



**FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA – UNIFOR
VICE-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
MESTRADO/DOCTORADO**

RAPHAELLA PAIVA CARDOSO

**Cosmogonias na empresa familiar: um estudo etnográfico em Fortaleza-CE
Cosmogonies in the family business: an ethnographic study in Fortaleza-CE**

**FORTALEZA
2020**

RAPHAELLA PAIVA CARDOSO

**COSMOGONIAS NA EMPRESA FAMILIAR: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO
EM FORLEZA-CE**

**COSMOGONIES IN THE FAMILY BUSINESS: AN ETHNOGRAPHIC
STUDY IN FORTALEZA-CE**

Dissertação apresentada à Coordenação do Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade de Fortaleza – UNIFOR, em cumprimento à etapa de Defesa, requisito para a obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Psicologia, Sociedade e Cultura.

Linha de Pesquisa: – Processos de Trabalho e Saúde

Orientador: Prof. Dr. José Clerton de Oliveira Martins.

**FORTALEZA
2020**

Ficha catalográfica da obra elaborada pelo autor através do programa de geração automática da Biblioteca Central da Universidade de Fortaleza

Cardoso, Raphaella Paiva.

Cosmogonias na empresa familiar: um estudo etnográfico em Fortaleza-CE: / Raphaella Paiva Cardoso. - 2020
130 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade de Fortaleza. Programa de Mestrado Em Psicologia, Fortaleza, 2020.

Orientação: José Clerton Martins.

1. Mito. 2. Mito fundador. 3. Empresa familiar. 4. Cultura organizacional. I. Martins, José Clerton. II. Título.



Universidade de Fortaleza – UNIFOR

Programa de Pós-Graduação em Psicologia

Ambiente, Trabalho e Cultura nas Organizações Sociais

Dissertação intitulada "*Cosmogonias na empresa familiar: um estudo etnográfico em Fortaleza-CE*", de autoria da mestranda **Raphaella Paiva Cardoso**, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. José Clerton de Oliveira Martins (UNIFOR) – Orientador

Profa. Dra. Leônia Cavalcante Teixeira (UNIFOR) – Membro efetivo

Prof. Dr. Filipe de Menezes Jesuíno (Faculdade Pitágoras) – Membro efetivo

Fortaleza, 26 de novembro de 2020.

Visto:

Profa. Dra. Normanda Araujo de Moraes

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Psicologia - UNIFOR

Dizem que o que todos procuramos é um sentido para a vida. Não penso que seja assim. Penso que o que estamos procurando é uma experiência de estar vivos, de modo que nossas experiências de vida, no plano puramente físico, tenham ressonância no interior de nosso ser e de nossa realidade, mais íntimos, de modo que realmente sintamos o enlevo de estar vivos. É disso que se trata, afinal, e é o que essas pistas nos ajudam a procurar, dentro de nós mesmos (...). Mitos são pistas para as potencialidades espirituais da vida humana.

Joseph Campbell, *O poder do mito*, 1990

Temos apenas que seguir o fio da trilha do herói. E ali onde pensávamos encontrar uma abominação, encontraremos uma divindade; onde pensávamos matar alguém, mataremos a nós mesmos; onde pensávamos viajar para o exterior, atingiremos o centro da nossa própria existência; e onde pensávamos estar sozinhos, estaremos com o mundo todo.

Joseph Campbell, *O herói de mil faces*, 2007

AGRADECIMENTOS

Diante de uma jornada de vida construída com os aprendizados obtidos a partir das minhas relações com uma diversidade de pessoas, espíritos de Luz e mestres espirituais, algumas linhas não serão o suficiente para comportar o registro do nome de todos aqueles que contribuíram para essa produção. Tentarei expressar minha gratidão citando apenas uma pequena parte daqueles que, de alguma forma, trouxeram luz para iluminar a minha jornada no mestrado. Para aqueles que não foram citados nominalmente, emano minha gratidão e reconhecimento.

Iniciarei minha manifestação de gratidão ao Supremo e às oportunidades que ele me oferece para que eu possa evoluir! Aos mestres espirituais que me guiam e me protegem, vocês são minha sustentação e fonte de força!

Agradeço aos meus ancestrais, raízes que me sustentam. Sou profundamente grata aos meus avós, pais, irmãos, sobrinhos e familiares. Minha mãe amada, Eliana Paiva Cardoso, que é meu exemplo de vida, te amo infinitamente. Você é tudo! Ao meu pai, Luis Cardoso Neto, minha gratidão imensa! Ao meu pai afetivo, Clerton Hissa dos Santos, minha gratidão pelo apoio de sempre!

Antes de conseguir me lançar ao desafio do mestrado, minha prima Ana Cristina Pordeus esteve ao meu lado apoiando, incentivando, corrigindo e direcionando minhas produções no período de seleção do mestrado. Sua carreira acadêmica me inspira. E sou grata por todo o aprendizado que conquistei através dos seus ensinamentos desde minha infância, com as aulas de matemática, até agora, com as ferramentas e técnicas de escrita acadêmica.

Minha gratidão sem medida se dirige ao meu orientador, José Clerton de Oliveira Martins, que me conduziu não apenas em uma jornada de escrita, mas também em uma jornada de autoconhecimento. Sou grata por todas as experiências e oportunidades de receber o preparo para caminhar no mundo acadêmico. Me sinto honrada pela oportunidade breve de ter sido

aprendiz de um mestre e de um grande educador. Levarei no coração essa referência. E espero, no futuro, poder desenvolver as habilidades necessárias para compartilhar todos os aprendizados que a mim foram proporcionados por esse grande exemplo de professor pesquisador.

Todo grande professor pesquisador possui um laboratório de pesquisa no mínimo fantástico! O Laboratório de Estudos sobre Ócio, Trabalho e Tempo Livre – OTIUM é esse lugar, construído por pesquisadores iniciantes e avançados de nível excepcional! Porém, o destaque está na rede de auxílio, compartilhamento de conhecimentos e, principalmente, no afeto que lá se cultiva. Um lugar cheio de acolhimento e vontade de saber. Sou grata a todos os meus colegas de laboratório: Gileno Campos, Lucas Bonfim, Renata Mota, Zuleika Araújo, Francisco Chagas, Maria Bessa, Érica Montefusco, Marlo Lopes, Berta Ponte, Francisco Welligton, Heráclito Pinheiro, Thiago Albuquerque, Cybele Nogueira e Igor Schmid.

Os grupos de estudos AION e Cultura e Psicologia do Ócio são fontes de ricas discussões, e de lá nascem trabalhos e temos oportunidades de acessar novas teorias. Agradeço a todos que por lá estiveram, especialmente ao Sidarta Cavalcante e ao mestre Júlio Guedes, cujas indicações de leitura foram essenciais para a minha escrita.

Agradeço imensamente à empresa familiar centenária Parente, o lócus da minha pesquisa e a fonte das informações. Sou cliente da loja (uma referência que veio de minha mãe) e, em 2014, realizei um projeto de consultoria de RH, e fiquei fascinada com a cultura e com o clima organizacional. Desde então guardei o desejo que hoje realizo através dessa pesquisa: conhecer mais sobre essa empresa familiar de 106 anos. Foi uma honra poder ter acesso à história de fundação e da família, que, com seu complexo comercial, fez e continua a fazer parte da construção da história de Fortaleza. Agradeço a disponibilidade da dona Isabel Parente, que, mesmo afastada da empresa, me recebeu de braços abertos. Agradeço a toda a diretoria, composta por Lívio Parente, Milla Parente, Lanna Parente e Gina Parente, pela riqueza de suas

contribuições e pelo acesso ao material do arquivo histórico da empresa familiar. Agradeço a todos as funcionárias que dedicaram tempo e entrega afetiva ao compartilharem suas vivências através das entrevistas. Gratidão imensa à Jaqueline Maia, que, desde a minha chegada à empresa até o final da pesquisa, esteve contribuindo para que tudo pudesse fluir. Inclusive durante os tempos sombrios da pandemia, eu pude contar com sua imensa disposição e agilidade.

Esse imenso desafio que estou concluindo foi o resultado de um grande trabalho emocional que venho realizando há alguns anos. E tenho muita gratidão por ter minha analista, Sandra Mara Lopes de Oliveira, nessa e nas outras jornadas que compõem a minha vida.

Agradeço a todos os profissionais que fazem da Universidade de Fortaleza – UNIFOR, uma referência. Gratidão a todos os professores do PPGP, pela dedicação ao ensino. À professora Regina Maciel, pelos aprendizados que a mim foram proporcionados. À Sônia Bezerra e ao Hendriws Lima, meus sinceros agradecimentos por todos os direcionamentos, soluções e suporte que recebi. Gratidão aos colegas mestrandos e doutorandos com os quais compartilhei meu caminho de caos potencial! Agradeço à Izabel Marinho, a Belzinha do C.A. de Psicologia, que, desde a minha graduação, acompanha e incentiva minha caminhada acadêmica.

Nessa jornada que vivi, tive a honra de caminhar com uma companhia iluminada que me ensinou muito sobre perseverança e sobre amar. Zemilson Medeiros foi um apaixonado pelo conhecimento e pela psicologia, um entusiasta da pesquisa. Partiu sem concluir o sonho de defender a sua tese de doutorado. Mas me deixou lindas lembranças! Gratidão pela oportunidade de aprender tanto com sua história!

Para finalizar, minha gratidão imensa aos avaliadores criteriosos e suas ricas contribuições nas bancas de qualificação e defesa do meu trabalho: Profa. Dra. Leônia Cavalcante (Unifor) e Prof. Dr. Filipe Jesuíno (Faculdade Pitágoras).

Por todas essas bênçãos, gratidão ao Supremo!

RESUMO

A história de fundação das empresas familiares carrega em seu cerne o mito fundador, que se apresenta nas narrativas, nos rituais, nos símbolos e nos espaços impregnados de memória sobre o precursor. E este, como os nossos ancestrais, manifesta, junto ao seu nome, uma aura mitológica que acaba por se transformar em base para a criação de um legado ou mesmo de uma cultura organizacional numa empresa familiar. Considerando o aspecto mítico presente na cultura organizacional, este estudo elaborou uma trajetória a partir do desvelamento do mito de fundação da Parente, uma empresa centenária localizada em Fortaleza-CE. Escolhemos realizar uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, descritivo e com enfoque etnográfico, em que buscamos nos aspectos cosmogônicos da cultura organizacional da Parente o desvelamento do mito fundador através da figura do precursor e de sua jornada para construir a cultura hoje centenária. Com esse fim, realizamos entrevistas narrativas sobre a fundação da empresa familiar. Em seguida, utilizamos os indicadores de etnicidade, nucleares da cultura, para identificar as três formas que o mito fundador se apresenta: a partir dos símbolos, dos rituais e da jornada heroica do fundador do negócio. Como um dos resultados desse estudo, encontramos os símbolos na sua representação como ponte entre o que é concreto, com a característica da objetividade, e as emoções, do âmbito da subjetividade. Observamos que a atuação do símbolo no indivíduo ocorre na harmonização entre os aspectos da tarefa consciente com as emoções inconscientes. Já nos rituais, os resultados se apresentaram como um fenômeno de atualização do processo de criação, um aspecto vinculado à ativação da lembrança da potência criativa no indivíduo. Por fim, observamos a presença da jornada heroica envolta em uma aura numinosa que se desvela na expressão dos familiares e funcionários da Parente. Esse mito fundador permanece há quatro gerações sendo reverenciado e continuamente renovado pelo legado e pela tradição da marca, que se mantém ativa e continua sendo referência no mercado cearense. Assim, através dessa jornada de investigação acessamos o mito vivo e toda a sua potência de criação e manutenção de uma cultura organizacional numa empresa familiar.

Palavras-chave: Mito. Mito fundador. Empresa familiar. Cultura organizacional.

ABSTRACT

The founding history of family businesses carries at its core the founding myth that is presented in narratives, rituals, symbols and spaces impregnated with memory about the precursor. And this, like our ancestors, manifests, next to its name, a mythological aura that ends up becoming the basis for the creation of a legacy or even an organizational culture in a family business. Considering the mythical aspect present in the organizational culture, this study elaborated a trajectory based on the unveiling of the myth of foundation of the Parente, a centenary company located in Fortaleza-CE. We chose to conduct a qualitative research of an exploratory, descriptive and ethnographic focus, in which we sought in the cosmogonic aspects of the organizational culture of the Parente the unveiling of the founding myth through the figure of the precursor and his journey to build the culture today centenarian. To this end, we conducted narrative interviews about the founding of the family business. We then use the indicators of ethnicity, the core of the culture, to identify the three forms that the founding myth presents itself: from the symbols, rituals and heroic journey of the business founder. As one of the results of this study, we find the symbols in their representation as a bridge between what is concrete, with the characteristic of objectivity, and, the emotions, the scope of subjectivity. We observe that the performance of the symbol in the individual occurs in the harmonization between the aspects of the conscious task with the unconscious emotions. In the rituals, the results presented themselves as an updating phenomenon of the creation process, an aspect linked to the activation of the memory of the creative power in the individual. Finally, we observe the presence of the hero's journey wrapped in a numinous aura that is unveiled in the expression of relatives and employees of the Parente. This founding myth remains for four generations being revered and continuously renewed by the legacy and tradition of the brand that remains active and continues to be a reference in the market of Ceará. Thus, through this journey of investigation, we access the living myth and all its power to create and maintain an organizational culture in a family business.

Keywords: Myth. Founding myth. Family business. Organizational culture.

LISTA DE ABREVIATURAS

COÉTICA	COMITÊ DE ÉTICA
PPGP	PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
TCLE	TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
UNIFOR	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Percurso metodológico da pesquisa.....	25
Figura 2. Indicadores de etnicidade Cultural de Baztán (2004) e demarcação da pesquisa.....	39
Figura 3. Esquema gráfico das gestões da Parente por geração.....	43
Figura 4. Logomarca da Parente.....	44
Figura 5. Fachada loja Parente.....	45
Figura 6. Foto das vendedoras na década de 70.....	48
Figura 7. Foto das vendedoras em 2020.....	48
Figura 8. “Seu” Inácio Parente Filho.....	54
Figura 9. Loja de departamento. Foto da fachada.....	55
Figura 10. Loja de departamento. Foto do interior de um dos andares.....	56
Figura 11. Casa Parente em 1914.....	64
Figura 12. O caloroso aperto de mão do Seu Inácio.....	88
Figura 13. A festa de confraternização com a participação de Seu Inácio.....	98
Figura 14. Esquema gráfico da jornada do herói do mito fundador da Parente.....	103
Figura 15. Foto do Senhor Inácio (Recorte de jornal).....	105

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Lista de funcionários da Parente	29
Tabela 2. Perfil dos participantes da pesquisa.....	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 PERCURSO INVESTIGATIVO.....	24
2.1 Abordagem de pesquisa.....	26
2.2 Tipo de pesquisa.....	27
2.3 Participantes da pesquisa.....	28
2.4 Lócus.....	32
2.5 Coleta dos dados.....	34
2.6 Análise dos dados.....	36
2.7 Procedimentos éticos.....	39
2.8 A Pandemia de Covid-19.....	40
3 OS CICLOS DA GRANDE JORNADA HEROICA DA PARENTE	43
3.1 Quarta geração: a transformação de um legado.....	43
3.2 Uma herança da tradição no mercado da beleza.....	51
3.3 A construção de um império: a história de um vanguardista.....	54
3.4 O primeiro ciclo se inicia com o fundador.....	61
4 MITOS E COSMOGONIAS.....	66
4.1 A Mitologia	67
4.2 Os mitos.....	69
4.3 O mito fundador.....	71
4.4 Aspectos psicológicos do mito fundador.....	73
5 SÍMBOLOS, ESPAÇOS DE MEMÓRIA E A SACRALIDADE.....	77
5.1 Símbolos subjetivos: valores.....	78
5.2 Símbolos concretos: espaços de memória.....	82
5.3 Símbolos e a sacralidade.....	85
6 RITUAIS DA PARENTE.....	87
6.1 O cumprimento aos funcionários: reconhecimento que gera motivação.....	87
6.2 O trabalho dos familiares.....	92
6.3 Participação nas transformações da sociedade.....	95
6.4 Rito de final de ano Parente.....	96
7 A JORNADA DO HERÓI NA PARENTE.....	101
7.1 O nascimento de um mito: a jornada de Inácio Gomes Parente.....	104
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	108
REFERÊNCIAS.....	115
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	118
ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA.....	124

1 INTRODUÇÃO

Esse estudo apresenta atravessamentos que remontam à minha origem, pois os mitos, tema central desta pesquisa, estão presentes na minha vida desde a minha infância, quando, na maior parte do tempo, a minha companhia eram os deuses gregos, egípcios e nórdicos com seus mundos fantásticos. E anos depois, quando cursei psicologia ganharam outro contorno. A partir das teorias psicológicas, hoje enxergo a presença do mito na alma das diversas culturas da humanidade.

A busca por minha identidade também me levou, ao longo da minha jornada de vida, a buscar minhas origens e raízes ancestrais, as cosmogonias e a aura numinosa de constantes inícios presentes na nossa natureza cíclica, o que se apresentou como um segundo sustentáculo de um tripé de elementos que me mobilizaram enquanto pesquisadora à realização desse estudo.

Como terceiro elemento, cito as empresas familiares que fazem parte da minha vida profissional. Empresas onde, como psicóloga organizacional, pude vivenciar a prática das abordagens teóricas presentes nesse estudo e que, através dessa pesquisa, tive a oportunidade de honrar e ser grata pelos aprendizados.

A união dessas temáticas a mim tão caras veio somar-se à questão das perspectivas acerca da Ciência na contemporaneidade, no que tange à transdisciplinaridade e sua sustentação da integração de saberes. Nesse caso, a união não apenas possível, mas essencial entre aspectos míticos e racionais, como propuseram muitos estudiosos, como Barcellos (2019), Baztán (2004), Campbell (1990, 1992, 2002a, 2002b, 2007, 2008, 2015a, 2015b), Cassier (2013), Durand (2014), Eliade (1991, 1992, 2016, 2018), Franz (2018), Hollis (2017), Jaffé (1983), Jung (2017), Kast (2017), Keleman (1999), Krom (2000, 2016), Müller (2017), Rank (2015), Ruthven (2010), Salis (2003), Scharmer (2019), Senge, Scharmer, Jaworski e Flowers (2007), Strauss (2018), Ziemer (1996), Zimmer (2019), entre outros.

É importante ressaltar que esse trabalho propõe estabelecer um diálogo entre os aspectos míticos presentes nas diversas produções humanas, dentre elas as culturas e subculturas; e a psicologia nas organizações, um assunto pouco explorado nessa área da psicologia.

Dentre as várias áreas existentes na Psicologia, a organizacional é a vertente que, na contemporaneidade, atua no desenvolvimento de estratégias com o objetivo de auxiliar as empresas na conquista da sua missão, ou seja, sua razão de existir enquanto negócio. Por conta de um mercado competitivo e exigente, as organizações possuem a necessidade de investir em novas tecnologias, em processos de gerenciamento efetivos – que promovam o aumento da produção com um reduzido custo – além de estabelecer uma boa gestão de pessoas – através do equilíbrio entre o lucro e a necessidade dos funcionários. Segundo Martins (2008), profissionais que, em ambientes organizacionais, se mobilizam para conhecer a cultura organizacional, valores, símbolos e seus sentidos, acabam por estimular a motivação e a integração do homem ao seu ambiente de trabalho.

A psicologia organizacional se desenvolveu para atender à demanda de produtividade vinculada à gestão, como um acessório da teoria administrativa. Essa contribuição se voltava para o desenvolvimento dos recursos humanos, no sentido de promover a adaptação das pessoas às empresas. Essa maneira de atuação conseguiu atender às necessidades das organizações até meados da década de sessenta. Após esse período, com o desenvolvimento das diversas teorias acerca do psiquismo humano, somado às novas necessidades das organizações – que passaram a buscar não apenas especialistas técnicos e bons cumpridores de tarefas, mas também sujeitos criativos, com sentimentos e espírito de liderança – passou-se a considerar a presença do imaginário (cultura) nas organizações (Ziemer, 1996).

Essas organizações, se forem compostas por membros da mesma família, são consideradas empresas familiares, que carregam no seu interior aspectos concretos e subjetivos que se entrelaçam através das histórias, vivências e desafios. Desse entrelaçamento resulta uma

trama cultural. Aquele que inicia o ponto é o fundador, a figura que passa a ordenar os elementos, que, se estiverem em estado caótico, não criam; mas se forem ordenados em sistema, produzem um resultado.

As organizações são culturas, pois se trata de uma reunião de elementos que resultam da experiência de um grupo num determinado local e contexto. Tais experiências formam histórias significativas que, ao serem compartilhadas, se transformam em um modelo de realidade que fornece sentido ao comportamento (Baztán, 2004). Essa ordenação de determinado caos pode ser considerada como “(...) um meio cultural, que tem dimensões tanto patentes (visíveis, superficiais) quanto latentes (invisíveis, profundas) (Ziemer, 1996, p. 14).

A cultura resultante do processo de fundação de uma organização, como de uma empresa familiar, é vivenciada a partir de uma sequência de fatos. Essa história passa então a ser contada para que o grupo se organize em torno de algo que produza sentido, una e fortaleça. Tais histórias não são simplesmente trajetória de situações. Elas estão impregnadas de afetos, encantos e do numinoso que nos conecta aos aspectos inconscientes que trazem as memórias, os significados e tudo o que é intangível e extremamente necessário para a construção de um si mesmo e de uma identidade de grupo.

Apesar de possuir extrema importância para a criação e a manutenção de uma empresa familiar, encontramos uma grande lacuna em relação à cultura organizacional nas pesquisas científicas. Realizamos um levantamento bibliográfico, e poucos foram os estudos encontrados. Assim, diante de um vasto leque de possibilidades a serem exploradas, selecionamos os aspectos cosmogônicos presentes na cultura organizacional das empresas familiares, para realizar um trabalho de revisão narrativa.

Ressaltamos que o conceito de “mito” que utilizamos nesse estudo se alinha às perspectivas de mitólogos que buscam estabelecer diálogos entre as mais diversas áreas da

ciência, como a filosofia, a antropologia, a psicologia etc. Discorremos a seguir sobre alguns critérios e perspectivas sobre o conceito de mito que adotamos como referência teórica.

