais de confronto desenvolver estratégias que conduzam a relações mais equilibradas entre empresas e comunidades?

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A concepção da presente pesquisa foi elaborada a partir da constatação da ausência na literatura de estudos que buscassem aprofundar a compreensão do fenômeno da dignidade no âmbito da relação entre empresas e comunidades. A importância contemporânea conferida à dignidade como conceito orientador dos Direitos Humanos tem se refletido em diferentes campos do conhecimento. Diversos estudiosos tem usado a dignidade como fenômeno de análise no direito (ZISMAN, 2005; PIOVESAN, 2005; TAIAR, 2008; KIRSTIE, 2009; GOSDAL, 2007; HÄBERLE, 2009; SARLET, 2008) na bioética (JACOBSON, 2007, 2009; PEREIRA, 2009; PULLMAN, 1996, 1999, 2002) e na economia (LARRAÍN, 2002; ELIZALDE, 2002; WAUTIEZ; LLAVERO, 2002; OLESKER, 2002; CARVALHO, 2002; PACHECO, 2002).

No contexto dos estudos organizacionais, alguns esforços embrionários de compreender o fenômeno da dignidade no ambiente empresarial têm se direcionado principalmente à dignidade no trabalho (p.e., ACKROYD, 2007; MARGOLIS, 2001, 1997) e do trabalhador (p.e., BAYER, 2000; BARBEE, 2001; GREENSPAN, 2002; MENDE; HOULIHAN, 2007). Mais, recentemente, o conceito de Dignidade Organizacional passou a ser estudado em pesquisas que buscaram a compreensão da dignidade em uma perspectiva que ultrapassa os limites da organização e se estende aos *stakeholders* (p.e., TEIXEIRA, 2008, 2011). Até o momento da realização desta pesquisa, nenhum desses estudos sobre a dignidade no contexto da relação entre empresas e *stakeholders* já havia se dedicado a estudar especificamente a relação com comunidades. Além disso, a perspectiva interacionista de dignidade, explorada no campo da bioética por Beyleveld e Brownsword (2001) e Pullman (2001), também caracterizava-se como um campo virgem no campo dos estudos organizacionais. A partir dessas lacunas, a questão que orientou esta pesquisa foi: Como uma comunidade constrói o significado de uma relação digna da empresa para com ela? Em conexão com esse problema de pesquisa, estabelecemos para o estudo o objetivo de compreender como são socialmente construídos os significados de dignidade no âmbito da relação entre uma comunidade de local e as empresas situadas em sua imediação geográfica. A teoria fundamentada construída foi alicerçada na tradição predominante do interacionismo simbólico estrutural.

A comunidade escolhida para a realização do estudo foi a de moradores da cidade de Litoral, situada no estado do Espírito Santo. No seu território, encontram-se duas empresas com as quais a relação foi objeto de análise dessa pesquisa: Modelo e Capixaba. Enquanto a primeira é uma empresa que se iniciou e desenvolveu-se junto com a comunidade e representa, para diversos membros da comunidade, motivo de orgulho para os cidade, a segunda é uma multinacional brasileira de grande porte que estabeleceu suas operações no estado após os incentivos oferecidos no plano de desenvolvimento industrial do Espírito Santo, implementado após as crises do café nos anos 60.

Os dados da pesquisa permitiram a construção de categorias conceituais conectadas em esquema teórico. A categoria **objetos de dignidade** representa os elementos físicos, metas ou ideias que representam a honra da comunidade. Seus significados são construídos, comunicados e alterados na interação entre os membros da comunidade e refletem necessidades essenciais da comunidade. Os objetos de dignidade da comunidade recebem a ação de atores sociais, como as empresas situadas no seu território. As ações empresariais frente a objetos de dignidade podem ser interpretadas como promovedoras ou violadoras da dignidade representada por meio dos objetos citados. O efeito das ações das empresas sob os objetos de dignidade pode ser interpretado pela comunidade por meio dos **símbolos de (in)dignidade**, que são elementos físicos, fatos ou eventos cujo significado é convencionalizado pelos membros da comunidade como representantes da sua honra. Objetos de dignidade se referem ao que representa a dignidade da comunidade, enquanto símbolos de (in)dignidade caracterizam sinais convencionalizados pela comunidade para interpretar a honra ou desonra em uma relação com empresas. Ambos são expressos em quatro dimensões: ambiental, econômica, psicossocial e sociocultural.

A categoria central do estudo se refere às interpretações feitas pela comunidade a respeito dos padrões de ações tomadas pelas empresas com relação aos objetos de dignidade. Chamamos essa categoria de **condutas-chave das empresas**, que foram classificadas em três tipos: **zelo voluntário**, **zelo compelido** e **zelo estratégico**. O zelo representa o cuidado que as empresas possuem com relação à dignidade da comunidade. Ele é voluntário quando é percebido pela comunidade como motivado por iniciativa própria da empresa. O zelo compelido é aquele cuidado percebido pela comunidade como sendo de motivação legal ou adotado por pressão social, e não

voluntária. Uma terceira forma de zelo, que chamamos de estratégico, é aquele percebido pela comunidade como sendo realizado pelas empresas com outros fins de interesse da empresa que não a dignidade da comunidade.

A interpretação da comunidade para as condutas-chave das empresas é um processo social cujo significado para um indivíduo reside na confrontação que os membros da comunidade fazem das condutas empresariais percebidas *vis-à-vis* suas expectativas prévias a respeito dessa relação. A partir dessa constatação em mente, construímos a categoria “**Expectativas quanto à relação**”, que permitiu a identificação de quatro tipos de expectativas: inexistente (falta de consciência da presença das empresas ou desprezo por elas), paternalista (expectativa de que as empresas devem assumir um papel assistencialista quanto à comunidade), compensatória (expectativa de que as empresas devem compensar a exploração de recursos da comunidade com ações zelosas que promovam sua dignidade) e de confronto (expectativa de que empresas adotarão condutas abusivas e devem ser compelidas a deixar de fazê-lo).

Identificamos duas categorias que possibilitam a compreensão de como as expectativas dos membros da comunidade quanto à relação com as empresas podem ser alteradas. A **tangibilidade organizacional** - conjunto de características que algumas empresas possuem e que as tornam mais frequentemente lembradas pela comunidade – possui a propriedade de acentuar as expectativas dos membros da comunidade em relação às empresas. Já as situações críticas, entendidas como circunstâncias em que os membros da comunidade percebem uma ameaça mais aguda à sua dignidade, possuem a propriedade de poder alterar o tipo de expectativa dos membros da comunidade quanto às condutas empresariais. Essas categorias conferem maior dinamicidade à teoria, uma vez que possibilitam a análise do relacionamento de uma mesma comunidade com diferentes empresas (com distintos níveis de tangibilidade) e em diferentes momentos (rotineiros e de crise).

As condutas-chave podem ser aprovadas ou reprovadas pelos membros da comunidade em função do benefício que eles vêm nas ações organizacionais e nas intenções que eles interpretam existir por parte das empresas. Foram identificados seis tipos de interpretações: “Dádiva”, “De cavalo dado não se olham os dentes”, “Nada mais que a obrigação”, “De boa intenção o inferno está cheio”, “Doce na boca de criança boba” e “Presente de grego”. As três primeiras representam aprovações e as três últimas representam reprovações da conduta empresarial em termos de dignidade.

Essas interpretações podem ser referir a episódios isolados ou podem se manifestar como estados generalizados, na forma de atitudes em relação às condutas das empresas.

Diante da reprovação das condutas empresariais, os membros da comunidade se manifestaram das seguintes formas: resignação (sentimento de impotência e conformidade), disseminação de discursos de indignação (compartilhando com amigos e desconhecidos seu posicionamento de indignação por meio da *internet*, de eventos de protesto e da mídia), abertura de processo judicial, resistência estratégica (ações de protesto nas quais se busca afetar a reputação da empresa em questão), resistência ilegal (atos de depredação) e rompimento (encerramento da sua condição de membro da comunidade em razão de mudança residencial).