A palavra mito “(...) remonta à raiz sânscrita *mous*, da qual surgiu a palavra mantra. A raiz *mithos* também daí derivou. Os mitos nasceram dessa arte de calar-se para ouvir os deuses (...)” (Salis, 2003, p.218). Também podemos considerar o mito como “(...) uma narração que busca dar uma resposta, de uma forma expressiva, para as questões mais profundas da existência humana” (Baztán, 2018, p.332). Sua definição está vinculada ao contexto histórico, de espaço, tempo e cultura. Não se pretende lógico. Sua origem é um mistério.

Na antiguidade, longe de indicar algo falso, os mitos eram considerados a linguagem que os deuses utilizavam para ensinar a nós, pobres mortais, a arte de viver, amar e nos aproximar deles. Eram narrativas fantásticas e ambíguas, porque os deuses nunca se comunicam de forma direta conosco (...) (Salis, 2003, p. 13).

Uma chave para acessar o sagrado no passado e orientar o homem no conhecimento de si e da natureza, o mito, na contemporaneidade, dentro do seu espaço de manifestação, permanece carregando a aura de numinosidade e de ponte para os mistérios. E em algumas teorias psicológicas é considerado um caminho para o entendimento do inconsciente.

Também consideramos importante trazer algumas questões acerca do numinoso, algo que pertence a uma natureza de difícil compreensão e que está para além de um conceito. O numinoso presente nos mitos é uma esfera de algo que está posto. Porém, é de difícil reconhecimento, pois trata do que é transcendente ao racional. Para Jacobi (2016, p. 137):

O numinoso, o misterioso e irracional, sempre nos foi “oferecido”, mas “reconhecido” apenas por poucos. Se o número destes poucos encolhe mais e mais, isso se deve ao fato

de que parece termos perdido os meios com os quais, é verdade, “oferecemos” o divino, mas não o “desvelamos”. Cada época deu ao mistério sua própria vestimenta adequada; mas nossa era ainda não encontrou um envoltório apropriado para o numinoso. Ou ela expõe o segredo, ou o encobre até se tornar irreconhecível. A psicologia representa uma das muitas tentativas de encontrar novo “invólucro”, a nova língua e a nova posição que possam ajudar as pessoas de tendência racionalista de hoje, apontando-lhes um caminho para apreender o irracional e inculcando nelas um entendimento dele. Desse modo, ela pode ajudá-las a saciar seu desejo do irracional, perdido principalmente nos caminhos tortuosos e desvios; e ela faz isso remetendo ao eterno mediador entre o que é e o que não é acessível à razão: o símbolo.

Retornamos à ideia do mito, mais especificamente à sua tipologia de criação através do mito fundador, que compreendemos como um conceito de ponte para os aspectos intangíveis da cultura organizacional. Este possui e sustenta toda a potência da criação e de manutenção de uma cultura organizacional das empresas familiares. Em sua composição encontramos elementos como os símbolos, os rituais e a jornada heroica.

Sabendo isso, para este estudo adotamos as ideias de Campbell (1990), que apontam os mitos como “a literatura do espírito” (p. 3), composta do numinoso, do sagrado, dos símbolos e rituais que proporcionam significado para a realidade que nos cerca.

Na cultura organizacional das empresas familiares esses elementos aparecem como aspectos intangíveis com os quais o mito fundador estabelece uma ponte para a construção da identidade da organização. Eles são observados na história de fundação da empresa familiar, nos valores que são alicerces de sustentação da cultura, e nos ritos que, iniciados pelo fundador do negócio, permanecem sendo cultivados durante a existência da empresa familiar.

Em relação ao trabalho de revisão narrativa que realizamos, este apontou que quando se trata de produções que abordam mitos, os títulos verificados nem sempre fazem referência à definição que envolve o significado simbólico do conceito de mito. Em algumas produções, o descritor “mito” se encontra no significado do uso de uma expressão de linguagem para fazer referência a elogio ou apologia a alguma figura de destaque. Outro ponto observado em diversas produções foi a ideia do mito fundador como expressão relacionada à criação de um país ou nação. A questão antropológica, presente no mito, no sentido de que “(...) essa narrativa é a solução imaginária para tensões, conflitos e contradições que não encontram caminhos para serem resolvidos no nível da realidade” (Chauí, 2000, p. 9).

Dessa forma, a revisão narrativa de literatura apresentou como resultado a ausência de referência em relação à discussão dos conceitos reunidos: mito, mito fundador, cultura organizacional e empresa familiar. Na díade de descritores selecionada, “mito fundador” e “empresa familiar”, também não foram observadas referências relacionadas à temática deste estudo.

Esse caminho levou-nos a considerar o seguinte problema de pesquisa: como identificar o mito fundador na cultura organizacional das empresas familiares em Fortaleza–CE? Uma questão que encontramos após a realização da revisão narrativa de literatura.

Consideramos, para a elaboração da pergunta norteadora da pesquisa, os elementos que compõem o mito fundador nas empresas familiares anteriormente descritos. Dessa forma, apresentamos a pergunta norteadora desta pesquisa: considerando as narrativas de fundação, os símbolos e os rituais presentes na cultura organizacional, como o mito fundador se desvela nas empresas familiares de Fortaleza–CE?

Os estudos se organizaram a partir de três pressupostos. Como primeiro pressuposto, apresentamos a ideia de que o mito fundador na empresa familiar se manifesta através das narrativas sobre a fundação, rituais, espaços e objetos simbólicos. No segundo pressuposto

propomos que as narrativas dos familiares e profissionais da empresa familiar estão atravessadas por valores pessoais e valores organizacionais. No terceiro pressuposto trazemos a figura do fundador como protagonista de uma jornada heroica para a formação de uma cultura.

Após a descrição do contexto geral, da pergunta norteadora dessa pesquisa e dos três pressupostos assumidos foram elaborados os seguintes objetivos para a condução da investigação:

Objetivo geral:

Desvelar, a partir das narrativas de fundação, símbolos e rituais, o mito fundador da empresa familiar.

Objetivos específicos:

- Apontar os símbolos presentes nos espaços, objetos e narrativas relacionados ao mito fundador da empresa familiar;
- Apresentar os rituais presentes na cultura organizacional da empresa familiar que se relacionam ao mito fundador;
- Descrever a jornada do herói, do fundador, com inspiração na teoria do monomito de Campbell, a partir das narrativas de fundação da empresa familiar.

Realizamos, para o alcance dos objetivos mencionados, uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, descritivo e com enfoque etnográfico.

Para a realização da investigação acerca da relação entre a cultura organizacional e o mito fundador, escolhemos uma organização que, na sua fundação, chamava-se Casa Parente e, na atualidade, se apresenta como Parente. Empresa tradicional do mercado da beleza, possui 106 anos e está localizada em Fortaleza-CE.

Esta empresa familiar, que está na gestão da quarta geração, apresenta sua história entrelaçada à família de mesmo nome e carrega, como legado, valores que, desde o princípio, ligam a marca aos clientes, fornecedores e funcionários.

A escolha por esta empresa familiar contou com duas formas de vínculo: o de cliente e o de profissional. Como clientes da loja há alguns anos, observamos a confiança e a tradição que passa pelas gerações: de avós para mães e chegando às filhas. Sobre o outro vínculo, como profissional: a Parente não possui a função de psicólogo organizacional em seu quadro de funcionários. Quando necessita de trabalhos pontuais, contrata uma consultoria especializada. Foi em uma dessas oportunidades que realizei um trabalho de consultoria em 2014: o desenvolvimento de um redesenho do processo de integração de novos funcionários, em que a atuação foi toda baseada na história de fundação da Parente. Foi profundamente marcante. Na época, o foco de atuação foi a renovação do ritual de acolhimento e boas-vindas dos novos funcionários. Esse ato aparentemente simples e formal, quando bem realizado, auxilia no processo de aculturação dos colaboradores. E até a presente data esse trabalho permanece ativo e colhendo resultados positivos. E para este estudo de resgate do pensamento mítico no âmbito científico, apresentamos as seguintes possibilidades de relevância: relevância em âmbito prático; social; sobre o valor psicológico do pensamento mítico; e a relevância acadêmica.

Consideramos como relevância social e que impacta diretamente na prática do profissional da área de RH, dessa pesquisa, o incremento do leque de ferramentas de gestão para intervenções que estão disponíveis a esses profissionais, em que pensamos a possibilidade de uma construção de ferramentas para a prática organizacional, que proporcione a comunicação entre aspectos conscientes e inconscientes da cultura nas organizações. Esses profissionais, que, quanto mais preparados estiverem para lidar com a cultura organizacional e seus aspectos intangíveis, mais apresentarão domínio acerca das soluções diante dos desafios da gestão de pessoas.

Encontramos nos estudos de Batzán (2004) essa ideia de harmonização dos aspectos subjetivos e concretos. Em seus estudos sobre gerenciamento da cultura – que se trata de uma conduta com o objetivo de construção de canais entre líderes e demais funcionários para uma melhor comunicação cultural, através de rituais convergentes e alinhados para um bom entendimento entre os trabalhadores – o autor acredita que um trabalho que promova a fluidez na comunicação entre líderes e demais funcionários levará a uma melhor convivência, o que se refletirá nos resultados e cumprimento dos objetivos. Afinal, já estamos no tempo de trazer a complexidade e a multidimensionalidade da realidade que nos cerca para a área organizacional, e assim promover saberes mais sistêmicos e, conseqüentemente, mais capazes de amparar os afetos, as relações, a espiritualidade, enfim, todas as linhas e as entrelinhas da nossa engenhosa condição de humanidade, mesmo que no ambiente de trabalho.

Com relação ao valor psicológico do pensamento mítico, consideramos que o mito e seus elementos funcionam como um caminho de acesso ao inconsciente. Dessa forma, atua como um instrumento para a organização psíquica do indivíduo. Para Franz (2003), o inconsciente é o ponto de partida do indivíduo para que ele se torne consciente do mundo que o rodeia. E uma das chaves fundamentais para essa compreensão é o caminho mítico. Assim, apontamos para a esfera do inconsciente como não apenas organizador, mas mantenedor da estrutura psíquica humana.

Para uma possível contribuição para o meio acadêmico, acreditamos que este estudo apresenta um lugar de vanguarda, pois se trata de um estudo que envolve a transdisciplinaridade, vinculada ao paradigma da ciência contemporânea. Outra possível contribuição acadêmica consiste em auxiliar na redução da lacuna de estudos sobre as culturas das organizações, como apontado na revisão narrativa de literatura.

Ressaltamos que o olhar aqui proposto está alinhado às pesquisas vanguardistas acerca da psicologia das organizações e contribui para a militância de trazer outro status para a

psicologia organizacional que não seja o de acessório das ciências administrativas, como descreveu Ziemer (1996).

Assim, apresentamos uma proposta de abertura para que novos caminhos do arcabouço teórico presente na psicologia organizacional – que passou a cada vez mais ser convocada a ocupar o seu lugar de lidar com os vínculos, as relações e os afetos das pessoas – possam lançar um olhar para a cultura e para os aspectos míticos que estão envolvidos nas relações construídas pelos indivíduos e que, conseqüentemente, influenciam o clima, as relações interpessoais e a comunicação em uma empresa.

E como possibilidade de trazer para a prática do psicólogo organizacional o olhar sistêmico voltado para o gerenciamento da cultura e suas ferramentas, acreditamos que essa pesquisa se torne relevante por contribuir para auxiliar no desafiante trabalho de gerenciar pessoas com seus humores e processos de individuação ocupando o mesmo espaço em um ambiente de trabalho.

Sabendo isso, e como um caminho de compreensão dos processos relacionados ao mito fundador da empresa familiar e sua presença na cultura organizacional, as discussões propostas nesta pesquisa são apresentadas ao longo de oito seções, cuja primeira consistiu nessa introdução, que, juntamente às demais, compõem esta dissertação.

Trazemos na segunda seção o percurso investigativo da pesquisa, com as descrições da trajetória metodológica e seus conteúdos referentes à abordagem: tipo, os participantes, o lócus e os instrumentos de coleta, organização e análise dos dados obtidos, bem como os procedimentos éticos adotados para a condução do estudo de campo.

Apresentamos na terceira seção a história da Parente e seu legado centenário, com as etapas marcadas pela geração que ficou à frente da gestão. Uma empresa que, conforme mencionado, pertence à mesma família por exatos 106 anos, possui um grande leque de fatos e acontecimentos que marcaram sua longa trajetória de existência, contada pelos participantes da

pesquisa com brilho nos olhos e segurança quanto à sua identidade e pertencimento a um lugar que estrutura e sustenta suas vidas não apenas economicamente. Os relatos das histórias são apresentados na linha temporal que começou pela atualidade, no ano de 2020, e chegou à fundação da Parente, em 1914.

Na quarta seção abordamos os desvelamentos do mito fundador e seus aspectos cosmogônicos. Iniciamos com apontamentos sobre a mitologia, a área de estudos dos mitos. Posteriormente desenvolvemos o conceito de mitos e seus elementos, com foco na característica da criação. Seguimos para a abordagem do conceito de mito fundador, e finalizamos com os aspectos psicológicos presentes nos mitos.

A quinta seção trata da característica simbólica presente no mito fundador. Na Parente, os símbolos se apresentam como subjetivos, na figura dos valores da organização; como concretos, através dos espaços de memória. Também tratamos da sacralidade, como um aspecto pertencente à organização do cosmos, um eixo organizador do caos que apresenta reflexo na estruturação da psique do indivíduo.

Seguimos com os rituais observados em campo e relatados nas entrevistas como temática da sexta seção. Nas empresas familiares, a presença de representações do mito fundador através dos rituais manifesta elementos da jornada do herói do fundador. Eventos marcantes dessas etapas são rememorados e até revividos.

Já na sétima seção apresentamos a jornada do herói como elemento do mito fundador que concerne ao caráter cíclico e ao movimento de retorno ao ponto de origem, com o aprendizado a ser compartilhado ou mesmo um microcosmo sendo criado. Nessa seção apresentamos o desvelamento do mito fundador da Parente.

Finalizamos nossas apreensões na oitava seção, em que estão descritas as considerações finais. São aqui abordadas as observações finais, os limites da pesquisa e as questões levantadas para estudos futuros acerca do mito fundador nas empresas familiares.

2 PERCURSO INVESTIGATIVO

Apresentamos anteriormente o contexto e alguns elementos estruturais desse estudo, como os objetivos e o tipo de pesquisa. Aqui abordaremos os demais elementos necessários para trazer à luz da ciência o mito vivo e suas implicações na criação e manutenção da cultura nas organizações.

Antes de seguir e descrever a trajetória dessa jornada de investigação sobre o mito fundador na empresa familiar, trazemos a Figura 1 para ilustrar nossa caminhada. Nela estão presentes aspectos anteriormente apontados juntamente a outros que serão abordados a seguir, como os sujeitos da pesquisa, esta rica fonte de informação que traz, no relato de suas experiências, não apenas o cotidiano do trabalho, mas também toda a carga emocional e sentimentos envolvidos na construção pessoal e profissional de suas identidades. Outro aspecto que está diretamente relacionado a esses sujeitos, descrito na coleta de dados, é a entrevista em profundidade. Finalmente, em relação à análise dos dados coletados, apontamos a etnicidade (Baztán, 2004) como a referência para uma compreensão do mito fundador na empresa familiar.

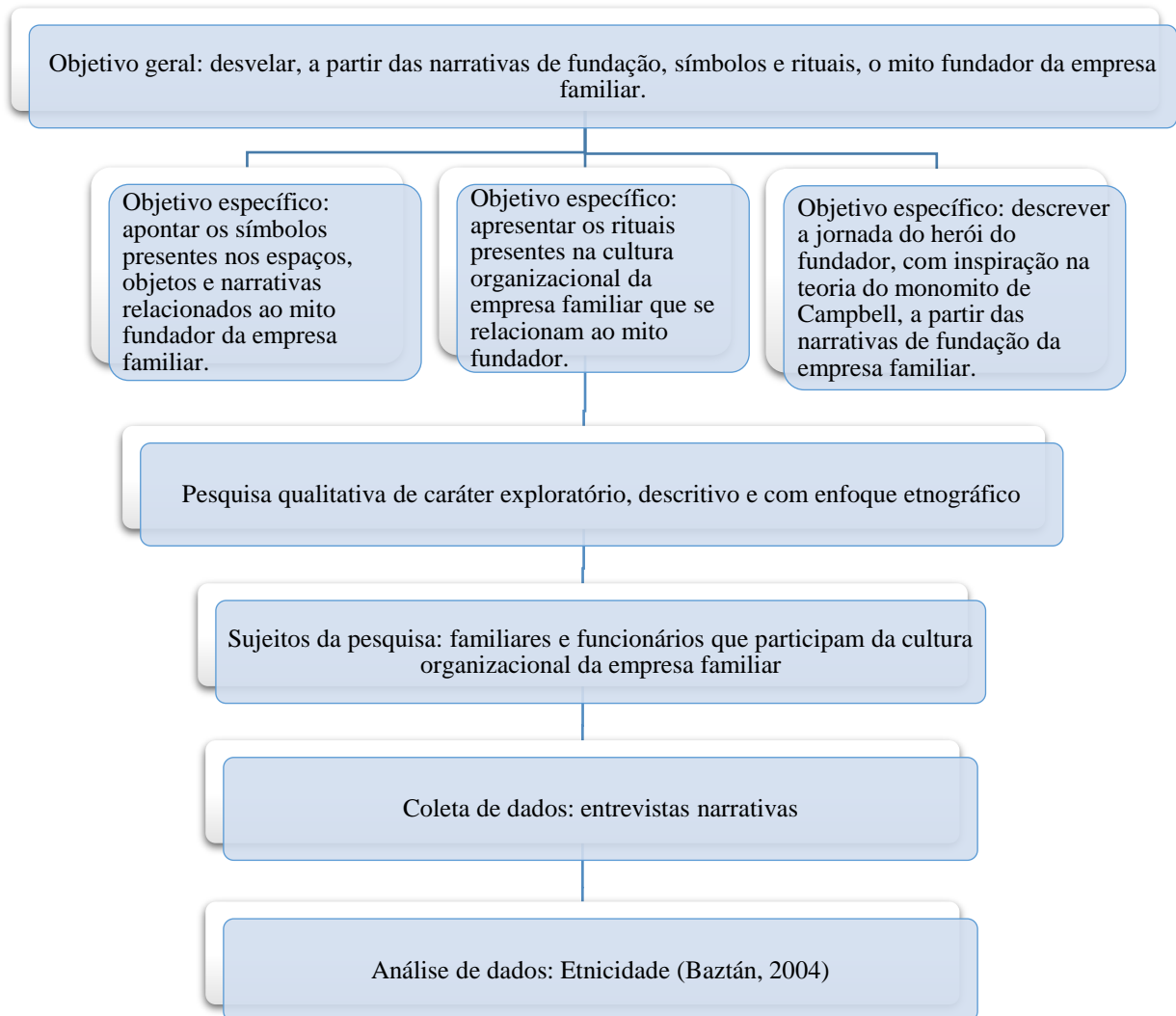


Figura 1. Percurso metodológico da pesquisa

Nessa seção descrevemos as informações acerca do método utilizado para buscar responder à pergunta de pesquisa, bem como a tentativa de validação dos pressupostos levantados. Posteriormente, serão detalhados o tipo e a abordagem da pesquisa, os participantes, o lócus onde ocorreram as entrevistas, as técnicas de coleta e análise de dados e os procedimentos éticos adotados.

Para elegermos o método, utilizamos uma das possibilidades da pesquisa que bem se relacionasse a temáticas antropológicas e culturais. Além desse requisito, buscamos atender à

necessidade da descrição das expressões humanas, míticas e simbólicas, para apreendermos, de uma perspectiva de integração entre elementos visíveis e não concretos, aspectos para a construção de uma cultura nas organizações.

Nesse sentido, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, descritivo e com enfoque etnográfico. Em relação à análise e à interpretação das narrativas, foram elaboradas após a categorização dos elementos encontrados nestas e que estavam associados aos três objetivos específicos desta pesquisa. Vale ressaltar que todos os objetivos específicos fazem parte da composição do mito fundador. Além disso, estão presentes nos indicadores de etnicidade de Baztán (2004), que aqui utilizamos como embasamento para a apresentação dos resultados.

Optamos por trabalhar com as narrativas de fundação por compreender que dessa forma teríamos contato com a aura mítica que envolve a figura do fundador, além dos símbolos e rituais dessa organização. A partir de então, apresentamos com mais detalhes os pontos mencionados referentes à metodologia.

2.1 Abordagem de pesquisa

A investigação qualitativa apresenta três principais características: na primeira delas, o pesquisador é, ao mesmo tempo, o condutor da investigação e o principal instrumento de coleta de dados. Assim, possui a visão holística necessária para definir os processos, executar e realizar as adaptações necessárias. A segunda característica é que as observações são analisadas de forma situacional: deve-se contextualizar o espaço e delimitar um marco temporal. Por fim, a análise se dá na forma em que são desenvolvidas microteorias advindas da realidade observada (Baztán & Martins, 2014). Estas características são observadas nesse estudo qualitativo sobre o mito fundador na Parente.

Alinhado aos aspectos presentes na abordagem qualitativa, a qual se mostrou mais adequada para ser utilizada nessa investigação sobre o mito fundador através das narrativas de fundação da empresa familiar Parente, realizamos a descrição da realidade desse grupo nessa empresa familiar. Para tal, fizeram-se necessárias as seguintes considerações: tratou-se de uma investigação de um grupo humano com suas complexidades e buscou-se o aspecto mítico da cultura organizacional. Dessa forma, foram observados indivíduos com consciência de sua presença no tempo e espaço histórico, que foram atravessados por aspectos da ordem de uma rede não concreta, mas que, apesar disso, se mostrou com forte presença, e que nos desvelou os aspectos subjetivos presentes na cultura organizacional.

2.2 Tipo de pesquisa

Este estudo, que visa a identificar o mito fundador em empresas familiares, apresenta características de uma pesquisa exploratória e descritiva. Primeiramente porque os aspectos mitológicos da cultura organizacional de uma empresa familiar, assunto pouco explorado nas bases científicas, convoca aprofundamentos. Já a exigência da descrição das narrativas e dos registros de campo acerca do espaço simbólico e dos rituais confere ao estudo um caráter descritivo.

Segundo Gil (2002), uma pesquisa exploratória busca ampliar o conhecimento do pesquisador acerca do fenômeno, trazendo uma visão geral acerca do objeto. Já a exigência de uma descrição que busca apreender e descrever os dados com a maior fidelidade e o mínimo de interferência possível, para uma posterior análise mais próxima da realidade, remete ao conceito do caráter descritivo da pesquisa.

Além disso, por se tratar de um objeto em que se envolvem aspectos subjetivos do indivíduo e do grupo, bem como seus valores e práticas rituais, consideramos que o enfoque etnográfico é o mais adequado, visto sua tradição nos estudos culturais, simbólicos e rituais.

Conforme descrito por Baztán e Martins (2014), o enfoque etnográfico possui uma dinâmica investigativa composta por duas fases: a de processo e a de produto. Na fase de processo ocorrem o trabalho de campo, as observações e as entrevistas em profundidade na empresa familiar. A fase do produto propõe a realização das análises e posterior produção escrita.

Realizamos esse estudo cumprindo as etapas descritas pelo método etnográfico. O processo foi realizado nas lojas da Parente. Já o produto do processo etnográfico realizado na Parente se trata da presente dissertação.

2.3 Participantes da pesquisa

A seleção dos participantes da pesquisa ocorreu após a entrada no campo e as observações realizadas dos espaços e das rotinas de trabalho nas lojas. Foram observados os atendimentos em lojas, rotinas do escritório e depósito. A partir daí, foram elaborados os critérios de inclusão, que contaram com os seguintes requisitos:

- 1) Possuir vínculo de trabalho com a organização. Este poderia estar no status de ativo ou de aposentado. Tal critério foi imprescindível, visto que é justamente esse vínculo que contribui para a formação da cultura organizacional da empresa, resultante do mito fundador e seus elementos.
- 2) Possuir mais de oito anos de serviços prestados na empresa familiar. Foi realizada uma busca na lista de admissão da empresa Parente e, conforme os anos de registro de entrada dos funcionários, definiu-se esse período como critério mínimo de tempo de trabalho. Além desse fator, foi considerada a questão de que se exige determinada quantidade de tempo de convivência para se estabelecer um vínculo. E consideramos que esse período mínimo atende à necessidade de estabelecimento de afetos que levam às vinculações entre o funcionário e a organização.

- 3) Estar em concordância com sua participação na pesquisa e com o aceite das devidas formalizações. De acordo com os princípios éticos, se faz necessária a compreensão do participante da pesquisa acerca de seu papel e da importância de sua narrativa para a pesquisa. Também por questões éticas, se faz necessário que o entrevistado esteja confortável para expor assuntos pessoais.
- 4) Para funcionários ativos, não estar em período de gozo de férias, pois a ausência destes no espaço da pesquisa inviabilizaria o contato, já que seus contratos de trabalho são regidos por leis trabalhistas.
- 5) Aos familiares que também eram funcionários da Parente, estarem atuantes ou não, pois não apresentava risco de punições trabalhistas para a empresa familiar.

Os membros do grupo da Parente que não atenderam aos critérios de inclusão dessa pesquisa foram excluídos da investigação. A seguir, apresentamos, na Tabela 1, as informações acerca das inclusões e exclusões dos participantes da pesquisa.

Tabela 1
Lista de funcionários da Parente

Loja	Quantidade de funcionários	Funcionários com 08 anos de contrato	Funcionários que aceitaram participar
Parente Matriz – Shopping Center Um	13	03	02
Parente Shopping Iguatemi	17	02	02
Parente Shopping Aldeota	10	02	02
Parente Padre Antônio Tomás	30	05	01
Parente Parangaba	08	0	0
Parente Riomar	16	01	0
Parente North Shopping Jóquei	10	0	0
Parente North Shopping	11	01	0
Parente Riomar Kennedy	08	0	0

Total	123	14	07
-------	-----	----	----

A Tabela 1 apresenta a lista de funcionários da Parente por loja. Na primeira coluna foram listadas as lojas da Parente. Na coluna seguinte apontamos o número de funcionários por loja. A terceira apresenta a quantidade de funcionários que atenderam aos critérios de inclusão da pesquisa. Finalmente, a última coluna traz os participantes dessa pesquisa que contribuíram com suas narrativas. Ressaltamos que nesse número não constam os participantes de pesquisa com laços consanguíneos com o fundador da Parente, visto que quatro deles são membros da diretoria e recebem pró-labore, informação que não está registrada na lista de admissão, documento contábil que foi cedido pela empresa. E o quinto membro com laço consanguíneo fez parte da diretoria no passado e, na atualidade, não está mais atuando na gestão da empresa. Diante do exposto, o número total dos participantes dessa pesquisa foi 12.

É importante mencionar que, para Baztán (2004), a cultura organizacional é formada por elementos que são criados pelo fundador e, posteriormente, compartilhados pelos membros do grupo. A coesão se estabelece a partir de vários critérios, dentre eles a força da comunicação e o sentimento de pertencimento a um lugar onde a força de trabalho produz resultados e satisfação. Além disso, não se pode deixar de considerar o fator tempo, a impregnação simbólica do lugar e a presença dos afetos para a construção e apropriação da identidade organizacional. Assim, acreditamos que oito anos seja uma linha temporal adequada para a percepção dos vínculos de identidade nos participantes da pesquisa.

Desse modo, para compor a lista de participantes da pesquisa, utilizamos a verificação do primeiro critério, o do vínculo de trabalho na Parente. Para tal, foi disponibilizada pelo Departamento Pessoal da empresa a lista de admissão dos funcionários. Em seguida foi realizado um levantamento das datas de contratação. A partir de então foram selecionados os funcionários com pelo menos oito anos de empresa. Após essa seleção, foram realizados, pelas gerentes das respectivas lojas, os convites para participar da pesquisa. Conforme o aceite,

juntamente à verificação do período de férias, foi elaborada a lista de participantes, descrita nos parágrafos seguintes.

Segundo o mencionado, também presente na Tabela 1, a Parente possui 123 funcionários registrados. Destes, 14 apresentam mais de oito anos de empresa. Para esse estudo foram realizadas 12 entrevistas, das quais sete foram de participantes da pesquisa sem vínculo consanguíneo. E entre estes quatro eram gerentes das lojas do shopping Iguatemi, Center Um, Aldeota e da loja de rua localizada na Avenida Padre Antônio Tomás. Os demais funcionários foram três vendedoras das lojas do shopping Iguatemi, Center Um e Aldeota.

Quanto às entrevistas restantes, estas foram de participantes da pesquisa com vínculo consanguíneo com o fundador da Parente. Vale ressaltar que os familiares ativos na Parente são os membros da diretoria, todos irmãos, e participaram da pesquisa.

Também houve a valorosa participação da matriarca, que foi a diretora na terceira geração da gestão, quando a empresa ainda se chamava Casa Parente. Desse modo, realizamos cinco entrevistas de familiares, sendo duas delas de forma presencial e três de forma *online*.

É importante ressaltar que ocorreu uma grande coesão dos conteúdos presentes nas narrativas de todos os entrevistados do estudo. A forma como a história da fundação foi descrita apresentou elementos semelhantes, quer o participante da pesquisa fosse da família, quer não o fosse. Observamos a presença do mito fundador na ordem do coletivo, ou seja, comum a todos os membros da organização. Assim sendo, não sentimos a necessidade de dividir os participantes da pesquisa por grupos.

A Tabela 2 apresenta um resumo dos dados de cada participante da pesquisa que compôs a amostragem final.

Tabela 2
 Perfil dos participantes da pesquisa

Participante	Vínculo com a Parente	Tempo de empresa em anos	Sexo	Vínculo empregatício	Função	Local de Trabalho
Hera	Familiar	Aprox.50	Feminino	Aposentada	Diretoria	Afastada
Hércules	Familiar	Aprox. 18	Masculino	Ativo	Diretoria	Escritório
Ártemis	Familiar	Aprox. 13	Feminino	Ativa	Diretoria	Escritório
Héstia	Familiar	Aprox. 15	Feminino	Ativa	Diretoria	Escritório
Atena	Familiar	Aprox. 10	Feminino	Ativa	Diretoria	Escritório
Gaia	Funcionária	Aprox. 21	Feminino	Ativa	Vendedora	Loja Shopping Center Um
Íris	Funcionária	Aprox. 14	Feminino	Ativa	Gerente	Loja Shopping Aldeota
Afrodite	Funcionária	Aprox. 26	Feminino	Ativa	Gerente	Loja Shopping Center Um
Irene	Funcionária	Aprox. 27	Feminino	Ativa / Aposentada	Gerente	Loja Shopping Iguatemi
Maia	Funcionária	Aprox. 30	Feminino	Ativa / Aposentada	Vendedora	Loja Shopping Iguatemi
Deméter	Funcionária	Aprox. 10	Feminino	Ativa	Gerente	Loja Padre Antônio Tomás
Perséfone	Funcionária	Aprox. 09	Feminino	Ativa	Vendedora	Loja Shopping Aldeota

2.4 Lócus

Conforme mencionado, o lugar escolhido para a realização da investigação sobre o mito fundador foi a empresa familiar Parente, uma organização de tradição e destaque no mercado da beleza e artigos femininos, que há mais de 100 anos se mantém, de forma competitiva e inovadora, no setor comercial.

A Parente foi fundada em 10 de junho de 1914, no Centro da cidade de Fortaleza–CE. Chamava-se Casa Parente e, na época, ocupava duas portas do antigo casarão Gradvohl (onde mais tarde seria construído o edifício Excelsior).

Há 106 anos presente no comércio da cidade, representa tradição e valores familiares, que fizeram com que a marca ganhasse o respeito e construísse a sólida relação de confiança com seus consumidores, funcionários e fornecedores.

Possui nove lojas nos principais shoppings da cidade (Aldeota, Benfica, Center Um, Iguatemi, North Shopping Fortaleza, North Shopping Jóquei, Parangaba, RioMar e RioMar Kennedy) e uma loja de rua localizada na avenida Padre Antônio Tomás, no bairro Aldeota.

Tradicional no mercado da beleza, trabalha com diversas linhas e marcas de perfumaria, roupa íntima e Casa voltados para o público feminino. Seu público consumidor apresenta forte fidelidade, pois a empresa tem a fama de vender produtos de qualidade por um preço justo. Tal fidelidade passa entre gerações. Além disso, a Parente conseguiu imprimir sua marca não apenas nas diversas gerações de consumidores, como também na história e no crescimento da cidade de Fortaleza–CE.

A referida empresa está na gestão da quarta geração, a qual realizou um bem-sucedido reposicionamento da marca e trouxe novidades, sem perder a tradição e os valores cultivados e estabelecidos por gestões anteriores.

Trata-se de uma história com vários capítulos e com uma trajetória comercial de sucesso marcada pelo fundador e seus descendentes, cujas gestões, a cada período da jornada, imprimiu sua identidade e diferencial, o que agregou ainda mais ao negócio. Essa história será contada mais adiante.

2.5 Coleta dos dados

Considerado o “ponto central da metodologia qualitativa” (Baztán & Martins, 2014, p. 41), esse processo de apreensão das informações e posterior registro foi realizado de duas maneiras: a primeira delas em campo, com observação participante e registro em diário de campo. A outra maneira foi através da gravação de entrevista individual com familiares e funcionários que se disponibilizaram a participar do estudo.

Como conceito essencial e de grande importância para o trabalho de campo, a observação é uma ação fundamental para a boa realização da investigação. Dentre os vários tipos possíveis, a observação participante, adotada nesse estudo, se trata de “(...) uma ‘imersão interativa’ do observador na vida do observado. O ‘contexto observacional’ é o próprio do observado e o observador se adapta a ele” (Baztán & Martins, 2014, p. 29).

Devido ao grande número de estabelecimentos, foi eleita a loja localizada na avenida Padre Antônio Tomás, onde estão a sede do escritório e o depósito. Também é nessa loja onde ficam os produtos de casa e presentes, que são diferenciados da perfumaria e roupa íntima, os quais consistem na base da carta de produtos da Parente. Nessa loja também são disponibilizados produtos como cama, mesa e banho, além de acessórios de cozinha e objetos de decoração. E é nesse espaço onde se localiza o escritório e o depósito.

No caso da entrevista em profundidade, etapa que ocorreu após a seleção dos informantes com base nos critérios definidos com o auxílio da observação participante, nos colocamos disponíveis para a interação com a finalidade de uma mais fidedigna captação das vivências dos relatos acerca da história de fundação da Parente.

Em seus escritos sobre a entrevista no modo qualitativo para a elaboração de um estudo etnográfico, Baztán e Martins (2014) descrevem que:

(...) A entrevista qualitativa (que sempre é uma “inter-ação”, uma “com-dição”) não na forma do “fazer” (“dos fatos”), mas sim no “dizer do fazer” (é uma subjetividade expressiva e hermenêutica). O que responde, não produz um “discurso objetivo” despojado de subjetividade, mas sim expressa a “vivência” dos fatos (p. 64).

Durante as entrevistas, foi possível estabelecer um contato que permitiu a construção de um espaço para a expressão das próprias palavras do entrevistado e das suas experiências. Houve um grande investimento de presença e sensibilidade para chegar à apreensão mítica, simbólica e das diversas ritualísticas expressadas pelo sujeito da pesquisa, que se tornou um narrador da sua experiência e vivência. Trata-se de uma projeção de uma sabedoria de vida.

(...) O narrador figura entre os mestres e os sábios. (...) pode recorrer ao acervo de toda uma vida (uma vida que não inclui apenas a própria experiência, mas em grande parte a experiência alheia. O narrador assimila à sua substância mais íntima aquilo que sabe por ouvir dizer). Seu dom é poder contar sua vida; sua dignidade é contá-la inteira (...) (Benjamin, 1996, p. 221).

Para esta pesquisa apresentou-se um único estímulo inicial através de uma solicitação: “descreva o que você sabe acerca da história de fundação da Parente”. Posteriormente, houve liberdade para estabelecer uma trajetória de expressões e afetos que construíram a narrativa de cada participante da pesquisa.

As 12 narrativas foram registradas em áudio e transcritas em formato de texto. Todos os registros foram autorizados de forma verbal e documental. As informações coletadas das entrevistas e armazenadas no gravador foram mantidas em sigilo e utilizadas apenas para os fins desta pesquisa.

Vale ressaltar que dez entrevistas foram realizadas de forma *online* devido aos impactos da pandemia de Covid-19. As demais, duas entrevistas, foram realizadas de forma presencial, adotando os protocolos de segurança convocados frente ao contexto pandêmico, como o uso de máscara e álcool em gel para higienizar as mãos. Foi nesse clima de caos, incertezas e necessidades de adaptações que foram obtidas as narrativas dessa pesquisa. Apresentamos ainda nessa seção (mais adiante) algumas questões sobre a pandemia de Covid-19, que está acontecendo em 2020.

Ainda em relação às entrevistas realizadas, suas transcrições foram analisadas como narrativas, uma forma em que “(...) se misturam diferentes experiências e crenças, os fatos e as intenções, os projetos com os compromissos. (...) são transferências biográficas que buscam significados compartilhados que permitam a interpretação correta” (Batzán & Martins, 2014, p. 23).

Quanto à última etapa desse estudo, esta seguiu as instruções do manual de pesquisa etnográfica elaborado por Baztán e Martins (2014), segundo as quais, após as apreensões realizadas a partir do contato com os participantes que contemplam o objeto de estudo (o mito fundador, nessa investigação), dá-se o encerramento da coleta de dados e posterior saída do campo. Assim sendo, desfizeram-se os vínculos com os participantes da pesquisa, para seguimento da redação da dissertação.

2.6 Análise dos dados

Na fase de análise dos dados, o enfoque etnográfico permitiu a contribuição de outras ferramentas, que trouxeram luz às interpretações em relação aos dados colhidos em observação *in loco* e da entrevista em profundidade através das narrativas. Esse foi um dos pontos relevantes para a escolha do método. Vale ressaltar que o aspecto etnográfico utilizado nessa

pesquisa foi a etnografia das organizações, que permitiu a utilização do método da etnicidade descrito por Baztán (2004).

O conceito de etnicidade foi proposto por diversos estudiosos. Como tal, amplia a ideia de etnia – que carrega considerações acerca de um grupo isolado ou de pouco contato com outras culturas. Etnicidade, portanto, se trata da identidade cultural em relação a uma grande diversidade de culturas, que recebe “(...) influência da cultura de um ou vários grupos. Somos influenciados pela ideia de pertencimento – psicologicamente de forma intrínseca ou sociologicamente de forma extrínseca – a um ou mais grupos” (Baztán, 2004, p. 130).

A utilização da etnicidade se apresentou como um bom caminho para a expressão dos desvelamentos do mito fundador, visto que está alinhada aos aspectos culturais e globalizados da contemporaneidade. Além disso, leva em consideração os aspectos psicológicos, tão buscados e investigados na atualidade. Ainda sobre o conceito de etnicidade, escreveu Baztán (2004, p. 142):

é mais recente e introduz a perspectiva psicológica e histórica de pertencimento ao grupo. A etnicidade é uma forma pela qual um conjunto de pessoas adquire identidade cultural, a partir do sentimento de pertencimento psicológico e biográfico a um determinado grupo.

O método proposto por Baztán (2004) considera cinco aspectos fundamentais, que devem estar presentes na constituição da cultura organizacional. São eles: “etno-história”; “crenças/cosmovisão”; “comunicação”; “valores/normas” e “produtos/ofícios”. Apresentamos uma breve descrição de cada um desses indicadores.

A “etno-história” trata do conhecimento da identidade cultural de uma organização através da lente da reconstrução histórica do passado e da missão e estratégia do futuro. Neste

aspecto encontram-se as questões relacionadas ao fundador, à estratégia, à identidade e à missão da organização. Já as “crenças e a cosmovisão” dizem respeito às “construções de ideais e emoções que explicam as vidas dos indivíduos e dos grupos (...). Se configuram como uma representação organizada do mundo (da vida e da morte), e como hermenêuticas da realidade, fundamentam o comportamento individual e coletivo” (Baztán, 2004, p. 205). Neste aspecto encontram-se os mitos, a religião, a filosofia e a ideologia.

O aspecto seguinte, que se refere às “comunicações”, é como caminhos, que, se fluentes, levam à coesão e proporcionam melhor entendimento entre os membros do grupo. Outro aspecto, “valores e normas”, é baseado nas pressuposições básicas descritas na “etno-história” e nas “crenças” e está relacionado às valorações estabelecidas pela ideia de valor da comunidade do entorno, ou seja, do que é bom para o homem e para a comunidade. Finalmente, o aspecto relacionado aos “produtos e ofícios” trata do que é gerado como resultado da atividade da organização. Quando esse produto se configura como elemento cultural presente na organização pode ser observado em dimensões, como descreveu Baztán (2004, p. 240):

O ofício, que é a capacidade da empresa fazer o produto. O produto, que pode ser material (coisa, artefato, ferramenta) ou subjetivo (agrupamentos, instituições, formas, símbolos etc.). A marca e a imagem, como identidade da produção e da organização. O cliente, como receptor do produto através da publicidade e da venda.

O núcleo da Cultura organizacional é composto da “etno-história” e das “crenças/cosmovisões” (Baztán, 2004), indicadores que contemplam os objetivos dessa pesquisa. Sabendo isso, realizamos a demarcação deste estudo, que projetou seu foco, dentro do núcleo da cultura, no aspecto dos mitos organizacionais; e, de forma mais específica, nos mitos cosmogônicos, o lugar da presença do mito fundador.

Quanto ao marco teórico dessa pesquisa, este desenvolveu uma trajetória que apontou três componentes presentes no mito fundador: jornada heroica, símbolos e rituais – os mesmos também presentes nos objetivos dessa investigação. Estes marcadores foram utilizados como parâmetros para a análise das narrativas dos entrevistados e foram considerados como meios de identificação do mito fundador na empresa familiar. Essa trajetória segue ilustrada na Figura 2.



Figura 2. Indicadores de etnicidade Cultural de Baztán (2004) e demarcação da pesquisa.

Assim, a partir das narrativas, realizamos uma busca por conteúdos relacionados aos mitos, símbolos e rituais envolvidos na construção da cultura da Parente. Desse modo, foram garimpados, como tesouros de significados, os relatos de vivências e experiências que apresentaram aspectos relacionados aos objetivos dessa pesquisa e que estão vinculados à cultura da empresa.

2.7 Procedimentos éticos

Considerando os aspectos éticos referentes a pesquisas que envolvem seres humanos, o projeto desta dissertação foi submetido ao Comitê de Ética da Universidade de Fortaleza (COÉTICA/UNIFOR), obtendo parecer favorável sob o processo de número 4.028.484.

Destacamos que foram explicitados aos participantes os objetivos da pesquisa e os aspectos éticos envolvidos. O pesquisador esteve à disposição dos participantes para tirar dúvidas que, porventura, surgissem sobre a condução da pesquisa. Além disso, foi solicitado que os participantes lessem e assinassem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE, Resolução nº 466/12), disponibilizado antes das entrevistas.

É importante mencionar que se encontram neste termo questões acerca dos benefícios e riscos presentes na pesquisa.

Os benefícios esperados com a pesquisa são no sentido de criar oportunidade para o participante falar sobre a sua relação com a história da organização familiar em que atua e oportunidade de fortalecer os laços emocionais em seu ambiente de trabalho. Tais benefícios serão revertidos aos participantes de acordo com seu envolvimento, podendo ser diretos, indiretos, imediatos ou tardios, dependendo da individualidade e subjetividade de cada participante.

Em relação aos riscos, no caso dessa investigação, pode-se afirmar que os procedimentos utilizados apresentaram um risco mínimo para o participante. Entre alguns exemplos de risco estão: risco de constrangimento durante uma entrevista ou uma observação, risco de dano emocional, risco social. Também foi destacado que, ocasionalmente, durante a entrevista, se houvesse alguma lembrança e algo fosse sentido, algo que gerasse desconforto, esse risco seria reduzido pela interrupção imediata da entrevista, sendo continuada em outro momento. Ou, se o(a) entrevistado(a) preferisse, seria interrompida a sua participação na pesquisa.

2.8 A pandemia de Covid-19

A humanidade, em 2020, foi surpreendida por uma pandemia viral que levou à necessidade de isolamento social e que comprometeu não apenas a saúde, mas também a economia e a sociedade em todos os níveis.

O coronavírus é do conhecimento da infectologia desde 1960. Faz parte de uma grande família de vírus que possuem a estrutura com espículas que lembram uma coroa. Podem causar desde resfriados a síndromes respiratórias graves.

Entre dezembro/2019 e janeiro/2020 foi realizada uma investigação epidemiológica e laboratorial de casos de pneumonia de causas não conhecidas que ocorreram na cidade de Wuhan, localizada na China. Após observação de mais de uma centena de casos, descobriu-se uma nova variante do coronavírus, que foi denominada Covid-19 (Sociedade Brasileira de Infectologia [SBI], 2020).