Os processos sociais relativos à interação entre as empresas e a comunidade se evidenciam em um espaço onde objetos recebem ação, símbolos compartilhados comunicam percepções de (in)dignidade, expectativas são compartilhadas, avaliações são efetuadas e manifestações de indignação são expressas em ação. É nesse **espaço interacional**, que conhecemos como comunidade, que as pessoas se relacionam, aprendem significados e símbolos convencionados pela comunidade ao interagirem uns com os outros e com os objetos nele situados.

Desta forma, pode-se dizer que a questão de pesquisa pode ser respondida da seguinte forma: **os significados de dignidade no âmbito da relação entre os atores sociais de interesse nessa pesquisa são construídos pela comunidade de acordo com a forma como seus membros interpretam e avaliam o zelo presente nas condutas empresariais frente a objetos de dignidade.** Entendemos dignidade nessa afirmação como um **atributo relacional, socialmente construído, que se refere à promoção da honra de um ator social por meio de uma conduta interpretada como zeladora de suas necessidades ambientais, econômicas, socioculturais e psicossociais.** Nesse processo de avaliação, os membros da comunidade levam em consideração sua interpretação a respeito dos benefícios que as condutas empresariais trazem para eles e as intenções que subjazem às ações das organizações. Esse julgamento é baseado nas expectativas que os membros da comunidade possuem a respeito de como deve ser essa relação, o que pode variar de acordo com a tangibilidade da empresa em questão e o momento em que tal julgamento é realizado. Esse processo de construção de significados ocorre em

um espaço de interações entre pessoas e entre indivíduos e objetos. A perspectiva apresentada difere do entendimento presente na literatura de que a relação de dignidade depende primordialmente da busca por simetria de poder por parte dos atores sociais envolvidos (JACOBSON, 2009; SALZAMANN, 2006; TEIXEIRA, 2007). Embora essa busca possa existir, a relação de dignidade foi aqui vista como dependente das interpretações que os membros da comunidade fazem das condutas empresariais, confrontando-as com as expectativas que possuem quanto a essas relações. Aplicando a máxima de Thomas (1937) ao contexto desta pesquisa, podemos dizer que **se os membros de uma comunidade definem sua relação com uma empresa como (in)digna, elas vivenciam as consequências de uma relação (in)digna.**

Analisar a teoria construída à luz do Interacionismo Simbólico Estrutural de Sheldon Stryker (1980) permitiu a identificação de alguns aspectos importantes para a discussão dos resultados. As expectativas da comunidade em relação às empresas são representações de papéis relativamente estáveis que eles vêm nas empresas e em si. Por exemplo, a expectativa paternalista traz consigo um papel de pai para a empresa, e, uma vez que papéis estão associados a contrapapéis, um papel de filho para a própria comunidade. Os papéis associados a cada tipo de expectativa podem ser entendidos como componentes morfológicos da estrutura social.

As diferentes expectativas e papéis associados pela comunidade às empresas podem ser conflitantes, o que torna o ambiente social de interação entre ambos os atores sociais mais complexo. O fato de a comunidade possuir expectativas que implicam contrapapéis associados a ela própria significa dizer que os membros da comunidade podem se ver como objetos, ou seja, possuem um *self*.

A complexidade da comunidade, que possui expectativas diversas em relação às empresas, se reflete em uma complexidade no *self*. Os membros da comunidade possuem tantos *selves* quantos forem os grupos com os quais interagem e, por isso, atribuem diferentes prioridades aos objetos de dignidade. O *self* é composto por identidades hierarquizadas que, em determinadas situações, podem ser concorrentes. Neste caso, a identidade mais saliente dos membros da comunidade – seja ela a de mãe que quer preservar a saúde do filho frente à poluição emitida por uma empresa, a de microempresário que sobrevive do comércio situado no entorno de uma empresa ou a de um dançarino do grupo de cultura tradicional da comunidade – caracteriza-se

como um indicador do comportamento a ser empregado.

Essa complexidade de papéis e de *selves* não é construída de forma autônoma pelos membros da comunidade. Há papéis de pessoas a serem encenados na comunidade. Os moradores da região aprendem esses papéis ao se associarem mutuamente e ao observarem objetos no espaço interacional. Eles acessam os papéis uns dos outros e tentam observar o ambiente vicariamente pela perspectiva do outro. Esse processo de tomada de papel permite que as pessoas antevejam as consequências de possíveis cursos de ação por meio de atividades imaginativas. Alguns cursos de ação são mais desejáveis por refletirem as normas e valores da sociedade mais ampla em que a interação se insere.

Entretanto, algumas sociedades são alicerçadas em distintos sistemas de normas e valores que coexistem formando um conjunto de sistemas interacionais não exclusivos. Eles comunicam diferentes formas de interpretar a dignidade no âmbito da interação entre empresas e a comunidade e criam uma tensão endêmica no ambiente da comunidade. Quatro sistemas interacionais foram identificados na comunidade estudada: a) um sistema paternalista, que parece estar alicerçado nos valores culturais brasileiros e capixabas que remontam a relações patriarcais, manifestadas em diferentes momentos históricos dessa sociedade nas relações entre trabalhador e organizador do trabalho; b) um sistema de relações negociadas, em que a relação compensatória esperada pela comunidade parece se alinhar à visão capitalista contemporânea que defende o desenvolvimento econômico e compensado por ações sociais empresariais; c) um sistema de relações de confronto, caracterizado pela visão de resistência aos abusos empresariais no âmbito da relação com as comunidades e pela semelhança com o comportamento percebido por parte dos índios capixabas frente aos “emboabas”; d) um sistema caracterizado pela ausência de relação com as empresas, seja por ignorância da existência das organizações ou por falta de uma definição simbólica da posição das empresas.

Os relacionamentos dentro dos sistemas interacionais não são aleatórios, eles tendem a ocorrer em determinados lugares e com determinadas pessoas que ocupam determinados papéis em sistemas interacionais semelhantes. Esse entendimento é essencial para a compreensão da influência da estrutura sobre a pessoa social. Os grupos que interagem em determinados sistemas interacionais são o elo entre o contexto macro e o indivíduo. A pesquisa realizada permitiu a identificação do

sistema interacional de confronto como sendo o que busca realizar uma mudança na conduta adotada pelas empresas com relação à dignidade da comunidade.

Dentre os avanços teóricos que esse estudo acrescenta à literatura, destacamos: a) a proposta de estudar a relação entre empresas e comunidades sob o olhar do fenômeno da dignidade; b) o estudo da dignidade na relação entre empresas e empregados sob uma perspectiva interacionista simbólica; c) a construção dos conceitos objetos de dignidade, símbolos de indignidade, condutas empresariais frente a objetos de dignidade, expectativas quanto à realização, tangibilidade organizacional, interpretação das condutas-chave, manifestações diante da indignação e espaços interacionais, integrados em um esquema teórico substantivo fundamentado nos dados; e d) uma classificação de sistemas interacionais que refletem diferentes normas e valores coexistentes referentes a expectativas, condutas empresariais e interpretação das mesmas.

Em termos metodológicos, podemos destacar: a) o uso da teoria fundamentada construtivista para o estudo de relações de dignidade entre *stakeholders*; b) o uso na área de estudos organizacionais de registros fotográficos feitos pelos participantes e de posteriores entrevistas com as pessoas que realizaram as fotografias e com outros sujeitos da pesquisa como alternativa para acessar o universo simbólico de coletividades, conforme sugerido por Van der Dos et al. (1992); c) o emprego do procedimento de validação de códigos iniciais e focalizados por juízes na construção de teorias fundamentadas, semelhante ao realizado por Kreiner et al. (2009) e d) o desenvolvimento de uma combinação de escolhas metodológicas que se mostraram adequados para o estudo de relações de dignidade entre empresas e comunidades sob uma perspectiva interacionista.