Nenhum país estava com estrutura de atendimento de emergência e de aparelhamento de UTI suficiente para receber uma demanda tão grande de uma única vez. Assim, para a maioria dos países afetados pela doença, o isolamento social foi a solução mais viável para conter a velocidade de contaminação para se conseguir oferecer atendimento hospitalar à população, pois, além das doenças e traumas comuns ao atendimento diário nos hospitais, veio somar a grande demanda convocada pelo alto número de infectados pelo Covid-19, que, até a presente data apenas recebem tratamento para os desconfortos dos sintomas causados pelo vírus, uma vez que os protocolos de tratamento permanecem em teste.

A pandemia foi o primeiro episódio de contaminação em massa mundial vivenciado pela humanidade no século XXI, diante do profundo desconhecimento e da necessidade do isolamento social, fomos obrigados a viver com restrições e limitações severas de deslocamentos, escolas e comércios de produtos não essenciais foram impedidos de funcionar e a Parente foi diretamente atingida por tais restrições. Foi um período de incertezas após um primeiro momento de paralisação. Observamos a nossa geração da ciência, tecnologia e poder

de dominação sobre a natureza ter que recuar diante de um microrganismo invisível, mas com grande poder letal. Esse cenário também foi vivenciado na esfera econômica e como várias empresas, a Parente foi obrigada a fechar as portas e se reinventar para manter-se diante da crise. A gestão atual nunca havia se deparado com esse tipo de situação. A diretoria, amparada pelos valores que enraizavam a organização, manteve os compromissos com fornecedores e funcionários e buscou o *delivery* como opção de manter um funcionamento mínimo, sempre visando à saúde e bem-estar de clientes e funcionários.

Após a permissão de retorno, que ocorreu ao final do mês de junho de 2020, a empresa precisou se adequar às regras sanitárias com o uso obrigatório de máscaras e disponibilização de álcool em gel para higienização das mãos. Para tal adotou o rodízio de funcionários, o que prejudicou em demasia a realização das entrevistas. Outro prejuízo foi em relação ao contato direto pela impossibilidade de frequentar as lojas para a imersão física em campo. Assim, fizemos uso de um processo cada vez mais necessário em nossas rotinas: o fluído diálogo e prática entre os aparatos tecnológicos e os procedimentos analógicos e presenciais, importantes para a formação de vínculos entre as pessoas; e, no âmbito da ciência, entre pesquisadores e sujeitos da pesquisa.

3 OS CICLOS DA GRANDE JORNADA HEROICA DA PARENTE

A Parente é uma empresa que carrega uma longa história que podemos dividir como capítulos, pois cada etapa foi marcada por uma geração, que deixou sua marca e identidade. Observamos, em movimento de retrospecto, a história dessa empresa, que se inicia com o resultado de um trabalho de quatro gerações de uma mesma família à frente de um negócio que possui 106 anos. Na Figura 3, a seguir, apresentamos, de forma gráfica, esse mergulho rumo à origem, onde cada geração oferece sua contribuição na construção dessa empresa familiar.

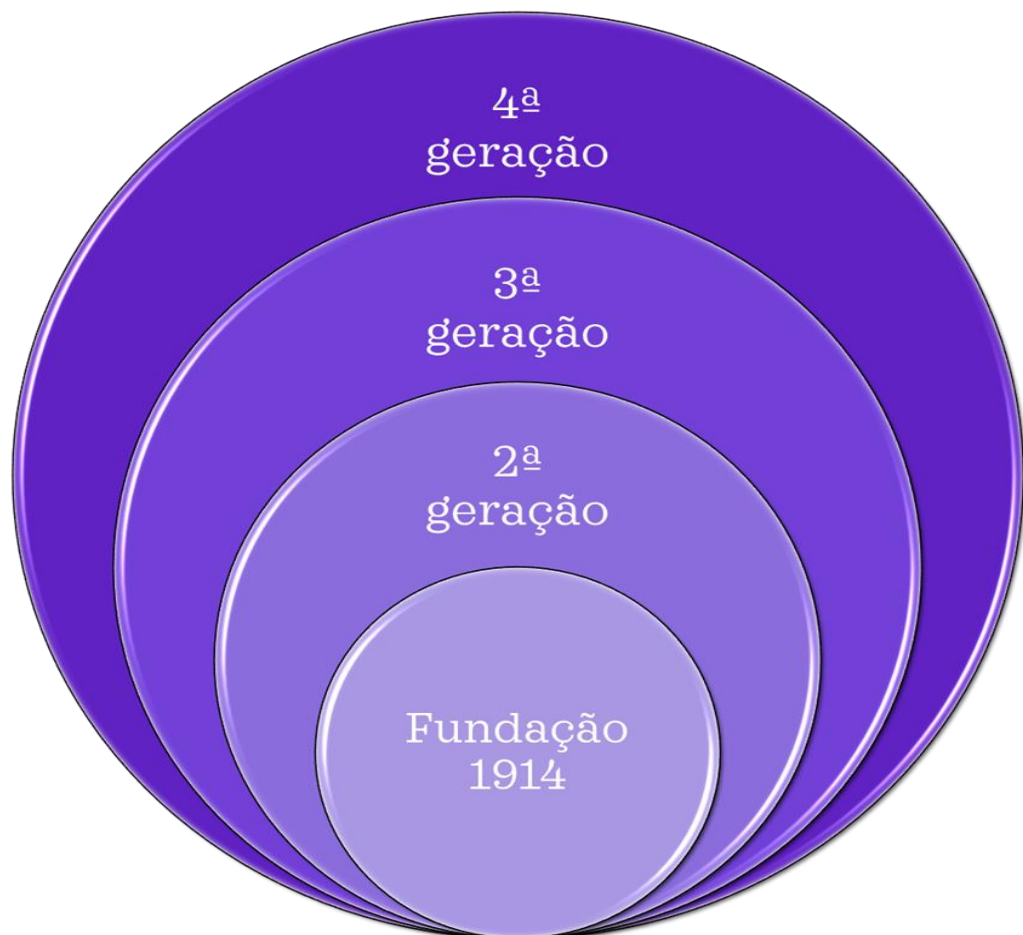


Figura 3. Esquema gráfico das gestões da Parente por geração

3.1 Quarta geração: a transformação de um legado Nesse tópico apresentamos a quarta geração, que, no presente momento, está à frente da gestão da Parente. Uma geração de jovens

líderes que trazem o perfil ousado e inovador, sem deixar de manter a tradição e os conhecimentos deixados pelas gerações anteriores. São irmãos, que, com uma admirável harmonia e espírito de equipe, realizaram uma profunda transformação na empresa familiar e já marcaram a história da Parente, mudando a estratégia do negócio e modernizando desde a logomarca até a estrutura física das lojas.



Figura 4. Logomarca da Parente.

Fonte: Recuperado de Casa Parente (2020).
Disponível em: <https://casaparente.com.br/> Data de acesso: em 07/05/2020.

Apresentamos na Figura 4 a marca e o novo estilo da Parente, que se imprimiu com a chegada da quarta geração. Nesse período, a empresa, que se chamava Casa Parente, passou a se chamar Parente. E mudou não apenas a marca, como também a estratégia de negócio.



Figura 5. Fachada loja Parente.

Fonte: Recuperado de Casa Parente (2020). Disponível em: <https://casaparente.com.br/> Data de acesso: em 07/05/2020.

Na figura 5 apresentamos o espaço físico de uma das lojas, que, durante a quarta geração, recebeu mudanças, com o objetivo de modernizar-se e se adequar ao público consumidor da atualidade.

Essa geração, representada pelo primogênito, recebeu um legado e, com ele, um grande desafio: manter a Parente viva e gerando resultados. Observamos, na fala de Hércules, que a empresa familiar permaneceu com um núcleo originário, sem deixar de vislumbrar novas oportunidades.

(...) Até porque acho que valores, eles são uma carga axiológica que você vai construindo a partir da sua educação da sua vivência do seu meio. Então o meio que ele viveu foi uma época. E o meio que a gente vive hoje é uma outra. Então é normal que algumas coisas vão se alternando um pouco. Digamos que eu tenho... eu tenho uma cabeça muito aberta. Eu aceito com muito mais facilidade as diferenças, né? É... um respeito maior para algumas situações, que, talvez, de repente, se ele vivesse hoje,

comungasse da mesma coisa porque o mundo mudou, *né?* O mundo mudou, mas o *core* continua o mesmo. A gente tem um respeito muito grande pelas pessoas, seja enquanto fornecedores, seja enquanto colaboradores, seja enquanto clientes. É... a gente tem uma noção de honestidade e ética muito forte, *né?* Toda vida que a gente... às vezes, é importante você ter seus valores impressos, para toda vida que você *tá* na decisão difícil de tomar: eu sigo o caminho A ou o caminho B, você revisita seus valores, e depois fica claro que caminho você tem que tomar, *né?* Então é isso que me ajuda, às vezes, para uma decisão que o primeiro momento você está pensando só tecnicamente. E quando você vai carregar os seus valores, você fica muito mais... você fica na dúvida na parte técnica. Mas quando você traz seus valores, fica mais fácil tomar a decisão, *né?* É, então eu sigo algumas linhas.

Um reposicionamento de marca foi definido: com o novo nome, passou a se chamar Parente, assim como a estratégia de reduzir o tamanho da loja, e esta se distribuir por um maior número possível de bairros. Percebemos, na fala de Hércules, o impacto dessa estratégia, que marcou profundamente a história da empresa e foi considerada um grande feito da gestão atual:

(...) Era uma empresa que não dava lucro, mas também não dava prejuízo. Ficava ali no zero a zero. E a gente tem que mudar isso aqui, porque agora a gente não tem outras empresas. Vamos viver só disso aqui. Então, a gente precisa... e foi um tiro que poderia ter dado certo, poderia ter dado errado. Mas, graças a Deus, deu certo. Mas poderia ter dado errado. Toda vida que você vai reposicionar a empresa, é um risco muito grande. Você pode não ganhar o público com o que você está propondo e perder o público que você tinha. É uma decisão que envolve muito pensamento, muita estratégia e acaso e a sorte.

A postura inovadora diante da estratégia para uma grande mudança, com o reposicionamento, manteve um profundo vínculo com o passado, por exemplo: o retorno do foco para o público A, uma estratégia que foi utilizada pelo fundador. O outro vínculo foi em relação ao *layout* da loja, que manteve o estilo da Parente na época em que era uma loja de departamentos.

Observamos que essa prática foi descrita nos estudos de Collins e Porras (1998) em pesquisa com empresas visionárias, organizações que se mantêm por longos anos no mercado. Tais estudos produziram diversos conceitos-base que traziam o motivo para que essas empresas estudadas alcançassem uma longevidade de, no mínimo, 50 anos. Estes conceitos apontam que, no caso de empresas visionárias, a preocupação está em fornecer os recursos para que seus empregados encontrem os melhores e mais rentáveis caminhos (ferramentas/soluções) sem fechar possibilidades para situações aparentemente contraditórias (uso do E), mantendo e blindando sua ideologia central; ao mesmo tempo, estimulando o progresso (manter o núcleo e buscar inovações) e, constantemente, buscando uma integração e unidade (alinhamento consistente).

Partindo da ideia de preservar o núcleo e estimular o progresso, é possível observar a importância da cultura e sua identidade nas organizações, pois é a partir dessa origem que se estabelecem os movimentos ideológicos que influenciam no envolvimento psicológico dos empregados que fazem a empresa. Na Parente foi possível observar a prática desse conceito durante o reposicionamento da marca realizado pela quarta geração.

A Figura 6, a seguir, apresenta as vendedoras da Casa Parente, na década de setenta. E na Figura 7, as vendedoras da loja localizada na Avenida Padre Antônio Tomás, a Parente Casa. É interessante observar que estas vendedoras utilizam máscaras, que se tornaram equipamento de proteção individual obrigatório durante a pandemia de 2020, assim como o seu símbolo.



Figura 6. Foto das vendedoras na década de 70

Fonte: Registro fotográfico que pertence ao arquivo da empresa, cedido à pesquisa em 2020



Figura 7. Foto das vendedoras em 2020 na loja Parente da Padre Antônio Tomás - Aldeota.

Guardiã de um legado centenário, a quarta geração permaneceu com o espírito de continuidade, valorizando também a experiência dos funcionários mais antigos. Essa geração apresentou a marca da inovação e manteve as práticas de gestão de pessoas que foram aprendidas através das gerações anteriores, como expresso por Héstia:

(...) o que mais me marca é que a gente tem hoje muitos funcionários antigos, de trinta anos, muitos. E todos hoje, até hoje, contam histórias da época do meu avô. Sempre são histórias bacanas. Aquilo que eu te contei, que ele era muito presente na vida deles, de saber da vida pessoal de cada funcionário. E todos hoje contam. Todos hoje lembram ainda, quando têm oportunidade. E eu acho isso muito bacana! Isso eu consigo carregar (...)

Esse aprendizado relatado é continuado por parte da nova geração à frente da gestão. E o reconhecimento dos aprendizados adquiridos foi associado à figura que, para todos os membros dessa diretoria esteve presente na gestão do negócio: o seu avô, Inácio Parente, o representante da segunda geração, segundo o apontado por Hércules:

(...) ao passo que com o meu avô, ele morreu eu tinha 20 anos. Eu ainda... não, eu tinha menos de 20. Eu tinha uns 18 anos, é. Eu não tive como trocar experiência dentro do trabalho com ele. Mas convivi com ele como pessoa. Então você tem noção como é que ele era, eu “não sei o quê” (...). Eu queria, eu queria ter passado mais um pouquinho de contato com ele dentro do trabalho. Eu não posso dizer que eu aprendi alguma coisa com ele, porque tudo que aprendi foi indiretamente. Foi as pessoas me contando, dentro da linha que ele deixou, né? Dos alicerces que ele deixou dentro da empresa. Mas nunca

pude conversar com ele sobre, absorver um pouquinho da estratégia dele, do pensamento. De nada diretamente. Só indiretamente.

Além dos aprendizados, apontamos que houve um resgate de uma tradição do envolvimento com a sociedade, sendo realizado pela quarta geração da gestão da empresa, conforme apresentado por Hércules:

... que um negócio, para mim, não é só um negócio de onde eu tiro o meu sustento. É a sensação que eu tenho. É de uma série de famílias dependendo de você estar arrecadando imposto para o Estado, que vai ser destinado para educação, saúde e tudo mais. É colaborar com a sociedade. Não só colaborar, como participar efetivamente na formação de uma sociedade melhor. Tem muitos empresários que estão dentro da sua empresa, se preocupando com a sua empresa. E você tem uma geração como meu avô e como eu, que continuo. Houve um hiato aí da geração da minha mãe, minha tia, que ninguém se envolveu com isso. Mas eu resgato isso do meu avô, de trabalhar em associações, como, por exemplo, o CDL¹ (...).

Observamos também que na Parente não há a presença de um psicólogo organizacional. Essa presença apenas é requisitada para projetos de curta duração e consultorias pontuais. Neste ponto também referimos à força da cultura, que, quando é bem comunicada pela liderança, todos os envolvidos aderem e ajudam a manter. Outro ponto é que essa manutenção da cultura é compartilhada entre funcionários, lideranças e diretoria (como veremos em momento posterior deste texto), diferentemente do que comumente vemos em boa parte das empresas

¹ O CDL, Câmara de Dirigentes Lojistas, é uma entidade que representa a classe comerciária de Fortaleza – CE. Nasceu como Clube dos Diretores Lojistas e sua contribuição está associada à rápida expansão dos corredores comerciais de Fortaleza para além do Centro da cidade.

familiares, onde os psicólogos fazem a função burocrática do departamento pessoal ou cumprem o posto de “sala da diretoria para alunos indisciplinados”. Observamos assim que a utilização do gerenciamento da cultura numa empresa familiar pode ser um caminho mais alinhado às necessidades das organizações na atualidade.

3.2 Uma herança da tradição no mercado da beleza

A terceira geração da Casa Parente cresceu trabalhando nas empresas do Seu Inácio. E com a expansão dos negócios, os filhos passaram cada vez mais a assumir as responsabilidades da gestão. Após o falecimento do pai, os negócios foram divididos entre as irmãs, que continuaram administrando o legado. O negócio, que, no mercado da beleza, se dividia entre a loja de departamentos, uma importadora e uma distribuidora de produtos de beleza, foi repartido. E cada pequeno núcleo assumiu um negócio. Quem ficou com a Casa Parente foi Isabel Parente, a dona Isabel.

Nesse momento da história da Parente houve um conflito relacionado à partilha da herança. De acordo com a narrativas dos familiares, ele aparece de duas formas distintas: para a geração dos filhos do Seu Inácio, protagonistas da situação, algumas emoções de tensão e sentimentos de incômodos e até alguns não-ditos se fazem presentes. Já nas narrativas dos netos, esse conflito aparece solucionado a partir da postura adotada pelos irmãos, de não repetir o exemplo dos tios, e priorizar a postura do respeito ao lugar que cada um ocupa na gestão, além do diálogo como solução diante das diferenças de ideias. Como relatou Ártemis:

(...) minha mãe passou isso muito para gente. Hoje nossa relação é muito boa porque cada um tem uma função. Ninguém se mete. Todos têm direitos iguais. É tudo muito igual. Eu acho que tudo que a minha mãe sofreu, ela passou para a gente. Por isso a gente tenta fazer diferente. E isso, acho que dá muito certo. A gente está mantendo até

hoje uma operação enxuta. Cada um tem seu espaço. Cada um tem sua função dentro da empresa (...).

Esse relato expõe o reconhecimento de um conflito que ocorreu no passado no âmbito da empresa e que chegou nas relações familiares. Tal conflito envolvendo uma das figuras míticas do clã, apesar de negativo, não trouxe desorganização para o sistema familiar das gerações seguintes. Pelo contrário: fortaleceu o laço e o desenvolvimento de uma atitude ritualística de resolução para a manutenção dos vínculos afetivos entre os membros.

Após a superação dos desafios envolvendo as questões familiares, como gestora, dona Isabel conseguiu imprimir sua marca pessoal na liderança. E foi reconhecida por sua exigência pela qualidade e por seu senso de justiça. Considerada uma verdadeira matriarca enquanto esteve à frente da gestão do negócio, tal como descreveu Afrodite:

(...) o senso de justiça do Seu Inácio era muito forte! Da dona Isabel não foi diferente. E no Lívio, “não se fala”. Então nem se compara. Muito bom também. (...) Então existem valores que são muito fortes e que eles conseguem trazer de geração à geração.

Como diretora, dona Isabel começou a abrir lojas nos primeiros shoppings que surgiram em Fortaleza. Seguindo os passos do pai, trouxe para a Casa Parente seus filhos, que, na atualidade, fazem a gestão sob a liderança do primogênito.

É interessante ressaltar que a morte do pai marca o encerramento de um ciclo, assim como aconteceu na passagem do ciclo da primeira para a segunda geração. Isso convocou uma ativação das forças de lealdade à figura paterna. Observamos que dona Isabel realizou sua trajetória como guardiã e executora dos ensinamentos que por seu pai foram deixados. Sobre essa questão descreveu Krom (2000, p. 50):

A morte mostra-se um momento importante para as forças míticas, pois se estiver “ausente” uma figura mítica, frequentemente a estrutura de lealdade é acionada. Alguém pode assumir o papel de guardião do mito da família e as pautas estabelecidas, muitas vezes, se mostram revigoradas ou revitalizadas.

O encerramento de um ciclo de vida no ambiente familiar foi observado na organização. Com a morte do pai (Seu Inácio), dona Isabel ocupou integralmente o lugar de comando e, por um período de tempo, conduziu a Parente enquanto, em paralelo, preparava seus filhos para assumirem seu lugar.

Quando entregou a gestão para seus filhos, dona Isabel passou a assumir o lugar de guardar o mito. Lugar que convoca a preservação da sabedoria dos conhecimentos adquiridos pelas gerações anteriores e que é constantemente buscado pela geração seguinte, pois, apesar de não permanecer diretamente atuante nas decisões, é consultada constantemente por seus filhos e funcionários. E seus conselhos são valorizados e reverenciados por aqueles que os buscam.

Finalizamos o capítulo da terceira geração, e assim continuamos com o caminho de retorno ao princípio, o lugar de origem, onde se encontra a “pedra fundamental” da Parente. Nosso movimento em espiral de apresentação da história dessa centenária empresa familiar partiu da espiral maior, da quarta geração, desceu ao ciclo abaixo e passou para a terceira geração. A seguir descemos para a espiral representada pela segunda geração, um ciclo de extraordinário crescimento do negócio pelas mãos do Seu Inácio Parente.

3.3 A construção de um império: a história de um vanguardista

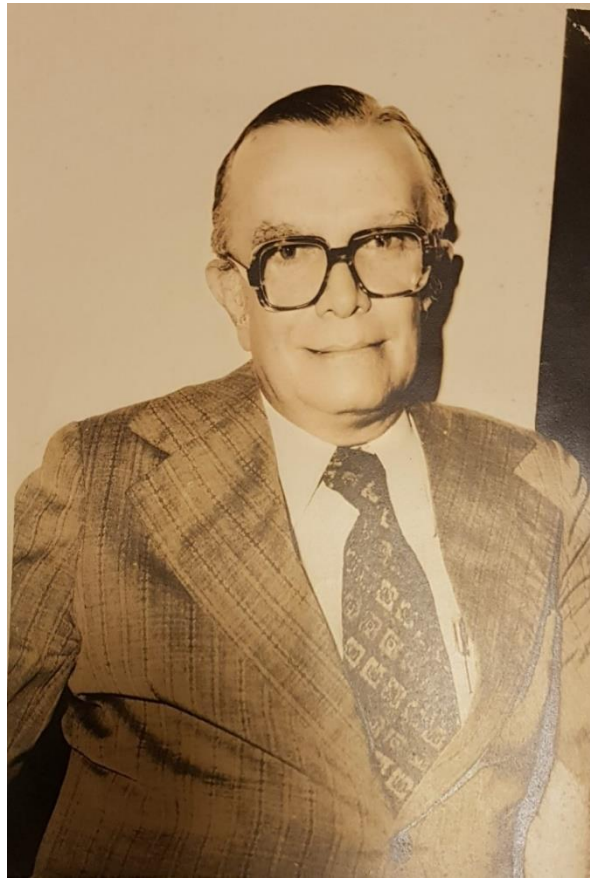


Figura 8. “Seu” Inácio Parente Filho.
Fonte: Registro fotográfico de arquivo da empresa, cedido à pesquisa em 2020.