Dentre as limitações do estudo, podemos destacar o fato de termos pesquisado o fenômeno de interesse sob a perspectiva exclusiva da comunidade. Em estudos futuros, essa relação poderá ser estudada sob o olhar das empresas, o que enriqueceria o entendimento sobre a dignidade no âmbito da relação entre empresas e *stakeholders*. Além disso, por havermos pesquisado apenas uma comunidade e empregado o método da *Grounded Theory* não devemos ver a teoria desenvolvida como de aplicação universal. Entretanto, acredita-se que a teoria apresentada seja útil como ponto de partida para o estudo da relação entre outras comunidades e empresas. Apesar de não generalizável, uma teoria fundamentada pode apresentar características

de transferibilidade a outros contextos substantivos, o que poderá ser explorado em futuras pesquisas com outras comunidades e empresas. Sugere-se também que outras pesquisas sejam realizadas de forma a desenvolver teorias fundamentadas sobre relações de dignidade no âmbito da relação entre empresas e outros *stakeholders*, como clientes, empregados e fornecedores, por exemplo. Esse avanço em particular poderá desencadear no desenvolvimento de uma teoria sobre Dignidade Organizacional.

Em termos práticos, esta pesquisa pode oferecer a empresas *insights* para o desenvolvimento de políticas de relacionamento com comunidades. A construção de uma relação digna com pessoas que vivem no entorno de uma empresa, de acordo com a teoria apresentada, pode se iniciar com uma busca pelo conhecimento dos objetos de dignidade da comunidade. As empresas podem adotar uma postura dialógica que possibilite conhecer as expectativas de representantes dos diferentes sistemas interacionais existentes na comunidade a respeito das relações. A classificação de sistemas interacionais aqui apresentados pode servir como ponto de partida como perspectiva para a identificação de pessoas que representam as diferentes possibilidades de atuação presentes nos sistemas interacionais que compõem a comunidade.

7. BIBLIOGRAFIA

ACKROYD, S. Dirt, work and dignity. In: BOLTON, Sharon C. **Dimensions of Dignity at Work**. Oxford: Elsevier, 2007, p. 30-49.

ALBAS, C. A.; ALBAS, D. C. Motives. In: REYNOLDS, Larry T.; HERMAN-KINNEY, Nancy J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 349-366, 2003.

ALTMAN, B. W. Transformed Corporate Community Relations: A Management Tool for Achieving Corporate Citizenship. **Business and Society Review**, v. 102, 103, p. 43-51, 1998.

ALVARENGA, L. B. F. **Direitos Humanos, dignidade e erradicação da pobreza: uma dimensão hermenêutica para a realização constitucional**. Brasília: Brasília Jurídica, 1998.

ÁLVARO, J. L.; GARRIDO, A. **Psicologia Social: Perspectivas Psicológicas y Sociológicas**. Madrid: McGrall-Hill, 2003.

ALVES FILHO, I. **História dos Estados Brasileiros**. Rio de Janeiro: Revan, 2000.

ALVESSON, M.; SKÖLDBERG, K. **Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research**. Londres: SAGE Publications, 2000.

ARAÚJO, B. F. B.; ÁLVARO, J. L. Uma Reflexão sobre a Interdependência entre Interação e Estrutura Social em Grounded Theory. In: **Anais do EnANPAD**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

BALDWIN, J. D. **George Herbert Mead: A Unifying Theory for Sociology**. Beverly Hills: SAGE, 1986.

BANDEIRA-DE-MELLO, R. **Uma teoria substantiva da adaptação estratégica a ambientes turbulentos e com forte influência governamental: o caso das pequenas construtoras de edificações**. 2002. 241 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

BARBEE, G. Downsizing With Dignity: Easing the Pain of Employee Layoffs. **Business and Society Review Pages**, p. 31-34, 2001.

BAYER, R. Termination with dignity. **Business Horizons**, v. 43, issue 5, p. 4-10, 2000.

BEYLEVELD, D; BROWNSWORD, R. **Human Dignity in Bioethics and Biolaw**. Oxford: Oxford University Press, 2001.

BLUMER, H. **Symbolic Interactionism**: Perspective and Method. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1969.

BLUMER, H. **Tize Chicago school of sociology**: Institutionalization, diversity, and the rise of sociology. Chicago: University of Chicago Press, 1984.

BOLTON; S. C.; WIBBERLEY, G. Best companies, best practices and dignity at work. In: BOLTON, Sharon C. **Dimensions of Dignity at Work**. Oxford: Elsevier, 2007, p. 134-153.

BRASIL. **Decreto-Lei n. 73**, de 21 de novembro de 1966. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/mate-pdf/5377.pdf>>. Acesso em: 4 jul. 2009.

BUENO, E. **Capitães do Brasil**: a saga dos primeiros colonizadores. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

BURAWOY, M. The extended case method. In: BURAWOY, M.; BURTON, A.; FERGUSON, A.; FOX, K.; GAMSON, J.; GARTRELL, N.; HURST, L.; KURZMAN, C.; SALZINGER, L.; SCHIFFMAN, J.; UI, S. **Ethnography unbound**: Power and resistance, in the modern metropolis. Berkeley: University of California Press, p. 271-290, 1991.

BRISSETT, D.; EDGLEY, C. **Life as a Theater**: A Dramaturgical Sourcebook. New York: Aldine de Gruyter, 1990.

BRYANT, A.; CHARMAZ, K. Grounded Theory in Historical Perspective: An Epistemological Account. In: BRYANT, A.; CHARMAZ, K. **The SAGE Handbook of Grounded Theory**. London: SAGE, p. 32-57, 2007.

BURKE, K. **A Grammar of Motives**. New York: Prentice-Hall, 1945.

- BURKE, K. **A Rethoric of Motives**. New York: Prentice-Hall, 1950.
- CARROLL, A. B. A Three dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of Management Review**, v. 4, n. 4, p. 494-505, 1979.
- CARROLL, A. B. A. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. **Business and Society**, v. 38, n. 3, p. 268-295, 1999.
- CARVALHO, I. C M. Línea de Dignidad: Un marco para una sociedad sustentable. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafios Sociales para la Sustentabilidad**. Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 77-88.
- CHARMAZ, K. **Constructing Grounded Theory: A practical guide through qualitative analysis**. Thousands Oaks: Sage, 2006.
- CHOI, C. Review of Wm: Theodore de Bary and Tu Wei-ming, Confucionism and human rights. **Philosophy East and West**, v. 49, n. 4, p. 524-527, 1999.
- CLARKE, A. E. **Situational Analysis: GT After the Postmodern Turn**. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2003.
- CLARKE, A. E.; FRIESE, C. Grounded Theory using Situational Analysis. In: BRYANT, Antony. CHARMAZ, K. **The SAGE Handbook of Grounded Theory**. London: SAGE, p. 539-564, 2007.
- CLARKSON, M. B. E. **A risk based model of stakeholder theory**. In: Proceedings of the second Toronto conference on stakeholder theory. Toronto: Centre for Corporate Social Performance, 1994.
- CLARKSON, M. B. E. A risk-based model of stakeholder theory. **Meeting of the society for business ethics**. Vancouver, Canadá, 1995.
- COGO, S. N. **Gestão de pessoas e a integridade psicológica do trabalhador: a dignidade humana como limite aos poderes da empresa em face ao contrato de trabalho**. São Paulo: LTr, 2006.
- COHEN, J. A coefficient of agreement for nominal scales. **Educational and Psychological Measurement**, v. 20, p. 37-46, 1960.

COLLIER, G.; MINTON, H. L; REYNOLDS, G. **Escenarios y tendencias de la Psicología Social**. Madrid: Tecnos, 1991.

COMPARATO, F. K. **A afirmação histórica dos direitos humanos**. São Paulo: Saraiva, 2001.

COOLEY, C. H. **Social Organization**. New York: Charles Scribner's Sons, 1909.

COOLEY, C. H. **Social Process**. New York: Charles Scribner's Sons, 1918.

COOLEY, C. H. The Roots of Social Knowledge. **American Journal of Sociology**, 32, p. 59-79, 1926.

COOLEY, C. H. **Human Nature and the Social Order**. New York: Scribner's, 1930.

CORNELL, B.; SHAPIRO, A. Corporate stakeholders and corporate finance. **Financial Management Review**, p. 404-437, 1995.

COSTA, D. H. Línea de Dignidad en Brasil: definiciones y propuestas. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafíos Sociales para la Sustentabilidad**. Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 31-48.

CUZZORT, R. P. **Humanity and Modern Sociological Thought**. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1969.

DAVEL, E.; VASCONCELOS, J. Gerência e autoridade nas empresas brasileiras: uma reflexão histórica e empírica sobre a dimensão paterna nas relações de trabalho. In: MOTTA, F. P.; CALDAS, M. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo, Atlas, 1997.

DEETZ, S. Disciplinary Power in the Modern Corporation. In: ALVESSON, Mats; WILLMOT, Hugh. **Critical Management Studies**. California: SAGE, 1992.

DEUTSCHER, I. **What We Say/What We Do**. Glenview: Scott, Foresman & Company, 1973.

DEY, I. **Grounding Grounded Theory: Guidelines for Qualitative Inquiry**. San Diego: Academic Press, 1999.

DEWEY, J. **Human Nature and Conduct: An Introduction to Social Psychology.** New York: Modern Library, 1922.

DIXON, R.; MOUSA, G. A.; WOODHEAD, A. The Role of Environmental Initiatives in Encouraging Companies to Engage in Environmental Reporting. **European Management Journal**, v. 23, n. 6, p. 702-716, 2005.

DOOLIN; B.; MCLEOD, L. Information technology at work. In: BOLTON, Sharon C. **Dimensions of Dignity at Work.** Oxford: Elsevier, 2007, p. 154-175.

DOUGLAS, J. D. **The Impact of Sociology.** New York: Appleton-Century-Crofts, 1970.

DOLCH, N. A. Role. In: REYNOLDS, Larry T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism.** Oxford: Altamira, 2003.

DREITZEL, H. P. **Recent Sociology, vol. 2.** London: Macmillan, 1970.

DUNHAM, L.; FREEMAN, R. E.; LIEDTKA, J. Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community. **Business Ethics Quarterly**, vol. 16, n. 1, p. 23-42, 2006.

DUNN, G. **Thinking Across the American Grain: Ideology, Intellect and the New Pragmatism.** Chicago: University of Chicago Press, 1992.

EAMES, S. M. Mead and the Pragmatic Conception of Truth. In: CORTI, Walter R. **The Philosophy of George Herbert Mead.** Winterhur: Amrisuiler Burchesei, 1973, p. 135-152.

EDGLEY, C. The Dramaturgical Genre. In: REYNOLDS, Larry T.; HERMAN-KINNEY, Nancy J. **Handbook of Symbolic Interactionism.** Oxford: Altamira, p. 141-172, 2003.

EINSENHARDT, K. Building theories from case research. **Academy of Management Review**, v. 14, 1989, p. 532-550.

ELIZALDE, A. Satisfacción de necesidades humanas para una vida digna: Línea de Dignidad y necesidades humanas fundamentales. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea**

de Dignidad: Desafíos Sociales para la Sustentabilidad. Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 113-132.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio século XXI:** o dicionário da Língua Portuguesa. 3 ed. Rev. E ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FINE, G. A. A Second Chicago School? The Development of a Postwar American Sociology. In: FINE, Gary Alan. **A Second Chicago School?** Chicago: University of Chicago Press, 1995.

GALLANT, M. J.; KLEINMAN, S. **Symbolic Interactionism vs. Ethnometodology.** Symbolic Interaction, v. 6, 1983, p. 1-18.

GIBSON, K. The moral basis of stakeholder theory. **Journal of Business Ethics**, v. 26, n. 3, 2000.

GIBSON, B. Acommodating Critical Theory. In: BRYANT, A.; CHARMAZ, K. **The SAGE Handbook of GT.** London: SAGE, p. 436-453, 2007.

GLASER, B. G. **Theoretical Sensivity.** California: Sociology Press, 1978.

GLASER, B. G. **Basics of Grounded Theory Research.** California: Sociology Press, 1992.

GLASER, B. G. **Doing grounded theory:** Issues and discussions. California: Sociology Press, 1998.

GLASER, B. G. **The Grounded Theory Perspective:** Conceptualization Contrasted with Description. California: Sociology Press, 2001.

GLASER, B. G. Constructivist grounded theory? **Forum: Qualitative Sozialforschung**, v. 3, número 3, Art. 12, p. 1-13, 2002.

GLASER, B. G. **The Grounded Theory Perspective II:** Description`s Remodeling of Grounded Theory Methodology. California: Sociology Press, 2003.

GLASER, B. G. Naturalist inquiry and grounded theory. **Forum: Qualitative Sozialforschung**, v. 5, Art. 7, número 1, p. 1-13, 2004.

GLASER, B. G. **The Grounded Theory Perspective III:** Theoretical Coding. California: Sociology Press, 2005.

GLASER, B. G. **Doing Quantitative Grounded Theory**. California: Sociology Press, 2008.

GLASER, B. G. **Jargonizing**: Using the Grounded Theory Vocabulary. California: Sociology Press, 2009a.

GLASER, B. G. **Grounded Theory Principles**. Grounded Theory Seminar. Grounded Theory Institute. Anotações de Aula, 2009b.

GLASER, B. G.; HOLTON, Judith. Remodeling grounded theory. **Qualitative sozialforschung**, vol. 5, Número 2, 2004.

GLASER, B. G.; STRAUSS, Anselm, L. **The Discovery of Grounded Theory**: strategies for qualitative research. New York: Aldine de Gruyter, 1967.

GOFFMAN, E. **The Presentation of Self in the Everyday Life**. Garden City: Doubleday, 1959.

GOULDING, C. **Grounded Theory**: a practical guide for management, business and market researchers. Londres: Sage Publications, 2002.

GOSDAL, T. C. **Dignidade do Trabalhador**: um conceito construído sob o paradigma do trabalho decente e da honra. São Paulo: LTr, 2007.

GREENSPAN, D. S. Downsizing with dignity. **Employment Relations Today**, v. 29, issue 3, p. 39-48, 2002.

GUERRA, M. D. The affirmation of genuine human dignity. **Journal of Markets and Morality**, v. 4, n. 2, 2001, p. 295–301.

GURNHAM, D. The mysteries of human dignity and the brave new world of human cloning. **Social and Legal Studies**, v. 14, n. 2, 2005, p. 197–214.

HÄBERLE, P. A dignidade humana como fundamento da comunidade estatal. In: SARLET, I. W. (Org). **Dimensões da Dignidade**: Ensaios de Filosofia do Direito e Direito Constitucional. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, p. 45-103, 2009.

HAGE, M. **A stakeholders concern**: towards an economic theory on stakeholders governance. Rotterdam: Van Gorcum, 2007.

HARDY, A. Using Grounded Theory to Explore Stakeholder Perceptions of Tourism. **Journal of Tourism and Cultural Change**, v. 3, p. 108–133, 2005.