Na Figura 8 apresentamos a foto do Seu Inácio, o iniciador da segunda geração da empresa a mente brilhante que realizou feitos internacionais no negócio da família Parente.

Nascido no ano de 1924, Inácio Gomes Parente Filho herdou do seu pai, Inácio Parente, fundador da Casa Parente, a veia para o comércio de varejo. Desde menino acompanhava o pai à loja do Centro, onde vivenciou como um aprendiz o ofício de seu genitor. Em 1942, aos 18 anos, assumiu o lugar do pai, que veio a falecer.

“Seu Inácio”, como ficou conhecido, é uma forte referência não apenas por ter conseguido manter o negócio, mas também ampliá-lo em proporções inimagináveis, como nos trouxe o Hércules:

Ele era muito empreendedor, no sentido original da palavra. Ele trouxe *pra* cá a primeira agência de viagem, o primeiro *fast food*, a primeira cooperativa de crédito. Ele trouxe, à primeira, várias coisas: a loja de vinil, que hoje está voltando para moda... Então, se ele trouxe primeiro várias coisas, ele tinha uma visão muito à frente do seu tempo, *né*? De sorte que o que eu sei é que o maior responsável disso tudo obviamente é ele, meu avô. E não quem fundou, meu bisavô. O meu avô pegou uma lojinha e transformou em vários negócios, cresceu.

Com uma excelente visão de negócios, Seu Inácio trabalhou e conseguiu transformar a herança de seu pai numa grande loja de departamento, mantendo sua localização no Centro da cidade de Fortaleza. Na Figura 9 observamos o registro fotográfico da fachada da loja de departamentos inaugurada na década de 70. Já na Figura 10 podemos observar o interior de um dos andares dessa mesma loja de departamentos.



Figura 9. Loja de departamento. Foto da fachada.

Fonte: Registro fotográfico que pertence ao arquivo da empresa, cedido à pesquisa em 2020.



Figura 10. Loja de departamento. Foto do interior de um dos andares.

Fonte: Registro fotográfico que pertence ao arquivo da empresa, cedido à pesquisa em 2020.

Seu Inácio expandiu os negócios, diversificou seus investimentos. Se aventurou, e obteve grande sucesso com a importação de produtos de beleza. Como descreveu Hércules,

Você imagina que a Parente foi fundada em 1914. Você teve alguém que foi dono ali até 30... meu bisavô foi até 30 e pouco. Década de 30. E depois meu avô assume bem novo. Ele ficou na empresa do meio da década de 30 até a década de 90, entre 50 e 60 anos à frente da empresa. De 2000, eles tiveram uma geração da minha mãe e minhas tias à frente da empresa de uns 10 a 15 anos. Talvez de 95 a 2000 e... Eu sei que eu assumi a empresa em 2008. Então você tem aí 13 anos. Eu já tenho, acho que já tem mais tempo à frente da empresa do que minha mãe. O tempo passa, *né?* E passa rápido. Nunca tinha parado para pensar isso. Primeira vez aqui fazendo as contas. Então, é

lógico que ele que deixou o maior tempo da contribuição. Até porque foi o período que a empresa cresceu, e foi muito grande, foi sobre a gestão dele de 60 anos dentro da empresa.

A admiração pela ampliação do patrimônio realizada pelo trabalho, perspicácia e tino comercial do Seu Inácio também foi destacada em várias falas, como a de Hera:

(...) ele era sozinho, *né?* E muita coisa e muita importação também. Ele fazia importação naquela época. Ele vendia linho, ele vendia tecido. Eu soube que muita gente comprava tecido para fazer paletó naquela época, que tinha uma loja masculina, uma loja que vendia tecido. Praticamente só tinha ele, ele e o primo, que era um sócio. Mas acho que papai que resolvia tudo. (...) ele nem chegou a terminar os estudos dele. Ele tinha um tino comercial muito violento, sabe? Papai era, na negociação, muito bom. E ele, para negociação, ele era muito bom! Era ele que fazia tudo! (...). Me lembro. Eu me lembro (...)

Apontamos outro trecho que revelou a admiração daqueles que o conheceram. Ressaltamos que sua liderança foi reconhecida por todos os participantes da pesquisa, como trouxe Héstia:

(...) acho que era a liderança, de *tá* sempre na frente, de *tá* sempre querendo os filhos juntos, querendo, na empresa, todo mundo junto. Eu vejo ele muito assim, como liderança. Ele era um líder!

Além de comerciante, Seu Inácio era bastante atuante na sociedade. Se fez presente desde organizações do comércio a outros eventos, tanto no Ceará quanto a nível de Brasil, como foi destacado na fala de Hera:

(...) Ele era muito envolvido com a sociedade. Ele era muito participativo. Ele frequentava tudo. Ele participava de tudo. Ele gostava de eventos, de fazer eventos. (...) Ele foi muito envolvido no CDL também, o Clube dos Diretores Lojistas (...). Ele começou também em Brasília, com esses negócios de CDL lá em Brasília. Ele ia e voltava. Quando vinha o pessoal de fora, os perfumistas de fora – eu digo de fora, da Europa, eles vinham muito para o Brasil, né? E ele, tendo a oportunidade desse pessoal tá aqui, ele chamava para jantar ou almoçar na casa dele.

Seu impacto na sociedade não se fazia apenas através de associações de lojistas. Possuía uma veia solidária, cujos frutos perduram até a atualidade. Foi um dos fundadores do Instituto do Câncer (ICC)². E, até os dias de hoje, a Parente doa anualmente um percentual de vendas à instituição, segundo o relato de Hera:

(...) Então ele quem ajudou o Doutor Haroldo a construir o Instituto do Câncer. O papai ajudou a construir. Ele teve boa participação nisso. Eu acho que ficou isso. E daí continuou. Continuamos fazendo alguma coisa com o Instituto do Câncer. Tem até um ambulatório que é o nome da minha avó, que é Polina Juaçaba Parente.

² O Instituto do Câncer do Ceará é uma instituição privada e filantrópica composta por 6 frentes de atuação: Hospital Haroldo Juaçaba, Hospital Santa Cecília, LIV Saúde, Faculdade Rodolfo Teófilo, ICC BioLabs e Casa Vida. Criado pela iniciativa de 10 médicos e 1 padre em 1944 com o objetivo de oferecer tratamento para o câncer e promover a cancerologia no Ceará. Em 1985 foi inaugurado o ambulatório Corina Parente. Atualmente é um centro de referência do tratamento do câncer reconhecido nacional e mundialmente

A continuidade desse trabalho permanece, como trouxe Ártemis:

A gente tem uma parceria com o ICC. Todo ano a gente faz um dia... tem um dia do câncer de mama, *né*? O “Outubro Rosa”. A gente pega um dia que toda a venda... pega um percentual da venda e transfere para o ICC.

E assim como seu pai o conduziu em sua educação e o iniciou no ofício do comércio, Seu Inácio o fez com seus filhos, e todos trabalharam no negócio da família, seguindo uma espécie de roteiro, em que trabalhavam em todas as áreas da loja para conhecer e aprender o funcionamento de cada setor, como descreveu Hera:

(...) nas férias, eu me lembro que ele sempre gostava de levar a gente. Lógico que chegou numa fase que não, *né*, quando a gente começa a ficar adolescente. Aí não que a gente nem queria ir nessa fase. Mas quando a gente era mais novinho, era direto lá. Eu adorava ficar no Caixa. Tinha uma história daqueles caixas que você digitava assim e puxava, e fazia aquele barulhinho. E era bom! A gente enrolava e empacotava. Eu acho que é uma coisa que se você não fizer desde criança, não sei nem se você se identifica um pouco. Mas naquela época era muito bom!

Esse ensinamento de Seu Inácio tornou-se um hábito que permaneceu sendo cultivado pelas demais gerações, como falou Hera:

Então realmente é que papai passou realmente *pra* gente, sabe? E a gente honra muito! Honrar o nome, honrar a pessoa, isso é outra coisa que ele sempre foi muito exigente

com a gente. E eu acho que vai servir. E recebe de educação mesmo, de não querer tirar vantagem dos outros. Então isso aí papai passou bem. Ele sempre foi muito exigente. Mas lógico que sempre uns pegam, e outros não. E isso faz parte. Eu tenho quatro filhos, e todos são completamente diferentes um do outro. Então você tenta passar o correto. Mas de uma forma geral, acho que a gente conseguiu seguir um pouquinho esse legado aí do papai. Eu acho que a gente conseguiu manter o que ele passou *pra* gente, graças a Deus!

Seu Inácio também foi uma pessoa que permaneceu provocando admiração em seus descendentes e nos funcionários da Parente, com seu trabalho e talento para aumentar o empreendimento que recebeu de herança de seu pai. Seu envolvimento em sua construção foi além das questões econômicas, como relatou Ártemis:

(...) era uma paixão que ele tinha. Eu vejo o vovô como uma pessoa que deu o coração dele pela empresa. Eu lembro muito de quando eu era pequena indo para a loja com a minha mãe, ele lá trabalhando, recebendo os funcionários na porta. Ele tinha uma relação muito... ele prezava muito por essa relação entre ele e os funcionários. A Parente hoje, apesar de ter começado com o pai dele... mas o que a Parente foi, foi muito do que meu avô construiu.

Percebe-se que desde cedo o Seu Inácio preparou seus sucessores. No entanto, apenas as filhas mulheres assumiram a missão de dar continuidade ao legado.. Coube à dona Isabel a responsabilidade de manter viva não apenas a empresa que era a mais antiga do grupo. Sua missão também foi a de salvaguardar o núcleo original de todo o complexo comercial da família. Um propósito que envolve, além da questão econômica, toda a base mítica e cultural do grupo

que se estabeleceu como referência de inovação e solidez no mercado da beleza em âmbito nacional.

Assim, chegamos ao final de mais um capítulo da história da Parente. Relatamos essa saga começando pela 4^a geração, dos bisnetos do fundador. Seguimos para a terceira, de seus netos. Após relatos da segunda geração nesse tópico, com um dos filhos do fundador, passamos para a história da origem, no tópico a seguir.

3.4 O primeiro ciclo se inicia com o fundador

Conforme mencionado, na história de 106 anos da Parente, o início se deu com o senhor Inácio, fundador da grande jornada de existência desta empresa familiar que há quatro gerações vem se renovando para se manter no mercado da beleza do Ceará. Sobre essa história, descreve Atena:

Passou do meu bisavô para o meu avô. Sei que a loja deu início com um segmento que não tem nada a ver com hoje em dia, que foi miudezas e fotografia, (...). Quando a gente vai fazer um vídeo institucional de aniversário, era uma coisa nova para mim. Eu nem sabia que tinha começado com fotografia. Parece que na época se revelava ou pela Aba Filme ou era a Parente, com a Kodak. E dessas miudezas no Casarão Gradvohl foi para o prédio do Centro, que eu não lembro o nome. Era uma loja maior, como se fosse uma Magazine. Acho que era realmente categorizada como Magazine, uma loja de departamentos. Eram vários andares.

Apesar de ter sido uma figura distante para todos os narradores, o senhor Inácio permaneceu presente em todas as narrativas, com uma aura mítica marcante. Não é apenas um

nome num registro histórico de uma família. E suas ações repercutiram nos funcionários e na sociedade, como se pode notar a partir da fala de Hércules:

Então é, eu acho que, se resumindo à linha, o que é que era parecido com o meu avô, especificamente, que assim do fundador, meu bisavô, eu tenho informação absolutamente nenhuma. A gente tem pouquíssimos documentos falando sobre ele. Praticamente contrato social... que mais... tem uma ou duas fotos... Então, eu não tenho muita informação, eu não sei. Eu queria poder saber (...).

O senhor também Inácio se apresentou na memória dos participantes da pesquisa como o responsável por abrir o negócio e por trazer para a Parente a primeira família, como relata Ártemis:

Eu diria que é uma empresa familiar, que sempre foi. Uma empresa que tem mais de cem anos, que começou com o pai do meu avô e que agora a gente já *tá* na quarta geração. E é isso: a gente tenta manter como uma grande família mesmo. Quando a gente assumiu, eram três lojas. Era muito mais fácil; agora *tá* mais difícil que a gente possa conhecer todos os funcionários. Mas a gente tenta mesmo assim.

Percebemos que essa é uma história contada e recontada pelos entrevistados, que trazem os seguintes elementos básicos: o nome do fundador, Inácio Parente; o local da fundação, que é o Centro da Cidade de Fortaleza; e o espírito de família, que está presente não apenas na diretoria composta por irmãos. Ela também aparece no discurso de funcionários e até clientes, como relata Afrodite:

(...) quem fundou a Parente, em 1914, foi o pai do Seu Inácio. E aí os clientes que vêm aqui na loja, eles relatam toda a história. Eles querem dividir isso com a gente. Há clientes que chegam aqui, que ficam maravilhados: “Nossa! É a Casa Parente! A minha mãe me trazia aqui!”. Ontem tinha um cliente mostrando no celular dele a chamada da inauguração dessa loja aqui, que eu nem sabia que tinha sido em 1974. Ele mostrou lá o nome da Casa Parente. Ia ser inaugurada no primeiro shopping de Fortaleza. Então as histórias da Casa Parente são fortes porque ela é uma empresa forte no mercado. Ela sempre foi (...).

Esse ciclo encerrou o capítulo de origem da história da empresa. As espirais da quarta, terceira e segunda geração desaguam no núcleo originário da construção desse microcosmo da Parente. Vale ressaltar a repetição dos encerramentos de ciclo através da morte do patriarca, seguida do início de um novo ciclo a partir da herança recebida por um filho de seu genitor, pois, com a morte do senhor Inácio Parente, o seu filho Inácio assumiu o negócio da família e promoveu uma grande transformação que marcou a história da Parente, conforme mencionado.

Nessa história da origem nos deparamos com a pedra fundamental, que, no caso da Casa Parente, é a loja fundada em 1914 no Centro da cidade de Fortaleza, como podemos observar na Figura 11, a seguir.



Figura 11. Casa Parente em 1914.

Fonte: Registro fotográfico de arquivo da empresa, cedido à pesquisa em 2020.

Na Figura 11, neste registro fotográfico observamos a Casa Parente no ano de sua inauguração. Nascia para comercializar miudezas, perfumes e atender à necessidade de posto de revelação de fotografia na cidade de Fortaleza. Apontamos já a presença do espírito inovador que acompanha todos os subseqüentes reposicionamentos de marca realizados ao longo da sua existência.

Ressaltamos que a história da Parente está intensamente envolvida com a história do desenvolvimento do Centro da cidade de Fortaleza e do comércio cearense, conhecer a história que atravessa gerações de uma família e seu negócio, que também acumula na sua trajetória a

marcante presença na história da cidade de Fortaleza, também é um caminho de acessar a trajetória de desenvolvimento econômico, social e cultural da capital do Ceará.

Nessa seção apresentamos a Parente e sua história ao longo do tempo e das gerações que trabalham para manter a harmonia entre a tradição e a vanguarda, elementos que atraem uma grande diversidade de público consumidor, pois a Parente, no comércio de Fortaleza, carrega um nome e uma marca que passa de mãe para filha, de uma geração a outra. E a fidelização e a confiança permanecem nos clientes, fornecedores e funcionários.

4 MITOS E COSMOGONIAS

Nesta seção apresentamos a mitologia, os mitos e o mito fundador com seus aspectos da cosmogonia, a característica da potência de criação presente nesse conceito que figura como objeto de estudo da pesquisa. Isso porque o mito fundador se constrói como uma narrativa vinculada ao sagrado e traz a história da criação (cosmogênese). “O mito funda uma realidade total, cosmos, ou apenas um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, uma instituição humana” (Eliade, 2018, p. 86).

Os mitos estão presentes em todas as produções humanas. Desde o relato de si mesmo, como na construção de teorias acerca da natureza que o cerca, o ser humano carrega o elemento mítico, explícito ou não, que sustenta seu saber. Da espinha dorsal de relatos históricos acerca da fundação de um povo ou nação até sua utilização como arma de controle ideológico em regimes ditatoriais, o mito se configura como uma das pedras fundamentais na constituição da essência humana.

Durand (2014) trouxe, na perspectiva da sua mito-análise, a necessidade de a ciência solicitar auxílio aos símbolos para dar conta da realidade velada que se apresenta – esse aspecto simbólico que o positivismo não conseguiu acessar nem ofereceu caminhos para a compreensão. Essa análise seria como uma terceira via de possibilidade frente à lógica racional da dualidade do pensamento ocidental, ao qual os mitos representariam um caminho em que reuniria a imagem e a escrita em sua unidade de significação simbólica.

Esse movimento ocorreu e permanece manifestado através do crescente número de produções transdisciplinares na ciência da contemporaneidade, o que contribui para o movimento da mitologia. E neste, com o auxílio dos mitos arcaicos, muitas teorias buscam sustentação, como é o caso da física quântica, que coleciona grandes expoentes e pensadores que trouxeram dos mitos as referências para o desenvolvimento de suas teorias (Durand, 2004).

Antes de discorrermos em mais profundidade sobre o mito, abordaremos sobre a mitologia com algumas considerações relacionadas a este estudo.

4.1 A mitologia

A presença do mito na expressão humana é estudada pela mitologia. Considerada parte constituinte da subjetivação e da construção do pensamento humano, a mitologia, ao longo dos anos, vem ultrapassando barreiras e encontrando seu espaço no vasto leque de caminhos do saber da humanidade.

“O termo *mythología* como ‘coleção de relatos’ aparece em Hesíodo (*Teogonia*), em Homero (*Odisséia*) e em Platão (*Protágoras*). Supõe-se que esses relatos são anteriores à consideração da mitologia como ‘ciência’ explicativa dos mitos” (Baztán, 2018, p. 335). O significado do termo revela seu objetivo e apresenta sua função: nascida para explicar o divino na natureza e no homem, a mitologia, desde antes de ser nomeada, exercia o papel de desvelar para o ser humano o conhecimento de si mesmo em relação ao seu corpo, sua mente e seu espírito.

Segundo Campbell (2008), a mitologia possui quatro funções para o ser humano: conciliar sua consciência com sua finitude; apresentar o cosmos e, dessa forma, manter e induzir a sensação de assombro diante do mistério; validar e preservar as leis sociais de um determinado grupo; e a função psicológica de orientar o indivíduo a passar pelas etapas da sua vida até a morte.

Buscamos nas narrativas, histórias e lendas da humanidade, os aspectos mitológicos que possam apontar para a visão holística do homem, considerando seus aspectos físicos, emocionais e espirituais e, dessa forma, exercer uma profunda compreensão acerca de si, o que capacita e fortalece o ser humano para lidar com sua realidade cíclica, dual e incontrolável. Como descreveu Campbell (2018, p. 45),

(...) quando a mitologia é compreendida da maneira adequada, o objeto reverenciado e venerado não é uma instância final. O objeto venerado é a personificação de uma energia que habita dentro do indivíduo. A referência mitológica tem duas modalidades – a da consciência e a dos potenciais espirituais internos do indivíduo.

Percebemos os aspectos da consciência material em ligação com os potenciais internos descritos por Campbell (2018) na fala de Hércules:

Eu acho que, principalmente no Brasil, a gente é um pouco não compreendido em relação a isso. Agora, lógico: eu posso pagar cem mil para cada funcionário? Não posso, não existe. Eu tenho que ter um equilíbrio de sustentabilidade: que eu possa continuar existindo, mas que eu consiga contribuir com toda a sociedade. Então você sentir parte dessa engrenagem, isso traz um prazer muito grande, entendeu? Então eu acho que é esse sentimento, que não perdura de uma geração para outra, que faz com que as empresas familiares não perdurarem. É lógico que tem acaso. É lógico que tem o fator visão de preparo: aquela geração não era tão preparada quanto o pai, não tinha aquela visão de negócio que o pai tinha. Tem o fator sorte: chega um concorrente de fora que não existia. Então tem uma série de fatores, *né?* Mas eu acho que a partir do momento que você passa de uma geração para outra esse espírito, é mais fácil da geração seguinte conseguir contornar os problemas que o universo vai jogar “em cima” de você.

Das funções da mitologia descritas por Campbell (2018), percebemos neste trecho o narrador explicitamente utilizar o termo “espírito” considerado como potencial interno, que, na visão deste entrevistado, seria não apenas um dos fatores de sustentação de um negócio familiar,

mas a essência de um legado que é transmitido entre as gerações. E essa transmissão não sustenta apenas o negócio, como também seus descendentes. Como bem descreveu Eliade (2018),

(...) o homem moderno ainda conserva pelo menos alguns resíduos de “um comportamento mitológico”. Os traços de tal comportamento mitológico revelam-se igualmente no desejo de reencontrar a intensidade com que se viveu e conheceu uma coisa *pela primeira vez*; de recuperar o passado longínquo, a época beatífica do “princípio” (p. 165).

4.2 Os mitos

Já em relação aos mitos, trata-se de um conceito que, apesar da sua polissemia, carrega elementos como: o mistério, a narrativa heroica, o transcendente, o simbólico, os ciclos, os rituais, o exemplo de referência pedagógica, uma grande plasticidade e capacidade de adaptação a qualquer tempo histórico.

A partir dessa ideia, utilizamos nessa pesquisa os elementos anteriormente mencionados: a jornada heroica, os símbolos e espaços de memória, além dos rituais presentes na cultura organizacional, para identificar o mito fundador da empresa familiar centenária Parente.

Convocamos o aspecto adaptativo do mito a qualquer tempo histórico, pois os mitos são como mapas para acessar o lugar fora do tempo, o encontro com a essência, o momento sagrado. “Por conteúdo de caráter exemplar, os mitos se referem aos feitos realizados *in illo tempore* que sobrevivem na memória coletiva. Além disso, os mitos fundamentalmente podem ser cosmogônicos ou soteriológicos” (Baztán, 2018, p. 333). Os cosmogônicos possuem relação com a criação do universo. Já os soteriológicos estão relacionados aos heróis e avatares messiânicos, como identificamos no relato a seguir.

(...) não é só a essência do Seu Inácio que ficou. Aquele ensinamento que ele conseguiu passar ao longo dos anos, chegando na dona Isabel, a dona Isabel conseguiu transmitir isso para os filhos dela. E assim é o sentimento que a gente tem real dentro da empresa, entendeu? Evoluiu. Mudou. Muitas coisas mudaram. Mas mudou porque o tempo precisou. Há um outro mundo. Há um outro mercado. Há uma outra evolução aí. A tecnologia avançou muito nesses anos, e eles conseguiram trazer a modernidade para dentro da nossa empresa, se lançar nesse mundo novo. Mas apesar deles serem novos, eles, com esse espírito valioso, que é o que nós temos de grande na nossa empresa, entendeu? Nossos diretores hoje têm um compromisso assim, tremendo: eles não são exemplos para nem funcionário de imprudência, de injustiça, de irresponsabilidade, não. Isso é muito forte dentro de uma empresa. Isso era forte antes. Isso é forte hoje: a gente traz tudo que há de novo para juntar a isso e fazer a empresa grande como sempre. É o que sustenta (Afrodite).