HELOANI, R. Assédio Moral: Um ensaio sobre a expropriação da dignidade no trabalho. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 1, Art. 10, 2004.

HEWITT, J. P. Symbols, Objects, and Meanings. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 307-325, 2003.

HICKMAN, C. A.; KUHN, M. H. **Individuals, Group, and Economic Behaviour**. New York: Dryden, 1956.

HILDENBRAND, B. Mediating Structure and Interaction in Grounded Theory. In: BRYANT, Antony; CHARMAZ, Kathy. **The SAGE Handbook of Grounded Theory**. London: SAGE, p. 539-564, 2007.

HILLERY, G. A. Definitions of Community: Areas of Agreement. **Rural Sociology**, v. 20, p. 194-204, 1955.

HINKLE, G. J. "Forms" and "Types" in the Study of Human Behaviour: an Examination of the Generalizing Concepts of Mead and Schutz. **Kansas Journal of Sociology**, VIII, p. 91-110, 1972.

HODSON, R. The consequences of management competence for working with dignity: a cross-methods validation. In: BOLTON, Sharon C. **Dimensions of Dignity at Work**. Oxford: Elsevier, 2007, p. 109-134.

HOLTON, J. Grounded Theory as a General Research Methodology. **The Grounded Theory Review**, v. 7, n. 2, p. 67-93, 2008.

HOUAISS, A. VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

IONESCU-SOMERS, A. Corporate Customers and Suppliers: How Companies Influence Other Companies On Corporate Sustainability. In: STEGER, U. **Inside the Mind of the Stakeholder: The hype behind stakeholder pressure**. New York: Palgrave Macmillan, p. 260-283, 2006.

JACOBSON, N. A taxonomy of dignity: a Grounded Theory study. **BMC International Health and Human Rights**, v. 9, 2009.

JACOBSON, N. Dignity and Health: a review. **Social Science and Medicine**, v. 64, p. 292-302, 2007.

JAMESON, F. **Late Marxism: Adorno, or, The Persistence of the Dialectic**. Londres: Verso, 1990.

KADE, W. J. Death with dignity: A case study. **Annals of Internal Medicine**, v. 132, n. 6, 2000, p. 504–506.

KANT, I. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes e outros escritos**. São Paulo: Martins Claret, 2005.

KARAKAYALI, N. Reading Bourdieu with Adorno: the limits of critical theory and reflexive methodology. **Sociology**, v. 38, n. 2, p. 351-368, 2004.

KATOVICH, M., A.; MILLER, D. E.; STEWART, R. L. The Iowa School. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, Nancy J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 119-139, 2003.

KING, B. G.; FELIN, T.; WHETTEN, D. A. Finding the Organization in Organization Theory: A Meta-Theory of the Organization as a Social Actor. *Organization Science*, **Articles in Advance**, p. 1–16, 2009.

KIRSTE, S. A dignidade e o conceito de pessoa de direito. In: SARLET, I. W. (Org). **Dimensões da Dignidade: Ensaio de Filosofia do Direito e Direito Constitucional**. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, p. 175-198, 2009.

KOEHN, D.; LEUNG, A. Dignity in Western Versus Chinese Cultures: Theoretical Overview and Practical Illustrations. **Business and Society Review**, v. 3, n. 4, p. 477-504, 2008.

KREINER, G. E.; HOLLENSBE, E. C.; SHEEP, M. L. Balancing Borders and Bridges: Negotiating the Work-Home Interface via Boundary Work Tactics. **Academy of Management Journal**, v. 52, n. 4, 2009, p. 704-730.

KUHN, M. H. Major Trends in Symbolic Interaction Theory in the Past Twenty-Five Years, **Sociological Quarterly**, v. 5, p. 61-84, 1964.

LAYDER, D. **Sociological practice: linking theory and social research.** Londres: SAGE, 1998.

LARRAÍN, S. **El marco de la Sustentabilidad: su potencial ético político.** Santiago: Programa Chile Sustentable, 2000.

LARRAÍN, S. La Línea de Dignidad como indicador de Sustentabilidad Socioambiental. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafíos Sociales para la Sustentabilidad.** Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 89-108.

LAYRARGUES, P. P. Sistemas de Gerenciamento Ambiental, Tecnologia Limpa e Consumidor Verde: a delicada relação empresa-meio ambiente no ecocapitalismo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 40, n. 2, 2000, p. 80-88.

LEE, D.; NEWBY, H. **The Problem of Sociology: An Introduction to the Discipline.** London: Hutchinson, 1983.

LENOIR, N.; MATHIEU, B. **Les normes internationales de la bioéthique.** Paris: PUF, 1998.

LINCOLN, Y.; GUBA, E. G. **Naturalistic Inquiry.** Newbury Park: SAGE, 1985.

LOCKE, K. D. **Grounded theory in management research.** London: Sage Publications, 2001.

LOFTLAND, L. H. Community and Urban Life. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism.** Oxford: Altamira, p. 937-974, 2003.

MARQUES, C. A. **Dicionario Historico, Geographico e Estatistico da Província do Espírito Santo.** Rio de Janeiro: Typographia Nacional, 1878. 248p.

MARGOLIS, J. D. **Dignity in the balance: philosophical and practical dimensions of promoting ethics in organizations.** Tese de Doutorado. Cambridge: Harvard University, 1997.

MARGOLIS, J. D. Responsibility in Organizational Context. **Business Ethics Quarterly**, v. 11, n. 3, 2001, p. 431-454.

MARTINDALE, D. **The Nature and Types of Sociological Theory**. Boston: Houghton Mifflin, 1960.

MAYNARD, D. W.; CLAYMAN, S. E. Ethnomethodology and Conversational Analysis. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 173-202, 2003.

MATSUSHITA, M. A. **Gestão socialmente responsável: a influência dos valores dos gestores**. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas), Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2004.

MAX-NEEF, M.; ELIZALDE, A. **Desarrollo a Escala Humana**. Montevideo: Editorial Nordam-Comunidad, 1993.

McCALL, G. J. Interaction. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 327-348, 2003.

McCALL, G. J.; SIMMONS, J. L. **Identities and Interactions**. New York: Free Press, 1978

McDERMOTT, J. J. **The Writings of William James: A Comprehensive Edition**. Chicago: University of Chicago Press, 1977.

McHUGH, P. **Defining the Situation**. New York: Bobbs-Merrill, 1968.

MEAD, G. H. Suggestions Toward a Theory of Philosophical Disciplines. **Philosophical Review**, v. 9, p. 1-17, 1900.

MEAD, G. H. The Mechanism of Social Consciousness. **Journal of Philosophy**, vol. 9, p. 401-406, 1912.

MEAD, G. H. **Mind, Self and Society**. Chicago: University of Chicago Press, 1972.

MELTZER, B. N. **The Social Psychology of George Mead**. Kalamazoo: Western Michigan University Center for Sociological Research, 1964.

MELTZER, B. N. Mind. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 253-266, 2003.

MELTZER, B. N.; PETRAS, J. W.; REYNOLDS, L. T. **Symbolic Interactionism: Genesis, varieties and criticism.** Boston: Routledge & Kegan Paul, 1975.

MENDE, A.; HOULIHAN, M. The dignity of difference? Experience of foreign workers in the multicultural workplace. In: BOLTON, S. C. **Dimensions of Dignity at Work.** Oxford: Elsevier, 2007, p. 208-225.

MEDEIROS, B. R. **Trabalho com Dignidade: Educação e Qualificação é um caminho?** São Paulo: LTr, 2008.

MEDEIROS, A. L.; TEIXEIRA, M. L. M. Emancipação e Dignidade nas Práticas de Gestão em Universidades brasileiras: uma reflexão à luz de Boaventura Santos. In: **Anais do III EnGPR.** João Pessoa: ANPAD, 2011.