A potência do mito criado por Seu Inácio ultrapassou gerações e permaneceu na memória coletiva não apenas dos familiares, mas também dos funcionários que trabalham na empresa. Apontamos a presença do nome do fundador e de seu filho e sua importância na organização. O Inácio, o pai, a quem referimos como “senhor”, desenvolveu o ato potente da criação de realizar o gesto arquetípico, como nos mitos cosmogônicos, que estão relacionados à criação do Mundo. E nesse sentido, contempla o gesto arquetípico do Deus criador, que carrega o modelo de referência de começos após a referência de um começo absoluto, o que permite um movimento de “voltar atrás” e conhecer a origem. Esse pode tornar-se um exercício curativo e que renova as energias do Cosmos. Assim, “toda história mítica que relata a origem de alguma coisa pressupõe e prolonga a cosmogonia” (Eliade, 2018, p. 25).

Encontramos esse prolongamento da cosmogonia na Parente, uma vez que esta empresa familiar começou com o senhor Inácio Parente, foi continuada por seu filho Inácio Parente, que a passou a uma de suas filhas, que levou à sua continuidade. E, finalmente, chegou à quarta geração, em que seus quatro filhos estão na diretoria, sob o comando do primogênito.

Após essa descrição da mitologia como uma das bases teóricas que sustenta a definição polissêmica do mito e suas características, passando para a descrição da ideia de mito, adotando principalmente a perspectiva estudada por Joseph Campbell (2007), seguimos para o objeto de estudo desta pesquisa, a ser desvelado a partir das narrativas dos funcionários da empresa familiar: o mito fundador.

4.3 O mito fundador

O mito fundador contém a essência do início, de manifestar um começo. Remonta à ideia de superação do caos para uma posterior organização. Por se tratar de um conceito que contém aspectos sagrados e profanos, os mitos, em suas narrativas, carregam elementos de um simbolismo que remete aos ciclos de criação da natureza e do ser humano.

Nesse sentido, convocamos a característica da cosmogênese, uma ideia de criação como atravessada pela presença do numinoso, que se caracteriza, no primeiro momento, enquanto tempo sagrado inicial: as forças supremas agem para uma primeira manifestação, o que aqui consideramos como o mito fundador. Posteriormente, vão surgindo os demais mitos, que marcam a origem de novos mitos para prolongar e manter essa cosmogonia. Como descreveu Eliade (2016):

Antes de mais nada, temos o fato de que o mito de origem inicia, em numerosos casos, por um esboço cosmogônico: o mito recorda brevemente os momentos essenciais da Criação do Mundo, para contar a seguir a genealogia da família real, ou a história tribal,

ou a história da origem das enfermidades e dos remédios, e assim por diante. Em todos esses casos, os mitos de origem prologam e completam o mito cosmogônico (pp. 37-38).

Nesse estudo, em que tratamos da criação de um microcosmos representado pela empresa familiar Parente, podemos observar que a recriação da história de fundação, a cada momento que marca a renovação da diretoria, trouxe ao negócio os ciclos necessários para a composição da sua história, conforme a fala de Afrodite:

(...) era uma empresa com vários departamentos: cama, mesa, banho, roupa de festa, viagem, perfumaria... E a gente viu uma mudança intensa. Vi uma transformação incrível! Já passei por muitas transformações da empresa. E o que dá para perceber nessas modificações desses vinte e poucos anos é que a gente consegue alinhar a empresa dentro daquilo, levando o mesmo espírito ao longo desses anos.

Apesar de presente nas narrativas da atualidade, o mito fundador da Parente também se encontra velado sob as brumas do tempo, como relatado por Hércules:

O primeiro ponto é que assim... as pessoas da minha geração pouco conhecem, ou quase nada, sobre o nosso fundador, que foi meu bisavô. Por outro lado, o meu avô, que assumiu a empresa, sei lá, na década de 30, muito novo, acho que 17, 18 anos, por motivo da morte do meu bisavô, ele sim deixou marcas assim fundamentais e importantíssimos dentro do nosso *core*, que a gente carrega até hoje. Essas, aí eu não tenho como dizer se ele trouxe essas marcas do pai dele ou se ele fez a dele. Eu acredito que as empresas familiares elas seguem uma linguagem, assim como as pessoas, que

trazem traços dos pais. Mas ele agrega traços novos. Ele agrega um dedo novo dentro da gestão. Ah! Eu acho que o meu avô tinha uma linha de gestão e que carregava alguns valores, que os principais eu carrego, e alguns eu tenho os meus.

Na Parente, a história da família se entrelaça à história da empresa, com mais de um século. E o surgimento de várias figuras míticas familiares marcou a caminhada. De acordo com Krom (2000, p. 47):

A figura Mítica familiar é a pessoa que transcendeu limitações, determinou um caminho, deu origem a um percurso mítico em sua vida enquanto sua figura se perpetua e repercute em suas histórias e feitos. Frequentemente os pais, como líderes naturais, assumem esse lugar e passam a ser cultuados pelos próprios filhos. Muitas vezes, essas pessoas transcendem suas próprias limitações, com comportamentos inusitados e surpreendentes.

Seguimos para o próximo tópico, em que traremos apontamentos acerca dos aspectos psicológicos que estão presentes nesse conceito-chave para a compreensão do inconsciente pela consciência.

4.4 Aspectos psicológicos do mito fundador

Com relação aos aspectos psicológicos presentes nos mitos, mas especificamente no mito fundador, observamos a importância e a profundidade destes na organização psíquica do sujeito. Para Franz (2003), esses mitos, que a autora denominou de “mitos de criação, fazem parte da imagem da realidade presente em nossa consciência a partir das imagens do nosso inconsciente e da nossa percepção sensorial do mundo que nos rodeia, como descreveu:

(...) alguns mitos de criação, às vezes nos é revelado com muita clareza que eles representam processos inconscientes e pré-conscientes que descrevem não apenas a origem do nosso cosmo, mas a origem da percepção consciente que o homem tem do mundo (Franz, 2003, p. 13).

Convocamos, portanto, a psicologia junguiana e seus aportes para sustentar nossas observações acerca do reflexo psicológico do mito fundador nos sujeitos presentes nas organizações. Nos indivíduos que são tocados pela característica criativa e mantenedora do mito fundador observamos que em suas narrativas relacionadas à construção e organização da estrutura psíquica de si ou, como traz Franz (2003), relacionadas aos processos de individuação – em que se trata de um confronto entre elementos do inconsciente e a consciência, o mito aparece funcionando como ponte que interliga essas duas instâncias da consciência e do inconsciente – e que a presença do mito de criação, independente do conteúdo, enredo ou figuras míticas presentes, passa a ocupar o lugar de um dos elementos essenciais no ser humano relacionados à percepção de si e do mundo (p.32):

(...) há estruturas arquetípicas básicas brilhando por trás da variedade de motivos, e que tais estruturas, entre outras funções, são manifestações do mistério da criatividade da psique humana inconsciente. Ao tentar interpretar alguns dos motivos, atingimos esse fator criativo de forma simbólica.

Outro aspecto relacionado à questão psicológica do mito fundador está na importância do vínculo com os ancestrais. Como espíritos que nos sustentam como raízes, são fonte de conhecimento e sabedoria. E essa continuidade histórica está profundamente ligada aos

fundamentos arquetípicos da psique. Esse vínculo com o passado também funciona como uma proteção diante das redes de arrasto do novo, que continuamente se apresenta. É o que protege nossa estrutura psíquica da completa desorganização. Tais vínculos podem ser organizadores ou destrutivos, como tratado por Franz (2003, p. 287):

(...) Isso significa que um pai, uma tia, uma mãe, um membro da família que morreu, não permanece o tio ou a tia depois da morte, assustando as pessoas nessa forma, mas tende lentamente a mudar de caráter, tornando-se uma figura mais numinosa e poderosa. Alguns mortos aos poucos se tornam demônios maus enquanto outros se tornam espíritos protetores positivos – numina. Estes perdem suas características individuais cada vez mais se tornam fatores mais gerais e poderosos. (...) Em nossa linguagem, diríamos que o pai morto lentamente se torna como um pai arquetípico dentro do sistema psíquico do filho vivo. A conexão com o Sr. Fulano pessoal se dissolve, e se desmancha a memória de sua personalidade individual. Em vez disso, o filho sente a presença protetora do arquétipo paterno, ou o efeito de um arquétipo de pai negativo.

Nesse ponto, observamos na Parente um profundo vínculo com a ancestralidade. As narrativas trazem um aspecto arquetípico para a figura do fundador, o senhor Inácio, o criador do microcosmos e o ser numinoso que está presente na memória dos membros e na cultura da empresa familiar.

Anda sobre a ancestralidade e o encadeamento familiar presente no mito fundador, Krom (2016) aborda em seus estudos a questão intergeracional e sua influência na construção do mito familiar. A autora também discorre sobre a qualidade construtiva ou organizadora dos mitos familiares, que organizam as famílias quando não apresentam rigidez e falta de flexibilidade diante do novo que se apresenta na cultura atuante. Além disso, aborda a qualidade

nociva ou desorganizadora, em que se observam rupturas, ansiedades, estresse e distanciamentos. Outro aspecto presente nos seus estudos refere-se às lealdades, “(...) que são expectativas em relação às quais as pessoas assumem determinados compromissos num livro oculto de débitos e créditos familiares” (Krom, 2000 p. 16).

Ressaltamos que a Parente é uma empresa familiar, cujos vínculos afetivos, bem como os aspectos da relação intergeracional foram observados nas narrativas, as características marcantes de construção para contínuo crescimento puderam ser facilmente identificadas. Já em relação às lealdades invisíveis, percebemos um compromisso com a característica da vanguarda, espírito inovador e continuação do legado fortemente presente.

Apresentamos nessa seção alguns marcos conceituais, como a mitologia, a grande área de estudo dos mitos. Em seguida, trouxemos os mitos e algumas de suas características, que utilizamos como embasamento teórico nesse estudo. Finalizamos com o mito fundador, trazendo seu conceito relacionado aos aspectos cosmogônicos, a sua potência criativa, seus aspectos psicológicos e um pouco da sua relação com os vínculos familiares.

Seguimos em nossa jornada de desvelamento do mito fundador da Parente, em que, após apresentação do contexto, percurso investigativo, história da empresa familiar e do marco teórico, passaremos ao aprofundamento da discussão com os resultados encontrados nessa investigação.

5 SÍMBOLOS, ESPAÇOS DE MEMÓRIA E A SACRALIDADE

Nesta seção trazemos a discussão acerca dos símbolos e algumas de suas características concretas e subjetivas. Observamos que na Parente, os símbolos, quando subjetivos, se apresentaram nas narrativas na forma de valores. E quando na forma concreta, foram observados como os espaços de memória, lugares que convocaram lembranças afetivas. Além dessas características dos símbolos anteriormente citadas, também observamos a presença da característica da sacralidade, algo inerente à natureza dos símbolos e que, na Parente, é tão vivo e rotineiro, que, muitas vezes, não se apresenta de forma pomposa e cerimonial. Pelo contrário: é na simplicidade de um culto diário que se revela a sua poderosa presença. Todos esses aspectos que estão presentes nos símbolos, e estes, estando presentes no mito fundador, conferem ao mesmo a essência da conexão entre o consciente e o inconsciente; a ponte entre o que nos é misterioso e o que nos é explícito. Para Jacobi (2016, p. 95):

A palavra símbolo (symbolon), deriva do verbo grego “*symballo*”, desde muito passou por diversas definições e interpretações. Mas todas concordam no fato de que o símbolo designa algo com um sentido objetivo, visível, por trás do qual ainda se oculta um sentido invisível e mais profundo.

A partir dessa compreensão dos símbolos, apresentamos observações sobre a presença desse elemento na Parente, iniciando por seu aspecto subjetivo, que, nas narrativas, surgiram como os valores da organização, os quais também foram percebidos pelos participantes da pesquisa como valores pessoais.

Esse poderoso alinhamento se reflete em vários lugares da organização. Um deles na formação de vínculos entre os funcionários e a empresa familiar, e que também pode ser detectado, de forma positiva, no estabelecimento dos relacionamentos interpessoais, pois nesse

ambiente de trabalho, atravessado por valores familiares, observamos um forte acolhimento quanto à expressão dos sentimentos.

Vale ressaltar que nem sempre esses sentimentos expressados são positivos. No entanto, na realidade deste estudo foi observado uma fluidez quanto à sua expressão. Isso devido à liberdade, que é como que “vigiada” e, de alguma forma, delimitada pela figura paterna de autoridade, carismática e muito respeitada; ainda é muito viva a presença do Seu Inácio na memória dos funcionários e familiares da organização. A aura dessa presença, que, ao mesmo tempo que delimita é referência, está presente na rotina da organização. Observamos uma espécie de mecanismo, que ocorre quase como de forma inconsciente, de um movimento de constante aprendizado com as experiências dos antepassados, em que as que trouxeram resultados são mantidas, e as que não funcionaram são ressignificadas. Este mecanismo está presente no *core* da cultura da Parente.

Outro ponto relacionado à aura do fundador é a sua influência no estilo de liderança dos familiares, estes que, habilmente, multiplicaram para as lideranças das lojas. O conhecimento não fica retido na cúpula da diretoria. Ele chega às gerentes das lojas, que incorporam e, muitas vezes, reproduzem com sucesso tanto o estilo quanto os processos gerenciais. Nesse modelo de multiplicação, que foi criado desde a fundação da empresa, observamos a atualização e o incremento da geração que está vigente na gestão, a qual mantém o que está funcionando e modifica o que não está dando resultado.

5.1 Símbolos subjetivos: valores

Presentes na composição dos mitos, os símbolos são elementos que, através da imagem, forma ou sensação, promovem uma ligação do homem com um significado emocional. Apresentam-se através de uma linguagem simbólica e figurativa em que habitam os sonhos e fantasias tanto do inconsciente individual quanto do inconsciente coletivo. Segundo Penna

(2013), o simbolismo apresenta características afins à ciência da contemporaneidade, pois se utiliza como forma de saber o reconhecimento e as manifestações do simbólico. Esta linguagem simbólica, como uma linguagem mister do inconsciente, possibilita ao investigador acessar e compreender a realidade psíquica do coletivo – através dos mitos – e do indivíduo – através dos sonhos.

Para Eliade (2018), os símbolos da cultura humana são manifestações subjetivas ou concretas do mito. Consideramos para esse estudo que as manifestações subjetivas presentes na cultura das empresas familiares são representadas pelos valores organizacionais que guiam o negócio. Já as manifestações concretas, consideramo-las como os lugares e espaços de memória, que nas organizações são tão marcantes em suas culturas, como mencionado anteriormente.

Constatamos que na Parente se apresentaram duas formas de manifestação simbólica: subjetivas e concretas do mito. Nas manifestações subjetivas, apontamos os elementos presentes na fala da Ártemis:

(...) eu acho que é isso: a gente tenta preservar os valores, mas também tentando se adequar às novas realidades; estar sempre se atualizando para também não ficar para trás. A gente já teve várias mudanças, e a empresa hoje não é mais o que era antigamente. A gente tenta preservar esses valores de família, respeito e justiça.

Sobre a fala de Ártemis, podemos associar à ideia que Jung (2017) traz acerca dos símbolos. O autor descreve que são elementos concretos, objetos naturais, objetos fabricados pelo homem ou, até mesmo, formas mentais. Todos esses aspectos podem ser transformados em símbolos, processo que pode ocorrer de forma consciente ou não. E os registros dos símbolos remontam à pré-história e são herança dos nossos antepassados.

Também amparado pela ideia de símbolos encontrada nos estudos de Jung (2017), Jacobi (2016, p. 92) afirma:

Pois, tão logo o conteúdo humano-coletivo do arquétipo, que representa o material cru fornecido pelo inconsciente coletivo, entra num relacionamento com a consciência e com sua propriedade doadora de formas, o arquétipo adquire “corpo”, “substância”, “forma plástica” etc.; ele se torna representável e só então se torna uma imagem verdadeira – a imagem arquetípica, o símbolo. Para defini-lo de uma perspectiva funcional, poderíamos dizer que o “arquétipo *per se*” é essencialmente energia psíquica concentrada, mas o símbolo lhe acrescenta o modo de manifestação pelo qual o arquétipo se torna discernível.

Os valores na Parente funcionam como um símbolo coletivo que sustenta a cultura organizacional, uma fonte de coesão que mantém o grupo unido e trabalhando na manutenção desse microcosmo que é a empresa familiar.

A presença subjetiva dos símbolos na Parente através dos valores que são cultivados na empresa são reconhecidos pelos participantes da pesquisa como observamos na fala de Afrodite:

(...) a história da Parente, eu conto da seguinte forma: é uma empresa, é uma das poucas empresas centenárias do nosso estado, da nossa cidade, que conseguiu se manter. Ela se ajustou, ao longo dos anos, ao que foi necessário, como, por exemplo: quando eu entrei, essa empresa era uma empresa com vários departamentos. E com a modernização, eles conseguiram se ajustar ao novo mercado mantendo esses valores, mantendo o que é importante. Hoje nós resumimos a nossa empresa à perfumaria e lingerie,

praticamente. Mas eles souberam chegar até aqui com um alicerce bom, com funcionários e com fornecedores (...).

Além do reconhecimento dos valores, percebemos a força dos mesmos e como eles marcaram a todos. Essa força está numa forte presença de uma potência criadora invisível, uma energia que mobiliza, direciona e que é compartilhada pelas gerações de familiares, como descrito por Irene:

(...) até mesmo na geração mais nova eles têm a mesma essência. Vem passando de geração para geração a mesma essência de respeito, credibilidade, de trabalhar correto com fornecedores, com funcionários e com a sociedade (...)

Observamos que a presença da ideia de uma referência subjetiva que guia os próximos passos apresentou, além da referência a um saber ancestral, características de um símbolo coletivo, como falou Afrodite:

(...) o espírito do Seu Inácio, muito presente com o direcionamento das meninas, da dona Isabel, parecia o mesmo, parecia o Seu Inácio. E de lá *pra* cá não tem modificado muita coisa. O que mudou foi a evolução, a modernização. Mas aqueles valores que sempre existiram na empresa permaneceram ao longo desses anos. Essa é uma das razões prazerosas para você continuar numa empresa como essa, entendeu?

Observamos que, na fala de Afrodite, a referência à figura do Seu Inácio e dos valores por ele deixados ocupam um lugar que é aceito e reconhecido pelos participantes da pesquisa como referência. Sobre o símbolo coletivo, discorre o teórico Jacobi (2016, p. 123):

(...) Mas apenas quando o padrão arquetípico universal brilha por trás do símbolo individual e é aceito e adotado como vinculante por *consenso gentium*, isto é, quando se torna um “símbolo coletivo”, como são os inúmeros e bem conhecidos símbolos de mitologias e religiões, só então ele pode exercer plenamente seu efeito liberador e redentor.

Sobre a questão subjetiva representada pelos valores da Parente, trouxemos associados a esses valores o reconhecimento e a vivência dos participantes da pesquisa. Para Jacobi (2016), os símbolos individuais possuem uma grande força de pertencimento para o sujeito, pois este se utiliza desse bem para dar conta do inefável e do misterioso mundo que o rodeia, formando pontes para a compreensão da realidade e sua associação com os aspectos inconscientes que ele carrega.

No caso da Parente, os sujeitos da pesquisa se apresentaram satisfeitos com o significado dos valores que vivenciavam na organização, pois muitos destes estavam em harmonia com os valores da empresa, que os reconheciam em si e os traziam como referência para a sua vida pessoal. Os sujeitos também citaram o compromisso que a empresa possuía em relação às suas obrigações para com os funcionários e a justiça com que a empresa administrava a relação entre direitos e deveres.

5.2 Símbolos concretos: espaços de memória

Os espaços de memória são manifestações concretas do símbolo. Tais espaços, independente da sociedade, para Eliade (2018, p. 50), se trata de uma habitação que “(...) é sempre santificada, pois constitui uma *imago mundi*, e o mundo é uma criação divina”. Para o

autor, habitar um espaço é elaborar a organização de um caos e transformá-lo em cosmos, e assim repetir o processo de criação dos deuses.

Observamos que na Parente esse espaço sagrado nasceu através da loja de duas portas no sobrado localizado no Centro da cidade de Fortaleza em 1914. A partir dessa organização de um caos, o microcosmo da empresa familiar se fez e permanece até a atualidade.

Ressaltamos que nem todos os espaços são sagrados. Existem espaços que são homogêneos e neutros, com ausência de sentido, que pertencem ao âmbito de mundo dessacralizado. Para Eliade (2018, p. 27):

(...) limitemo-nos a comparar as duas experiências em questão: a do espaço sagrado e a do espaço profano. Lembremo-nos das implicações da primeira: a revelação de um espaço sagrado permite que se obtenha um “ponto fixo”, possibilitando, portanto, a orientação na homogeneidade caótica, a “fundação do mundo”, o viver real. A experiência profana, ao contrário, mantém a homogeneidade e, portanto, a relatividade do espaço. Já não é possível nenhuma verdadeira orientação, porque o “ponto fixo” já não goza de um estatuto ontológico único; aparece e desaparece segundo as necessidades diárias.

Observamos que essa ideia, para a psicologia, levando em consideração os símbolos, funciona como uma ponte ligando a consciência ao inconsciente, em que, através da visualização do lugar, das emoções e sentimentos, observamos uma conexão ao numinoso. Na Parente, a partir da fala de Héstia podemos perceber a presença simbólica na sua concretude:

Que eu me lembro, o que mais marcou assim, na minha vida, foi a minha infância, que eu saía do colégio, e a gente ia com o motorista do colégio para o Centro pegar nossa

mãe para almoçar. Muitas vezes, ela não *tava* ainda preparada para almoçar. E a gente descia do carro “morto de feliz” e ficava brincando naqueles elevadores antigos. Eu ficava fechando a corrente, apertando, ficava subindo e descendo elevador. Era uma loja muito grande. Então assim: eu me lembro da gente jogando videogame... a loja vendia de tudo, *né?* Eu adorava ir para lá para ficar brincando em todas as sessões... subia e descia. Então assim: é o que eu mais me lembro. Minha mãe sempre trabalhou lá com o meu avô e os irmãos.