MELTZER, B., N.; PETRAS, J. W.; REYNOLDS, L. T. **Symbolic Interactionism: Genesis, varieties and criticism.** Boston: Routledge & Kegan Paul, 1975.

MILLS, C. W. Situated Actions and Vocabularies of Motive. **American Sociological Review**, v. 5, 1940, p. 904-913.

MIRANDOLA, G. P. D. **Discurso sobre a Dignidade do Homem.** Lisboa: Edições 70, 1989.

MUSOLF, G. R. The Chicago School. In: REYNOLDS, Larry T.; HERMAN-KINNEY, Nancy J. **Handbook of Symbolic Interactionism.** Oxford: Altamira, p. 91-117, 2003.

NORD, W. Dreams of Humanization and the Realities of Power. **Academy of Management Review**, v. 3, p. 674-678, 1978.

OLESKER, D. **Una propuesta para el cálculo de la línea de dignidad.** Montevideo: Programa Uruguay Sustentable, 2000.

OLESKER, D. Línea de Dignidad en Uruguay: Diagnóstico de la situación de ingresos y propuesta alternativa. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafíos Sociales para la Sustentabilidad.** Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 57-76.

OLIVEIRA, J. T. **História do Estado do Espírito Santo** (2ª ed.). Vitória: Fundação Cultural do Espírito Santo, 1975.

PACHECO, T. Línea de Dignidad: Un camino hacia la ciudadanía planetaria. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafíos Sociales para la Sustentabilidad**. Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 133-146.

PARK, R. Human Nature, Attitudes, and Mores. In: YOUNG, K. **Social Attitudes**. New York: Henry Holt, 1931.

PARK, R. E. The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the Urban Environment. In: PARK, Robert E.; BURGESS, E. W.; MCKENZIE, R. D. **The City**. Chicago: University of Chicago Press, 1925, p. 1-46.

PEIRCE, C. **What pragmatism is**. The Monist, v. XV, n. 2, 1905, p. 161-181.

PEREIRA, A. K. N. P. Bioética, biodireito e a dignidade da pessoa humana. **Revista Jus Vigilantibus**, v. 501, 2009.

PERRY, W. E.; ABBOTT, J.; R., HUTTER, M. The Symbolic Interaction Paradigm and Urban Sociology. **Research in Urban Sociology**, v. 4, 1997, p. 59-92.

PETTIGREW, A. Longitudinal field research on change: Theory and practice. **Organizational Science**, 1, 1990, p. 267-292.

PIOVESAN, F. **Direitos Humanos: o princípio da dignidade humana e a constituição brasileira de 1988**. Revista dos Tribunais, São Paulo, ano 94, v. 833, p. 41-53, 2005.

PRATT, M. G.; ROCKMANN, K. W.; KAUFFMAN, J. B. Constructing professional identity: The role of work and identity learning cycles in the customization of identity among medical residents. **Academy of Management Journal**, v. 46, 235-262.

PULLMAN, D. Dying with dignity and the death of dignity. **Health Law Journal**, v. 4, 1996, p. 197-219.

PULLMAN, D. The ethics of autonomy and dignity in long-term care. **Canadian Journal on Aging**, v. 18, n. 1, p. 26-49, 1999.

PULLMAN, D. Universalism, particularism and the ethics of dignity. **Christian Bioethics**, v. 7, n. 3, p. 333-358, 2001.

PULLMAN, D. Human dignity and the ethics and aesthetics of pain and suffering. **Theoretical Medicine**, v. 23, p. 75–94, 2002.

RABENHORST, E. R. **Dignidade Humana e Moralidade Democrática**. Brasília: Brasília Jurídica, 2001.

REED, D. Stakeholder Management Theory: A Critical Theory Perspective. **Business Ethics Quarterly**, v. 9, n. 2, 1999, p. 453-483.

REYNOLDS, L. T. **Interactionism**: Exposition and Critique. Dix Hills: General Hall, 1993.

REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. Approaches: Introduction. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 85-90, 2003.

REYNOLDS, L. T. Intellectual Precursors. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 39-58, 2003a.

REYNOLDS, L. T. Early Representatives. In: REYNOLDS, L. T.; HERMAN-KINNEY, N. J. **Handbook of Symbolic Interactionism**. Oxford: Altamira, p. 59-81, 2003b.

ROCHA, C. L. A. Vida digna: direito, ética e ciência. Os novos domínios científicos e seus reflexos jurídicos. In: ROCHA, A. L. A. **O direito à vida digna**. Belo Horizonte: Fórum, 2004.

SALZMANN, O. Companies and their stakeholders: recent trends in their interaction. In: STEGER, U. **Inside the Mind of the Stakeholder**: The hype behind stakeholder pressure. New York: Palgrave Macmillan, p. 19-29, 2006.

SALZMANN, O.; PRINZHORN, J. Cities and Communities: Local Players in Corporate Sustainability. In: STEGER, U. **Inside the Mind of the Stakeholder**: The hype behind stakeholder pressure. New York: Palgrave Macmillan, p. 157-172, 2006.

SALZMANN; O.; STEGER, U.; IONESCU-SOMERS, A.; BAPTIST, F. Inside the mind of stakeholders: are they driving corporate sustainability? **IMD Working**

Paper, ref. 22, 2006.

SANTOS, A. J. **Dano moral indenizável**. 3 ed. Rev. Atual. E ampl. São Paulo: Método, 2001.

SANTOS, M. A. C. Responsabilidade penal das pessoas jurídicas de direito público por dano ambiental: uma análise crítica. **Jus Navigandi**, v. 8, n. 199, 2004.

SARLET, I. W. **A eficácia dos direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

SARLET, I. W. **Dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais na constituição Federal de 1988**. 6 ed. Rev. Anual. Porto Alegre: Livraria do Advogado Ed., 2008.

SCHELLENBERG, J. A. **Masters of Social Psychology**. New York: Oxford University Press, 1978.

SCHLESINGER, S. La Canasta Básica en Brasil. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafios Sociales para la Sustentabilidad**. Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 49-56.

SCHRECKENBERGER, W. **Semiótica del discurso jurídico**: análisis retórico de textos constitucionales y judiciales de la República Federal de Alemania. México: Universidad Nacional Autónoma, 1987.

SIMMEL, G. **The Sociology of Georg Simmel**. New York: Free Press, 1950.

SIMMEL, G. The Metropolis and Mental Life. In: LEVINE, D. **Georg Simmel on individuality and Social Forms**. Chicago: University of Chicago Press, 1971, p. 324-339.

SILVA, P. E. **Vocabulário jurídico**. 20. ed. Rev. E atual. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

SPANGENBERG, J. Integración de criterios en el concepto de sostenibilidad. **Revista Espacios**, n. 7, FLACSO, 1995.

STARIK, M. **Essay by Mark Starik**. In: Proceedings of the second Toronto

conference on stakeholder theory. Toronto: Centre for Corporate Social Performance, 1994.

STARRIN, B.; DAHLGREN, L.; LARSSON, G.; STYRBORN, S.. **Along the Path of Discovery: Qualitative Methods and Grounded Theory**. Lund: Studenlitteratur, 1997.

STEGER, U. Executive Summary: Inside the Mind of the Stakeholder. In: STEGER, U. **Inside the Mind of the Stakeholder: The hype behind stakeholder pressure**. New York: Palgrave Macmillan, p. xxi-xxxi, 2006a.

STEGER, U. The Hype Behind Stakeholder Pressure. In: STEGER, U. **Inside the Mind of the Stakeholder: The hype behind stakeholder pressure**. New York: Palgrave Macmillan, p. 3-8, 2006b.

STEGER, U. Four distinct stakeholder clusters. In: STEGER, U. **Inside the Mind of the Stakeholder: The hype behind stakeholder pressure**. New York: Palgrave Macmillan, p. 61-63, 2006c.