Além da presença simbólica dos espaços de memória que foi observada na fala da Atena, que trouxe a afetuosa relação com o lugar, que marcou sua infância, podemos também observar que essa foi uma inspiração para seu trabalho atual na área de marketing da Parente:

(...) a minha lembrança da loja do Centro, lembro muito eu no andar da parte de marketing. Realmente, eu pendi muito para essa área. Eu lembro que eu achava o máximo ter um rapaz que fazia os cartazes de preços, aqueles cartazes manuais, (...). Lembro que eu adorava ajudar no Caixa. Sempre ajudava lá. Na época que precisava ir no Natal para empacotar, eu lembro que eu, novinha, já sabia fazer presente. E adorava!

Já nos espaços internos de convivência entre os funcionários, são poucas as referências aos familiares. Por exemplo: na recepção do escritório figura uma única foto da primeira loja da Parente, em 1914, ano da sua fundação. As referências familiares estão profusamente expostas apenas nas salas da diretoria, cujas portas permanecem abertas a maior parte do tempo, como uma clara mensagem de disponibilidade.

Dessa forma, observamos na Parente que nesses espaços há o cultivo do sagrado. “A manifestação do sagrado no espaço tem, como consequência, uma valência cosmológica: toda

hierofania espacial, ou toda consagração de um espaço equivalem a uma cosmogonia” (Eliade, 2018, p. 59).

Dessa forma, esse espaço, que convoca um constante movimento de criação dos membros da diretoria, funciona como uma espécie de templo que busca conectar o lugar com o criador do microcosmo da Parente.

Assim, observamos que os espaços de memória que foram relacionados aos aspectos concretos dos símbolos na Parente se apresentaram a partir do significado, afeto e referência ao futuro, descritos nas falas dos participantes de pesquisa.

5.3 Símbolos e a sacralidade

A ideia do sagrado presente nos símbolos, anteriormente discutida, também traz como um de seus aspectos a existência de um Deus supremo, um ente que se torna distante após realizar o processo da Criação – no caso, a ordenação do caos para a construção de cosmos. Em seus estudos acerca da relação do homem com o sagrado, Eliade (2018) discorre sobre o criador e a aura mítica que o envolve, e encontra, em diversas culturas, um padrão característico dessa figura:

(...) os Seres supremos de estrutura celeste têm tendência a desaparecer do culto; “afastam-se” dos homens, retiram-se para o Céu e tornam-se *dei otiosi*. Numa palavra, pode-se dizer que esses deuses, depois de terem criado o Cosmos, a vida e o homem, sentem uma espécie de “fadiga”, como se o enorme empreendimento da Criação lhes tivesse esgotado os recursos. Retiram-se, pois, para o Céu, deixando na Terra um filho ou demiurgo, para acabar ou aperfeiçoar a Criação. Aos poucos o lugar deles é tomado por outras figuras divinas: os Antepassados míticos, as Deusas-Mãe, os Deuses fecundadores etc. (p.103).

Observamos na Parente uma grande semelhança com o que foi descrito por Eliade (2018), considerando a empresa familiar como um microcosmo criado por um homem, que, por ser mortal, foi retirado da sua criação ao final do seu ciclo de vida. Esse homem deixou seu legado para que seus descendentes pudessem assumir seu lugar. E, com esse movimento, fundou o ciclo sucessório de novos gestores que têm ocupado o lugar do criador e promovido a manutenção e o crescimento da empresa.

Também observamos uma similaridade relacionada à consciência da natureza cíclica presente na criação. Na Parente essa consciência dos ciclos se apresenta no ato da preparação de descendentes para ocupar o lugar do criador. Esse aspecto ritualístico será discutido com mais aprofundamento mais adiante.

O sagrado também, quando descrito a partir de uma perspectiva psicológica, para Franz (2003), está relacionado ao “(...) ao motivo arquetípico, que descreve a separação da consciência individual em relação ao contexto inconsciente, enquanto as duas instâncias juntas representam a totalidade pré-consciente” (p. 102). Observamos essa ideia na Parente a partir da postura da diretoria em relação à questão da manutenção dos valores e sistemas gerenciais da geração passada. Porém, buscando inovar para construir uma identidade própria, assim como vemos na fala de Hércules: “(...) Ah! Eu acho que o meu avô tinha uma linha de gestão, o que carregava alguns valores, que os principais eu carrego, e alguns eu tenho os meus”.

Nessa seção apresentamos a nossa trajetória sobre o aspecto simbólico do mito fundador. Os símbolos na Parente se apresentaram de forma subjetiva, como valores; na forma concreta, como os espaços de memória. Também foi discutido a sacralidade presente nos símbolos e sua ponte com a figura do criador. Tal sacralidade convoca uma postura ritualística, que será descrita na próxima seção através dos rituais que foram observados na empresa.

6 RITUAIS DA PARENTE

Os rituais são vivências míticas que acompanham o desenvolvimento do homem. Sagrados ou não, possuem significados diversos tanto para a cultura quanto para o sujeito. Os rituais também revivem e renovam a força do mito, resgatando a jornada do herói, nosso exemplo e referência de humanidade (Eliade, 2018).

Observamos na Parente a presença de quatro marcantes rituais: o cumprimento aos funcionários com um caloroso aperto de mão; o trabalho dos familiares; a festa de final de ano; e a participação ativa na sociedade cearense.

Tais rituais, que estão relacionados ao mito fundador da Parente, nos apontam que, conhecendo o mito, se conhece a origem das coisas, pois todo mito carrega a aura da criação. E isso fornece o poder de dominar e manipular. Observamos que, de alguma forma, se vive o mito e o aspecto do sagrado que ele carrega, uma vez que os rituais, sejam eles realizados de forma consciente ou não, são um portal de reatualização dessas potências (Eliade, 2018).

6.1 O cumprimento aos funcionários: reconhecimento que gera motivação

O primeiro ritual a que nos referimos em relação à empresa é o do cumprimento aos funcionários. Tal ritual está presente na lembrança dos sujeitos da pesquisa que presenciaram o filho do fundador realizar. Um rito que até hoje permanece. Trata-se de um reconhecimento pelo trabalho, conforme apontado na fala da Hera:

Esse era ele! Aquela pessoa que chegava na loja, e ele se obrigava. Acho que é por isso que eu tenho também o... Eu puxei muito esse lado dele. Ele ia *pra* loja bem cedinho, ficava na porta... só tinha uma loja, *né*, naquela época. Ele ficava na porta para esperar

todos os funcionários entrar, para dar bom dia para tudinho. Ela dava bom dia para todos os funcionários.



Figura 12. O caloroso aperto de mão do Seu Inácio.

Fonte: Registro fotográfico da década 80 que pertence ao arquivo da Parente, cedido à pesquisa em 2020.

Observamos na Figura 12 Seu Inácio e seu caloroso aperto de mão, um ato simbólico que fazia parte de sua personalidade carismática. Sua presença, simpatia e empatia construíram

histórias atravessadas de sentimentos de gratidão e saudades, que foram narrados pelos participantes da pesquisa, com muitas expressões de afeto.

Esse ritual, que traz a conexão entre as mãos, esse gesto que interliga os indivíduos por uma parte de seus corpos, expressa, ao mesmo tempo, reconhecimento pelo trabalho e apoio quando for necessário. Está presente na lembrança de todos que conviveram com o Seu Inácio e permaneceu pulsante e carregado de afetos em suas memórias. Esse gesto diário de se fazer presente demonstra a ideia de liderança participativa, aquela em que se trabalha junto e se reconhece os esforços da equipe.

Outro ponto que observamos é que esse ritual permaneceu como exemplo para as lideranças futuras, segundo o que relatou Ártemis: “Também antes de ele parar de trabalhar, eu lembro que ele recebia os funcionários na porta. Ele chegava cedo e ficava na porta recebendo os funcionários”.

Baztán (2018) apontou que os rituais são atos repetitivos, cuja execução no coletivo resulta em consequências simbólicas. Esse ritual na Parente virou marca de reconhecimento e de recompensa, que atravessou gerações, principalmente para a alta gestão, como falou Héstia:

Aprendi muito com a minha mãe. E tudo que ela fazia, eu tento fazer. Mas assim: minha maior... minha maior inspiração mesmo era o meu avô. Eu achava ele incrível na forma que ele trabalhava. Ele, velhinho, ele ia em todas as lojas no Natal, cumprimentava todos os funcionários, sabia o nome de todos os funcionários, conhecia a vida de cada um.

Apesar de ser uma prática geralmente recomendada para que, através desse reconhecimento, os vínculos possam ser fortalecidos e a sensação de pertencimento se faça

presente para promover a identidade com a organização, ela se mostrou um grande desafio para alguns participantes da pesquisa, como observamos no relato que se segue:

(...) eu não tento me aprofundar muito na vida dos funcionários hoje, porque a vida hoje tá difícil para todo mundo, né? Todo mundo tem muitos problemas e tudo mais. Sempre teve. Ele sentava com o funcionário individualmente. Quer saber, às vezes, não tem nada a ver com a loja, eu sento com eles, pergunto como é que eles estão e tudo. As pessoas gostam de se abrir. Eu acho que eles se sentem acolhidos quando a gente faz isso. Tanto que quando, às vezes, fica muito tempo que eu não vou lá, aí as meninas dizem que eu nunca mais fui lá conversar com elas. Então assim: essa é uma coisa que eu levo. Eu faço não por mim. Eu tento fazer porque eu me lembro que é uma coisa importante, que os funcionários lembram até hoje do meu avô por conta disso (...) (Héstia).

O surgimento do desafio, para a diretoria, de conseguir visitar todas as lojas na véspera de Natal para cumprimentar pessoalmente os funcionários, começou a tomar novos contornos à medida que o negócio foi ampliando o número de lojas, algo que marca as duas últimas gerações, como apontou, em seu relato, Hera:

(...) Então era diferente. Naquela época a gente ia em três lojas no Natal, numa boa. Hoje, se for no Natal em todas as lojas, não dá. Eu tenho que ir em duas lojas ou passar dois dias ou passar dez minutos em cada loja, *pra* dar tempo de ir. Então hoje essas coisas mudaram muito, são muito diferentes. É outro conceito básico que eu acho, que a teoria é aquela, que é você tá presente. É você ser assim... é aquilo que eu sempre

lembro para os meus funcionários: olha, uma mão lava a outra. Eu dou. Mas eles têm que me dar o que eu quero. E eu exijo!

As mudanças que foram exigidas pela modernização dos tempos e pelo aumento do número de lojas levaram a uma atualização do ritual, que, a partir da quarta geração, em vez de continuar diário, passou a ser anual. Porém, permaneceu provocando a sensação de reconhecimento de todos os participantes da pesquisa. Muito os motivou, como observamos na fala de Deméter:

(...) isso também já vem, acho que, da segunda ou da terceira geração: no final do ano eles visitarem todo o grupo e apertar a mão de cada um e desejar boas festas. Isso, para mim, eu fico encantada, porque se deslocar... são dez lojas hoje em dia. E eles passarem nas dez lojas para falar com todos os funcionários... Eu acho isso sim maravilhoso! Não é só um cartão.

Observamos que o ritual do cumprimento, uma cerimônia que remonta ao criador, permanece mantendo a função simbólica de vínculo com a ancestralidade e cumpre a função de manutenção da motivação e comprometimento dos funcionários com a organização. Com esse mesmo objetivo, o de promover uma integração cultural maior a cada dia, assim como de mobilizar para a busca do resultado, a visita às lojas no final do ano, a cada novo ciclo, vem se estabelecendo como uma modernização do ritual diário do cumprimento aos funcionários, o qual era realizado por Seu Inácio, na época em que a empresa era uma loja de departamento.

Esse ritual da visita da diretoria às lojas é um evento bastante valorizado pelos funcionários, como relatou Íris:

(...isso também já vem, acho, que da 2ª ou da 3ª Geração, no final do ano eles visitarem todo o grupo e apertar a mão de cada um e desejar boas festas, isso para mim, eu fico encantada porque se deslocar, são 10 dez lojas hoje em dia e eles passam nas dez lojas para falar com todos os funcionários eu acho isso sim maravilhoso! Não é só um cartão.

Neste tópico tratamos do ritual que fortalece o vínculo de pertencimento ao grupo e identidade. Os rituais que serão apresentados a seguir tratam do aspecto ritualístico para a manutenção do microcosmo. No caso, são aspectos vinculados ao mito fundador, que participam da manutenção da cultura da Parente, uma espécie de reencenação da sua história de criação, como descreveu Eliade (2018): “Todo o mundo é obra dos deuses, porque foi criado diretamente pelos deuses e consagrado – portanto ‘cosmizado’ – pelos homens, ao reatualizarem ritualmente o ato exemplar da Criação” (pp. 59-60).

6.2 O trabalho dos familiares

Esse ritual foi claramente iniciado pelo fundador, pois existe na família o hábito de, desde a infância, seus membros serem levados à loja para auxiliar e aprender a manejar o negócio, como relatou Hera:

(...) ele levava a gente para trabalhar tudo bem novinha. Nas férias, por exemplo, ele queria que a gente ficasse na loja para ajudar a embrulhar, empacotar e atender, essas coisas. Então todos nós começamos bem cedo a ajudar. Aí quando eu comecei realmente a trabalhar, ele botava a gente para começar do depósito. E assim eu fiz com todos os meus filhos também.

Observamos que esse ritual promove uma constante formação de sucessores, assim como auxilia na criação dos vínculos dos familiares com a empresa desde a sua infância. Outro ponto é que esses rituais marcam a passagem dos ciclos dos membros da família, em que, após um estágio na empresa, se tornam aptos a começar a ingressar no mercado de trabalho. No caso dos membros que fizeram carreira na Parente, tiveram que vivenciar funções em todos os setores da empresa, para aprendizado, como descreveu Héstia:

Quando eu comecei aqui na Parente, também mais nova, eu comecei como gerente, comecei a gerenciar as lojas, quando a gente pode entrar aqui na loja. Eu aprendi um pouco lá na COSBEL, com minha tia e, logo em seguida, eu comecei a gerenciar as lojas da Parente. Eu fui gerente da Parente do Shopping Aldeota e depois eu fui gerente do Center Um. Então eu comecei assim na Parente tendo que lidar, fazer reunião com os funcionários. Tinha que ser a primeira a chegar e a última a ir embora, trabalhar final de semana, sábado, domingo, feriado. E foi onde eu realmente aprendi. E até hoje, quando eu vou lidar... hoje em dia, quando eu vou nas lojas, eu tento me lembrar da minha época, que não é fácil. E por mais que a gente queira cobrar, a gente sabe que não é fácil, porque assim: o gerente, além de ter que lidar com a gente, tem que lidar também muito com o funcionário. E funcionário é uma parte muito delicada. Então eu, *pra* mim, meu aprendizado fundamental foi quando eu trabalhei como gerente.

Podemos observar, a partir da fala de Héstia, que, no caso do desenvolvimento psíquico, os rituais são portais na realidade concreta para marcar as fases e momentos da maturação e do crescimento do ser humano. E embora, na nossa contemporaneidade, vivamos uma crescente extinção de rituais, muitos permaneceram para auxiliar a compreensão acerca da natureza cíclica do mundo que habitamos. Como descreveu o mitólogo Campbell (2007):

A função primária da mitologia e dos ritos sempre foi a de fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar, opondo-se àquelas outras fantasias humanas constantes que tendem a levá-lo para trás. Com efeito, pode ser que a incidência tão grande de neuroses em nosso meio decorra do declínio, entre nós, desse auxílio espiritual efetivo. Mantemo-nos ligados às imagens não exorcizadas da nossa infância, razão pela qual não nos inclinamos a fazer as passagens necessárias da nossa vida adulta. (pp. 21-22)

Após apontarmos os rituais do cumprimento e do trabalho familiar, passamos ao ritual da participação nas transformações da sociedade, como mais um tipo dos rituais observados na Parente.

Ressaltamos que esse ritual também está ligado à manutenção do legado, visto que o envolvimento com o desenvolvimento da sociedade, a cultura macro, que pode ser considerada como o Cosmos ao qual o microcosmos da Parente está inserido, nos aponta que, como agente ativo nessa sociedade, em que como empresa proporciona ganhos para aqueles que fazem parte desse sistema, acaba por tornar um ciclo virtuoso que se retroalimenta quando a empresa alimenta o sistema financeiro do Estado, e esse repassa para o cidadão, futuros consumidores dos produtos dessa empresa.

Salientamos que, para além dessa questão, uma participação social positiva agrega valores e reconhecimento social da marca, algo em alta no mercado do marketing na atualidade.

Destacadas as devidas observações, passemos ao tópico seguinte, em que esse assunto será discutido com mais profundidade.

6.3 Participação nas transformações da sociedade

Consideramos que o envolvimento ativo para realizar um trabalho para a sociedade possa também ser considerado um ritual que iniciou com o fundador da Parente, cujo envolvimento chegou em sua participação na vida política e filantrópica na cidade de Fortaleza, passou para seu filho e, atualmente, é vivenciado por seus descendentes da quarta geração, como apresentado por Ártemis:

Meu avô também tinha muito dessa parte, como eu chamo, do social, *né?* Acho que a gente fica muito dentro da empresa, e meu irmão não. Ele faz parte do CDL. Faz parte, vai procurando outros comerciantes para... Meu irmão é mais engajado nessa área também, o que é muito parecido com meu avô.

O espírito do agente de promoção da mudança que observamos a partir da fala de Ártemis permaneceu pulsante e segue presente como referência para a quarta geração. Retomamos aqui a ideia do conceito de ritual, de uma ação que se repete e que tem origem no fundador. Na Parente, a força dos rituais está associada ao forte vínculo entre as gerações que manifestaram seus afetos e razão de existir do negócio, desde a sua fundação, como podemos observar na fala de Hércules:

Que um negócio, para mim, não é só um negócio de onde eu tiro o meu sustento. É a sensação que eu tenho: é de uma série de famílias dependendo de você estar arrecadando imposto para o Estado, que vai ser destinado para educação, saúde e tudo mais; é colaborar com a sociedade. Não só colaborar, como participar efetivamente na formação de uma sociedade melhor. Tem muitos empresários que estão dentro da sua empresa, se preocupando com a sua empresa. E você tem uma geração como meu avô

e como eu, que continuo. Houve um hiato aí da geração da minha mãe, minha tia, que ninguém se envolveu com isso. Mas eu resgato isso do meu avô, de trabalhar em associações, como por exemplo o CDL (...).

Com a preocupação de contribuir para o desenvolvimento dos descendentes para além do lugar de herdeiros, foi apontada por Hércules a importância de educar e formar cidadãos que possam trazer transformações sociais, e não apenas viver dos lucros da empresa.

Também observamos que, desde a primeira geração, os filhos participam ativamente do negócio, quando crianças. E observamos a questão lúdica presente, um lugar onde se permite o brincar. Na adolescência começam a chegar as primeiras responsabilidades: ocorre o trabalho nas férias escolares e em período de grande demanda da loja, como as datas comerciais. Ao chegarem ao início da fase adulta, começam, como aprendizes do ofício, a conhecer todas as áreas do negócio, vivenciar as respectivas rotinas e, só então, estão aptos a gerenciar. Sabendo desse percurso, foi possível enxergarmos uma construção de vínculo afetivo com o negócio, além do senso de responsabilidade para com as famílias que dele dependem, como foi relatado por Hércules.

6.4 Rito de final de ano Parente

Prosseguimos com a discussão sobre os rituais, trazendo o último desses que foram observados: o ritual de final de ano. Trata-se de uma celebração repleta de significados para a diretoria e para os funcionários, visto que se alinha à celebração social da cultura na qual a Parente está inserida.

Nas empresas familiares, alguns eventos da sociedade são também marcados em seus calendários executivos. Tais calendários possuem semelhança com os símbolos e significados da cultura macro em que estão inseridos. Nas organizações, os eventos marcantes das etapas de

final de ciclos, como as festas de final de ano, são comuns e bem valorizados pela gestão e pelas pessoas que compõe as empresas familiares. Na Parente, a festa mais importante é a confraternização de Natal, como trouxe Hera:

Ah! Eu sempre passei isso *pros* meninos: “gente, vamos conversar com o povo, vamos passar, vamos ligar, vamos fazer alguma coisa, porque eles se sentem tão felizes, e é tão pouco em relação ao que eles fazem”. Mas aí, pronto: acho que o papai me passou muito isso, esse lado aí. O pai dele deve ter passado também, porque a gente via que a vovó era muito assim, sabe? Muito família. Era muito carinhosa com os netos dela. E eu acho que isso vem lá de trás, da época do vovô.

Observamos que na Parente o significado familiar que envolve a comemoração é valorizado por todos. Esse ritual, como os demais, também foi passado para as gerações futuras, que apontaram o reconhecimento do fortalecimento dos vínculos através dessas celebrações, segundo o relato da Ártemis:

Acho que a gente tenta ter essa parte mais humana. A gente continua fazendo o Natal dos funcionários todo final de ano. Como antes, a gente continua a, no último dia, no dia 24, a passar em todas as lojas para desejar Feliz Natal para cada funcionário. Acho que o que ficou foi essa parte mais humana mesmo.

Os sujeitos da pesquisa também falaram com muito afeto e nostalgia sobre a confraternização de Natal e a festa realizada com a animada presença do Seu Inácio, que fazia questão de cumprimentar a todos os presentes e seus familiares. Essa era considerada, por Seu Inácio, uma data muito importante, como relatou Hera:

Natal ele fazia na casa dele, com todos os funcionários da empresa, com a família dos funcionários, dia 25 de dezembro (...) Ele fazia o Natal na casa dele. A gente era tudo pequeno. Aí vinha todos os funcionários com os filhos dos funcionários. (...) Eu me lembro que eu, com poucos anos, sempre nesses eventos com a família toda. Todos pequenos. Depois as coisas foram mudando. Eu já adulta, com dezoito, vinte anos, já não tinha mais isso. E a gente já fazia o Natal dos funcionários num *buffet*, alguma coisa assim. Aí já deixou de ser na casa. Mas antigamente, como as coisas eram mais puras e não tinha muitos problemas, então era sempre como se a gente fosse uma família. Ele tratava como se fosse a família as pessoas da empresa (...)



Figura 13. A festa de confraternização com a participação de Seu Inácio.
Fonte: Registro fotográfico da década 80 que pertence ao arquivo da empresa, cedido à pesquisa em 2020.