STOKES; R.; HEWITT, J. P. Aligning Actions. **American Sociology Review**, v. 41, p. 838-849, 1976.

STRAUSS A.; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa: Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de Teoria Fundamentada**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

STRYKER, S. **Symbolic Interactionism: A social structural approach**. California: The Benjamin/Cummings, 1980.

STRYKER, S. Tendencias teóricas de la psicología social: hacia una teoría social interdisciplinar. In: TORREGROSA, J. R.; SARABIA, B. **Perspectivas y contextos en psicología social**. Barcelona: Editorial Hispano Europea, 1983.

STRYKER, S. The vitalization of symbolic interaction. **Social Psychology Quarterly**, v. 50, p. 83-94, 1987.

STRYKER, S. Consequences of the gap between the two social psychologies. In: STEPHAN, C. W.; STEPHAN, W.G.; PETIGREW, T. G. **The future of social psychology**. New York: Springer-Verlag, 1991.

STRYKER, S. Sociological social psychology. In: MCGARTY, C.; HASLAM, S. A. **The message of social psychology**. Oxford: Blackwell, 1997.

TAIAR, R. **A Dignidade da Pessoa Humana e o Direito Penal**: a Tutela Penal dos Direitos Fundamentais. São Paulo: SRS, 2008.

TEIXEIRA, M. L. M. Fator Humano: Uma Visão Baseada em Stakeholders. In: HANASHIRO, D. M. M.; TEIXEIRA, M. L. M.; ZACCARELLI, L. M. **Gestão do Fator Humano**: Uma Visão baseada em Stakeholders. São Paulo: Saraiva, p. 327-336, 2007.

TEIXEIRA, M. L. M. Dignidade organizacional: valores e relações com stakeholders. In: **Valores Humanos e Gestão**: novas perspectivas. São Paulo: SENAC, 2008.

TEIXEIRA, M. L. M. et al. **Elaboração e validação de um modelo de dignidade organizacional**. Relatório Parcial do Projeto PROCAD 235/2007. Não publicado. 2011.

TEIXEIRA, M. L. M., DOMENICO, S. M. R. ; TUDISCO, H. ; SOARES, P. ; BANHOS, H. ; MONTEIRO, D. Elementos da Dignidade Humana à luz do Direito. Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología del Trabajo, VI, 2010, Cidade do México. **Anais...**, 2010.

TEIXEIRA, M. L. M.; DIAS, S. M. R. C.; ARAUJO, B. F. B.; PAZ, M. G. T.; OLIVEIRA, L. M. B. O conceito de empresa digna na percepção de trabalhadores brasileiros. CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA DEL TRABAJO, VI, 2010. **Anais...** Cidade do México, México, 2010.

TEIXEIRA, M. L. M.; ZACCARELLI, L. M. A Nova Ambiência Competitiva. In: HANASHIRO, D. H. M.; TEIXEIRA, M. L. M.; ZACCARELLI, L. M. **Gestão do Fator Humano**: Uma Visão baseada em Stakeholders. São Paulo: Saraiva, p. 3-21, 2007.

THAYER, H. S. Pragmatism. In: EDWARDS, P. **The Encyclopedia of Philosophy**, vol. 5, p. 430-435. New York: Macmillan, 1967.

- THOMAS, W. I. **The Unadjusted Girl**. Boston: Little, Brown, and Co., 1923.
- THOMAS, W. I.; THOMAS, D. **The Child in America**. New York: Alfred Knopf, 1929.
- THOMAS, W. I. **Primitive Behaviour**. New York: McGraw-Hill, 1937.
- TUCKER, C. W. Some Methodological Problems of Kuhn's Self Theory. **Sociological Quarterly**, v. 7, p. 354-358.
- VAN DER DOS, S. E. ; GOOSKENS, I; LIEFTING, M.; VAN MIERLO, M. Reading Images: A Study of a Dutch Neighborhood. **Visual Sociology**, 7, p. 4-68, 1992.
- VREDENBURGH, D.; BRENDER, Y. The hierarchical abuse of power in work organizations, **Journal of Business Ethics**, v. 17, p. 1337-1347, 1998.
- YIN, R. **Case study research**. Beverly Hills. California: SAGE, 1989.
- WAUTIEZ, F.; LLAVERO, A. La equidad socio-ambiental en Chile: una tarea pendiente. In: EDO, M P; LARRAIN, S. **Línea de Dignidad: Desafíos Sociales para la Sustentabilidad**. Santiago: Programa Cono Sur Sustentable, 2002, p. 11-30.
- WEINSTEIN, E. A.; DEUTSCHBERGER, P. Tasks, Bargain, and Identities in Social Interaction. **Social Forces**, v. 42, p. 451-456, 1964.
- ZISMAN, C. R. **O princípio da dignidade da pessoa humana**. São Paulo: IOB Thomson, 2005.

APÊNDICE A: PRIMEIRO ROTEIRO DE ENTREVISTA

- Você, como morador de Litoral, já se sentiu tratado de forma digna/indigna por alguma das empresas daqui? Se sim, como foi a situação?
- Por que você considera essa relação com digna/indigna?
- Por que você acha que isso acontece?
- Como as pessoas da comunidade interpretaram essa situação?

APÊNDICE B: ÚLTIMO ROTEIRO DE ENTREVISTA

- Você, como morador de Litoral, já se sentiu tratado de forma digna/indigna por alguma das empresas daqui? Se sim, como foi?
- Como você vê a relação das empresas Modelo e Capixaba com a comunidade? É uma relação digna/indigna? Por quê?
- Quais expectativas você possui a respeito da relação da Modelo e da Mundial com a comunidade? E as expectativas da comunidade em geral, quais seriam?
- Você se lembra de alguma situação em que essas expectativas tenham mudado? O que ocorreu? Por que mudou?
- Quais são as intenções da empresa ao fazer (ação digna)? A comunidade em geral concorda com essa interpretação? O que eles pensam?
- Como você reage a essas intenções? Como você reage ao que ela faz com (citar algum objeto de dignidade citado pelo entrevistado)?
- Como você percebe as reações da comunidade quanto a isso? Em que situações você percebe as reações deles?
- De alguma forma isso influencia as suas expectativas com relação à empresa? Como?

APÊNDICE C: LISTA DE CÓDIGOS

- OBJETOS DE DIGNIDADE

Dimensão Econômica

Objeto de Dignidade

Emprego

- * Interpretando o emprego direto como dignidade da comunidade
- * Interpretando o emprego indireto como a dignidade da comunidade

Sustentabilidade econômica

- * Interpretando a sustentabilidade econômica da região como a dignidade da comunidade

Significado de Dignidade

Subsistência

- * Valorizando a sobrevivência comum
- * “Vida digna”
- * Ganhando para sobreviver
- * Valorizando a segurança financeira
- * Valorizando um futuro financeiro próspero

Dimensão Ambiental

Objeto de Dignidade

Ar

- * Interpretando o ar poluído como violação da dignidade da comunidade

Praias

- * Interpretando o mar impróprio para a pesca como violação da dignidade da comunidade
- * Interpretando o mar impróprio para banho como violação da dignidade da comunidade

Significado de Dignidade

Saúde

- * Valorizando a vida
- * Valorizando uma vida saudável

Sustentabilidade ambiental da comunidade

- * Valorizando a sustentabilidade ambiental

Dimensão Sociocultural

Objeto de Dignidade

Praças

- * Interpretando o ambiente social das praças como dignidade
- * Interpretando o ambiente cultural das praças como dignidade

Praias

- * Interpretando o ambiente social das praias como dignidade
- * Interpretando a expressão cultural nas praias como dignidade

Significado de Dignidade

Convívio Social

- * Valorizando o convívio no espaço público
- * Valorizando a cultura como meio para a interação social

Expressão Cultural

- * Valorizando a expressão cultural no espaço público

Dimensão Psicossocial

Objeto de Dignidade

Monumento Cristão

- * Interpretando o Monumento Cristão como a dignidade da comunidade
- * “Litoral é o Monumento Cristão”.

Empresa Modelo

- * Interpretando a Modelo como a dignidade da comunidade
- * “Litoral é a Modelo”.

Significado de Dignidade

Orgulho

- * Valorizando a imagem que a Modelo projeta para a cidade
- * Sentindo-se orgulhoso por haver construído a Modelo.

- SÍMBOLOS DE (IN)DIGNIDADE

Dimensão Econômica

Símbolo: Polo de Moda

- * Interpretando o polo de moda como símbolo de uma relação digna

Símbolo: Empresa Modelo

- * Interpretando a sede da empresa Modelo como símbolo de uma relação digna

Dimensão Ambiental

Símbolo: “Porto no nosso horizonte”

- * Interpretando a visão do porto como símbolo de uma relação indigna

Símbolo: “Pó preto”

- * Interpretando o pó preto como símbolo de uma relação indigna

Símbolo: “Praia vazia em dias quentes”

- * Interpretando a praia vazia em dias quentes como símbolo de uma relação indigna

Dimensão Sociocultural

Símbolo: Eventos socioculturais institucionais e patrocínios

- * Interpretando os eventos esportivos de instituições formais como símbolos de uma relação digna
- * Interpretando os eventos culturais de instituições formais como símbolos de uma relação digna

Dimensão Psicossocial

Símbolo: Produtos da Modelo pelo mundo

- * Interpretando a projeção mundial dos produtos da Modelo como símbolo de uma relação digna

Símbolo: Logo e nome da Empresa Modelo

- * Interpretando logo e nome da Modelo como símbolos de uma relação digna

Símbolo: Praça da Modelo

- * Interpretando a praça da Modelo como símbolo de uma relação digna
- * Interpretando a praça da Modelo como símbolo de uma relação indigna

- INTERPRETAÇÃO DAS CONDUTAS-CHAVE

Zelo voluntário

Zelo psicossocial voluntário

- * Preservando a imagem da cidade espontaneamente
- * Buscando conquistar a cidade pelo orgulho da marca

Zelo sociocultural voluntário

- * Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de cultura
- * Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de educação
- * Suprindo voluntariamente o papel do governo como provedor de espaços para convívio social

Zelo compelido

Zelo psicossocial compelido

- * Mantendo a marca Modelo por imposição legal
- * Sendo pressionado socialmente pelo sindicato a manter a marca Modelo

Zelo ambiental compelido

- * Sendo obrigado por lei a diminuir a emissão do pó preto

Zelo econômico compelido

- * Sendo pressionado pela comunidade e sindicato a evitar demissões em massa

Zelo estratégico

Zelo psicossocial estratégico

* Produzindo orgulho com o visível e explorando o menos visível

* Usando a carência de orgulho da comunidade para explorá-la

Zelo sociocultural estratégico

* “Seduzindo para estuprar”

* Usando a carência de eventos culturais e espaços de convívio da comunidade para explorá-la

- EXPECTATIVAS QUANTO À RELAÇÃO

Expectativa Inexistente

* Ignorando a presença das empresas

* Desprezando a relação com as empresas

Expectativa Paternalista

* Sentindo-se órfão do governo

* Vendo a modelo como um “padrasto”

* Vendo a modelo como um “pai adotivo”

* Reconhecendo um pai no fundador da Modelo

* Vendo a modelo como uma “mãe

Expectativa Compensatória

* Tolerando abusos ambientais em caso de compensação

* Esperando recompensas econômicas

* Esperando recompensas socioculturais

Expectativa de Confronto

* Vendo as empresas como inerentemente abusivas

* Percebendo a necessidade de resistir aos abusos

* Vendo o confronto como inevitável

- TANGIBILIDADE DA EMPRESA

Tangibilidade concreta

* Vendo a sede da empresa no dia-a-dia

Tangibilidade abstrata

Lembrança da Marca

- * Consumindo produtos da empresa no dia-a-dia
- * Sendo exposto à marca da empresa no dia-a-dia
- * Não se lembrando das empresas com marcas com quem menos interage

Afeto pela Empresa

- * Lembrando mais da empresa com a qual possui maior vínculo emocional

Exposição da empresa na mídia

- * Recebendo notícias sobre as empresas na Mídia

SITUAÇÕES CRÍTICAS

- * Mudando expectativas ao sentir a saúde ameaçada
- * Mudando expectativas ao sentir o emprego ameaçado
- * Mudando expectativas ao sentir a sustentabilidade econômica ameaçada

AVALIAÇÕES DE AÇÕES E CONDUTAS

Perspectiva Temporal

Estado Generalizado

- * Aprovando o padrão de comportamento da empresa em geral
- * Reprovando o padrão de comportamento da empresa em geral

Pontual

- * Aprovando uma ação da empresa
- * Reprovando uma ação da empresa

Avaliação Geral

Aprovação

- * Aprovando uma ação da empresa
- * Aprovando o padrão de comportamento da empresa em geral

Reprovação

- * Reprovando uma ação da empresa

- * Reprovando o padrão de comportamento da empresa em geral

Resultado para a comunidade

Benefício

- * Vendo benefícios para a comunidade nas ações da empresa
- * Vendo benefícios para a comunidade no padrão de comportamento da empresa

Prejuízo

- * Vendo prejuízo para a comunidade nas ações da empresa
- * Vendo prejuízo para a comunidade no padrão de comportamento da empresa

Intenção

Altruísta

- * Vendo uma ação da empresa como altruísta
- * Vendo o padrão de comportamento da empresa como altruísta

Hipócrita

- * Vendo uma ação da empresa como hipócrita
- * Vendo o padrão de comportamento da empresa como hipócrita

Tipos de avaliações de ações e condutas

- * Dádiva
- * “De cavalo dado não se olham os dentes”
- * “Nada mais que a obrigação”
- * “De boa intenção, o inferno está cheio”
- * “Doce na boca de criança boba”
- * “Presente de grego”

MANIFESTAÇÕES DE INDIGNAÇÃO

Resignação

- * Sentindo-se impotente diante da indignidade
- * Reconhecendo a impotência da comunidade enquanto grupo
- * Aceitando o *status quo* como dado

Disseminação de discursos de indignação

- * Compartilhando a indignação com amigos
- * Manifestando a indignação na internet
- * Acionando a mídia para manifestar indignação
- * Protestando em eventos coletivos
 - * Buscando apoio de ONGs para eventos de protesto
 - * Buscando apoio da mídia para eventos de protesto
 - * Buscando apoio de pessoas influentes para eventos de protesto

Processo judicial

- * Buscando o apoio de ONGs para processo judicial
- * Buscando o apoio do sindicato para processo judicial
- * Buscando o apoio dos políticos para processo judicial

Resistência estratégica

- * Afetando a reputação da empresa

Resistência ilegal

- * Depredando a propriedade da empresa
- * Depredando a propriedade pública desrespeitada pela empresa

Rompimento

- * Mudando-se por falta de perspectiva de mudança

ESPAÇO INTERACIONAL

Interação entre pessoas

Interações primárias

- * Interagindo com familiares
- * Interagindo com amigos

Interações secundárias

Interações Cotidianas

- * Interagindo com pessoas de contato regular superficial

Interações Ocasionais

- * Falando com pessoas eventualmente
- * Observando pessoas eventualmente

Interações entre pessoas e espaços

Interações passadas com o espaço

- * Lembrando dos sentimentos associados a espaços

Interações potenciais com o espaço

- * Imaginando interações com o espaço