Na Figura 13, observamos uma das muitas festas de Natal com a participação do Seu Inácio, um registro da década de 80, em que se observa que Seu Inácio, mesmo com a idade avançada, fazia questão de participar da celebração, sentar-se à mesa junto aos funcionários e escutá-los. E essa disponibilidade para ouvir seus funcionários é outra grande marca da personalidade desse influente líder da Parente.

Observamos que os rituais descritos, auxiliam na compreensão racional do mundo simbólico presente na Parente. Percebemos essa ideia na fala de Héstia, quando realiza um percurso que transporta eventos impregnados de sentimentos e simbolismos em uma descrição de ritual realizado por Seu Inácio, em que podemos observar, nessa figura, uma disposição para a criação e manutenção de elementos simbólicos para a sustentação da cultura organizacional da Parente. No relato a seguir podemos notar um constante laborar simbólico para o fortalecimento dos laços afetivos com o negócio, que não era apenas uma fonte de renda. Era seu lugar sagrado:

Então, ele começou muito novo. Começou por conta do avô dele. Foi assim, o mesmo caso, como fui eu e minha mãe, *né?* Eu insistindo para ela abrir, e ele ali sempre do lado do pai dele. Só que o pai dele morreu muito novo, e ele teve que enfrentar. Ele teve que “entrar de cabeça” no negócio dele. Ele contava *pra* gente como se fosse um conto, como se fosse uma historinha, *né?* Que ele foi construindo uma casinha, depois uma casinha maior (...). Não me lembro exatamente como era a história que ele contava. Mas era muito sim. Adorava sentar e ficar contando as historinhas diferentes, mas sempre em relação aos negócios dele. Ele sempre inventava as historinhas em relação aos negócios dele. (...) A gente era muito novo, *né?* Mas ele gostava de mostrar. Ele levava a gente na sala dele. Ele gostava de sentar com a gente e contar a história de como é que

começou. Ele fazia muito isso, tipo como se fosse um conto, sabe? Eu me lembro da gente tudo sentado no chão da sala dele, e ele fazendo um conto da loja, de como ele começou, como foi que ele queria aquilo...

Abordamos nessa seção os rituais que se destacaram pela força e capacidade de multiplicação e reprodução entre familiares e funcionários. Continuamos a discussão dos resultados desse estudo com o conceito da jornada heroica e seus aspectos cíclicos, que abordamos na seção seguinte.

7 A JORNADA DO HERÓI NA PARENTE

Apresentamos nessa seção os momentos finais da jornada da pesquisa em busca do desvelamento do mito fundador da Parente. Após atravessarmos o caminho dos símbolos, que propicia ao mito fundador a sacralidade, além de seus aspectos subjetivos e concretos, seguimos para os rituais que promovem a função de manutenção através das repetições ritualísticas da Criação. Então chegamos na jornada do herói, um elemento do mito fundador descrito em uma estrutura de ciclo, com etapas que relatam o percurso do herói, presente nas mais diversas histórias míticas em torno do globo.

As etapas da jornada do herói, descritas no monomito de Campbell (2007), relatam a saga de um ente com características divinas que embarca num caminho que se inicia pelo chamado para a aventura (um desafio, um convite ou uma mensagem estranha chega ao herói). Em seguida esse ente recebe uma assistência, que pode vir a partir da representação de um arauto ou arma. Chega o momento da partida, e esse herói cruza o umbral para um mundo desconhecido. Passa por diversos testes até chegar ao seu maior desafio. Enfrenta uma grande crise ou morte, então renasce. Recebe a recompensa. Encerra sua aventura, após dominar e superar seus medos. Retorna ao seu mundo para compartilhar seus aprendizados. Retoma sua vida sob uma nova perspectiva e vivencia um degrau acima, outro nível de compreensão.

Essa jornada se apresenta como uma “(...) magnificação da fórmula representada nos rituais de passagem: *separação - iniciação - retorno* – que podem ser considerados a unidade nuclear do monomito” (Campbell, 2007, p. 36). Ainda sobre esse ciclo padrão, Campbell (2007) discorreu: “Um herói vindo do mundo cotidiano, se aventura numa região de prodígios sobrenaturais, ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes” (p. 36).

Observamos a dinâmica cíclica padrão descrita por Campbell nas narrativas de fundação da Parente. Apresentamos as etapas da jornada do mito fundador da Parente, que segue a

seguinte sequência: 1 – A jornada de Inácio Parente iniciou em 25 de abril de 1887, ano de seu nascimento, em que recebeu o nome de Inácio Gomes Parente. De forma prematura, perdeu o pai. E aos 12 anos mudou-se para Sobral, onde trabalhou e estudou com afinco. Na sua caminhada da vida foi atraído para a cidade grande. Mudou-se para a capital, a cidade de Fortaleza. 2 – Com o capital de duzentos contos de réis³, fundou, no dia 10 de junho de 1914, a Casa Parente. Foi instalada em duas portas do velho sobradão “O Gradvohl”, hoje o histórico edifício Excelcior. 3 – Recebeu o apoio da sua irmã Júlia - a primeira comerciária de Fortaleza. 4 – Aprendeu a manejar seu negócio de revelação de fotografia, perfumes e miudezas. 5 - Em 1930, aceitou seu irmão José Cavalcante Parente como sócio para superar as dificuldades pelas quais passara o negócio. 6 – Foi admirado e reconhecido por seus descendentes pelo legado que iniciou e que permanece há 106 anos no comércio de Fortaleza como referência de qualidade e tradição. 7 – Teve uma ativa presença no meio social e da cidadania. Foi eleito vereador e defendeu o setor varejista de sua época. Foi grande incentivador da escola para a formação e o aperfeiçoamento de comerciários – Phenix Caixeiral, bem como fundador do Sindicato do Comércio. No campo social, foi um dos fundadores do Rotary Clube de Fortaleza.

³ Antiga moeda brasileira. Um conto de réis equivale, em reais, a R\$ 123.000,00.



Figura 14. Esquema gráfico da jornada do herói do mito fundador da Parente.

Observamos na Figura 14 um esquema gráfico contendo as etapas da jornada do herói presente no mito fundador da Parente. Esse esquema foi elaborado a partir dos elementos semelhantes das histórias de fundação narradas pelos sujeitos da pesquisa na base elaborada por Campbell (2007) das etapas do monomito descritas na sua obra *O herói de mil faces* (2007).

Assim, observamos que esse percurso padrão da aventura mitológica do herói ocorreu na Parente no momento de sua fundação. E essa história, que é contínua e solenemente contada pelos familiares e funcionários da empresa familiar, torna o mito fundador vivo, o qual é

revivido e vivificado através dos rituais. Também observamos que todos esses elementos desaguam e, ao mesmo tempo, são originados a partir de um centro.

Esse aspecto de eixo nos mitos de criação, para Franz (2003), está relacionado à cosmogonia e ao desenvolvimento de “(...) um centro que é o umbigo do mundo e em torno do qual tudo o mais se concentra, (...) é uma nova ordem, um novo cosmo, estabelecido desde esse centro.” (p.28). Da mesma forma, Campbell (2007) também considerou esse aspecto do centro do mundo sob uma ótica semelhante: também associou essa ideia de chegada ao âmago, um resultado de uma bem exitosa jornada. Segundo o mitólogo, “O efeito da aventura bem-sucedida do herói é a abertura e a liberação do fluxo da vida no corpo do mundo” (p. 43).

Assim como está descrito na trajetória comum a todas as jornadas míticas, chegamos ao elemento central de nosso estudo: o desvelamento do mito fundador da Parente, que resplandece na figura revestida de numinosidade do Senhor Inácio Gomes Parente: o criador de um legado.

7.1 O nascimento de um mito: a jornada de Inácio Gomes Parente

Nesse tópico abordaremos a história do fundador da Parente, a figura mítica do organizador de um caos para a produção de um microcosmos, e o herói que vivenciou uma jornada interna, psíquica e na sua vida material e social para criar uma empresa familiar.



Figura 15. Foto do Senhor Inácio

Fonte: recorte de jornal. Material que pertence ao arquivo da Parente, cedido à pesquisa em 2020.

Relatamos a seguir a história mítica do Senhor Inácio, intitulada: “O nascimento de um mito: a jornada de Inácio Gomes Parente”.

Foi do ventre do sertão que nasceu Inácio Gomes Parente. Mal criara força nas pernas, viveu o golpe de perder o pai. Morava numa fazenda e essa foi a sua primeira peregrinação: ainda menino, foi desbravar o mundo longe do campo. Fez da dor força, e ainda menino deixou sua casa para estudar e trabalhar. A semente desse espírito de lutar pela sobrevivência foi plantada. E durante toda a sua trajetória de vida foi cultivada com afinco. Essa grande mudança foi sua inspiração para outra peregrinação maior: agora estava pronto para começar a vida na capital. Já quase homem feito, mudou-se para um lugar cheio de oportunidades, mas também muito desafiador. Se teve medo, não demonstrou. Como um soldado, de pronto se colocou para

lutar as batalhas da vida. Suas lutas não foram solitárias. Como guias em seu caminho, seus ancestrais estavam presentes. E por um deles foi acolhido. Sob as bênçãos de um de desses ancestrais, que reconhecia e apoiava sua veia de comerciante, começou a construir em seus sonhos o seu negócio próprio. A vida não apenas lhe trouxe perdas e desafios. Ela também o presenteou com um grande amor. E juntos, sete frutos geraram.

Perseguidor de seus sonhos, abriu seu comércio no Centro da capital, onde filhos e parentes trabalharam para manter e fazer crescer o vanguardista comércio de revelação fotográfica e miudezas.

Não apenas cresceu como comerciante, como participou da vida política da cidade e deixou sua marca na sociedade. Também, de forma prematura, partiu. Mas deixou sua herança, que há mais de cem anos é mantida por seus descendentes.

Atentamos que essa jornada, mesmo velada – pois a única referência feita ao Senhor Inácio está vinculada ao fato de ser nomeado como o responsável pela fundação da Parente – se apresentou como uma pedra fundamental para a construção da cultura organizacional dessa empresa familiar centenária. Além disso testemunhamos nessa cultura a força e a vida do seu fundador, que, por meio de seus descendentes, permanece como mito fundador e continua com sua existência sendo perpetuada através do seu legado.

Os atuais guardiões desse legado permanecem com o reconhecimento e a admiração: o Senhor Inácio, o bisavô, que muito se fez presente no avô, Seu Inácio, e que, posteriormente, foi representado pela mãe.

Essas figuras continuam sendo fonte de inspiração para seus descendentes, que permanecem se transformando em empresários de visão vanguardista, mantendo o crescimento do negócio, honrando o nome “Parente” através da manutenção dos valores da ética, família e compromisso, além de permanecerem como cidadãos ativos na construção social da cidade de Fortaleza.

Outro ponto que constatamos em relação ao reflexo da figura do fundador foi que essa cultura organizacional apresentou um alcance para além da família e dos agentes envolvidos com o negócio. Essa marca de tradição, qualidade e família chegou na sociedade e deixou seu registro na história da cidade de Fortaleza. Tal fato se deu pois o Senhor Inácio, devido à sua personalidade de destaque como empresário e político, não permaneceu apenas como referência para a sua família. Foi além: uma vez que seus vínculos foram construídos com clientes, funcionários e fornecedores, por conta do seu comércio, juntamente com sua participação ativa na sociedade, deixou sua marca como empresário e cidadão participativo na construção social.

Após realizarmos a apresentação da jornada heroica, chegamos em um ponto da trajetória do estudo que nos convoca uma pequena revisão dos conteúdos: iniciamos com o contexto e os aspectos introdutórios; seguimos para a metodologia. Posteriormente discorremos sobre o embasamento teórico do mito fundador. E passamos às discussões dos elementos do mito fundador encontrados na Parente – símbolos, rituais e a jornada heroica. Expusemos o desvelamento do mito fundador da Parente e dos apontamentos que se refletem a partir da figura mítica do Senhor Inácio, que está presente e compõe esse núcleo criador e mantenedor de uma cultura organizacional centenária. Seguimos então com o percurso desse estudo, para as considerações finais.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentamos nessa seção a finalização desta jornada de investigação em busca do mito fundador da Parente. Buscamos identificar o mito fundador como um dos elementos nucleares da origem dessa empresa familiar, uma empresa centenária que cresceu mantendo seu *core* e valores do fundador, que foram passados de uma geração a outra.

Este estudo de natureza qualitativa, do tipo descritivo, exploratório e com foco etnográfico, cujo objetivo geral foi: desvelar, a partir das narrativas de fundação, símbolos e rituais, o mito fundador da empresa familiar, nos trouxe como objetivos específicos: a) apontar os símbolos presentes nos espaços, objetos e narrativas relacionados ao mito fundador da empresa familiar; b) apresentar os rituais presentes na cultura organizacional da empresa familiar, que se relacionam ao mito fundador; e c) Descrever a jornada do herói do fundador, com inspiração na teoria do monomito de Campbell, a partir das narrativas de fundação da empresa familiar. Entendemos que esses objetivos específicos nos encaminharam para o desvelamento do mito fundador na empresa familiar.

Assim, apresentamos os pressupostos deste estudo: o mito fundador na empresa familiar se manifesta através das narrativas sobre a fundação, rituais, espaços e objetos simbólicos. O segundo pressuposto apontou que as narrativas dos familiares e profissionais da empresa familiar estão atravessadas por valores pessoais e valores organizacionais. No terceiro pressuposto trouxemos a figura do fundador como protagonista de uma jornada heroica para a formação de uma cultura. Os três pressupostos dessa pesquisa foram contemplados e descritos na trajetória desse estudo e no compilado dos resultados que segue.

A partir das narrativas de fundação e de alguns outros elementos virtuais de uma análise documental, encontramos os símbolos, que, em sua forma subjetiva, são considerados valores. Esses elementos estão fortemente presentes na Parente. Tais valores são parâmetros para a tomada de decisões e soluções de crises que possam ameaçar a continuidade do negócio. Os

valores como família, justiça, compromisso e ética foram os mais citados pelos narradores dessa pesquisa. Outra questão sobre os valores foi a relação harmônica entre os que são encontrados na organização e os valores pessoais e que pertencem aos sujeitos da pesquisa.

Além dos valores como aspecto subjetivo dos símbolos, encontramos, nos espaços de memória, a perspectiva concreta de manifestação dessa ponte entre o tangível e as emoções. Durante as observações foram encontrados objetos e estruturas que remontam ao passado. As lojas mantiveram o *layout* do período da existência da loja de departamento, quando Seu Inácio Parente Filho promoveu a ampliação do negócio, criando uma loja de departamentos e ofertando uma grande diversidade de produtos. Essa foi uma inovadora e ousada estratégia que marcou a atuação da quarta geração.

Outro ponto que aqui destacamos é sobre a sacralidade presente nos símbolos da Parente. Observamos que tal elemento faz parte da cosmogênese e confere ao mito fundador o aspecto do numinoso, uma perspectiva bastante estudada pela psicologia junguiana.

Aqui ressaltamos a relevância desse estudo, por proporcionar um diálogo entre a psicologia organizacional e a psicologia junguiana. Como um resgate do pensamento mítico, essa pesquisa demonstrou a necessidade de um olhar verdadeiramente psicológico na cultura organizacional, um ambiente onde, além de lidar com profissionais, é preciso ter claro o fato de que se lida com um grupo de seres humanos, suas emoções, seus humores e seus inconscientes, pois são essas pessoas e suas histórias que alimentam, mantêm ou destroem uma cultura organizacional.

Outro ponto sobre a relevância dessa pesquisa se trata da ruptura na forma de compreender e trabalhar a psicologia nas organizações, pois não segue as hegemonias da repetição das teorias administrativas. E sim trata do gerenciamento da cultura através do resgate do pensamento mítico e suas influências na construção da psique do sujeito, ainda que este

esteja em ambiente de trabalho. Esse estudo, portanto, abre possibilidades para novas formas de atuação do psicólogo nas organizações.

Observamos outro ponto de destaque na Parente: um clima organizacional harmônico e de respeito às pessoas. Mesmo com uma rotina de grande empresa – pois possui uma operação robusta, com dez lojas para abastecimento – o ambiente é familiar, com poucas formalidades e com respeito às diferenças, uma vez que o entendimento comum visa a promover um ambiente saudável de convivência. Nessa empresa, os afetos encontram liberdade para serem manifestados em um ambiente que é acolhedor sem perder o foco no compromisso de entregas com qualidade.

Outro elemento encontrado foram os rituais da Parente. A partir das narrativas, conseguimos identificar quatro rituais que ocorrem na empresa: o cumprimento aos funcionários com um caloroso aperto de mão; o trabalho dos familiares; a festa de final de ano; e a participação nas transformações da sociedade.

O primeiro rito trata do reconhecimento pelo trabalho dos funcionários através de um cumprimento pessoal do dono com um caloroso aperto de mão. Esse rito, que pode parecer corriqueiro, envolve muitos significados, como um ato que exprime um agradecimento e reconhecimento pelo trabalho. Porém, esse mesmo rito foi apontado pelos sujeitos da pesquisa, os que são membros da diretoria, como um grande desafio para a atualidade, pois são dez lojas. Mas todos reconheceram a importância e a necessidade de sua manutenção. Para tal, o transformaram em uma espécie de *tour* anual, realizado no período das festas de final de ano. Uma atitude bastante valorizada pelos funcionários.

Outro ritual foi o da celebração do Natal, um grande evento para reunir os funcionários, seus familiares e a diretoria e parentes. Observamos que existe uma ligação às questões religiosas da crença católica em torno da importância da celebração. Esse ritual também foi

considerado como uma oportunidade de poder reunir e fortalecer o vínculo de família na empresa.

Os próximos dois rituais que foram encontrados estão relacionados à formação de sucessores para a manutenção dos negócios da família. O primeiro deles diz respeito ao percurso de trabalho em todas as áreas da empresa, que é vivenciado pelos membros da família. Já o segundo ritual observado foi o da participação nas transformações da sociedade, algo que também veio da primeira geração. Isso porque a visão empreendedora do Senhor Inácio, o pai, não apareceu apenas nos negócios. Se apresentou em termos de cidadania, uma postura que iniciou com a primeira geração e foi ampliada pela segunda. Já na terceira não foi tão priorizada. Porém, na quarta vem sendo retomada.

Através dos indicadores de etnicidade que foram propostos por Baztán (2004) pudemos identificar as três formas que o mito fundador se apresenta: através do símbolo, como ponte entre o tangível e as emoções; dos rituais, que atualizaram a potência criadora e, dessa forma, auxiliam na manutenção da cultura; e, finalmente, a jornada do herói do fundador, descrita através dos ciclos que levaram à construção de uma empresa familiar centenária.

Inferimos que estes elementos que encontramos no mito fundador da cultura da Parente estão associados aos aspectos intangíveis – estes relacionados ao numinoso que está presente na aura mítica que envolve o líder protagonista da fundação da empresa familiar – com os aspectos psicológicos que envolvem o grupo de pessoas, que na atualidade, mantém a identidade cultural da Parente.

Também inferimos que os elementos da jornada heroica, dos símbolos e dos rituais que estão presentes no mito fundador das empresas familiares são desvelados na Parente através da jornada heroica individual do senhor Inácio Parente para a fundação de um negócio e de uma cultura – uma narrativa que foi contada e recontada pela família e pelos funcionários mais antigos. Nessa jornada, um homem superou suas próprias limitações, morreu como homem e

renasceu como um ser universal. E esse homem se tornou detentor de um aprendizado que foi utilizado para o crescimento da humanidade e que permaneceu a ser transmitido entre as gerações.

Outra inferência que fazemos é a de que o mito fundador na Parente foi um elemento organizador, pois ele reavivou a lembrança da potência de criação. Ao ter sistematizado tarefas, comunicado as regras e compartilhado os afetos, o Senhor Inácio criou uma cultura forte e longeva. Nesse mesmo processo, além da criação, observamos o trabalho de manutenção da cultura organizacional, pois, com a ativação da memória dos envolvidos frente às suas referências simbólicas dos valores presentes na cultura da empresa e que também estão presentes de forma individual nas pessoas que fazem parte da organização, temos um processo que alimenta a projeção para a inovação no imaginário coletivo. Afinal, a vanguarda é marca presente no fundador e nas gerações futuras.

Em relação aos nomes, trouxemos duas inferências: a primeira, em que apontamos para a jornada na condição de uma narrativa continuada – a história do primeiro Inácio Parente, o fundador, não encerrou com sua morte. E seu filho de mesmo nome, Inácio Parente, continuou o legado não apenas mantendo a pequena loja do Centro da cidade, mas transformando-a num grande magazine com inúmeros departamentos; de um sobrado para um prédio inteiro.

A segunda consideração que apontamos acerca do nome relacionou-se ao “tradicional valor de família” e da sua presença sustentadora. Afinal, o sobrenome “Parente” nos remete à família. E esta presença familiar passa pelas gerações dos membros com laços consanguíneos, dos funcionários, dos fornecedores e dos consumidores.

Também fomos convocados a relatar os limites dessa pesquisa. O tempo foi um fator extremamente presente e limitante. Devido à pandemia, que ainda está acontecendo, os prazos foram comprometidos e reduzidos a partir da entrada em campo até a finalização desse estudo.

Além dos limites, elaboramos algumas hipóteses para essa pesquisa, que buscou, desde o seu início, o aspecto cosmogônico. E como tal, manteve-se ocupando esse lugar. Assim sendo, apresentamos algumas sugestões para estudos futuros: a primeira dessas hipóteses, é a de que o mito fundador possui influência em relação à longevidade da organização. A segunda hipótese elaborada foi a de que os rituais, quando produzidos pelo fundador da organização, apresentam maior poder diante dos membros do grupo que formam uma cultura do que outros rituais criados pelos outros membros que formam a contracultura. A terceira hipótese foi a de que os símbolos subjetivos que aparecem como valores nas organizações são mais fortes quando também estão presentes na cultura macro da sociedade à qual essa organização pertence.

Também foi apresentada, através desse estudo, a construção de uma ponte sobre as barreiras de paradigmas ainda vigentes no mundo científico. Esse estudo foi mais uma das muitas produções, que não deixam de ser militantes, acerca da contemplação da temática da superação da dualidade do pensamento ocidental e seu despertar para uma terceira via de elaboração de saberes, como a que está presente no mito fundador.

Destaco também que o que me surpreendeu nesse estudo foi entrar em contato com o mito vivo no repertório do cotidiano de uma organização e poder observar, na realidade, toda a teoria mítica que envolve a criação de um microcosmo. O espírito do fundador da Parente estava tão fortemente presente, que praticamente se materializava para poder ser tocado. Outra grata surpresa foi acompanhar a vivência dos funcionários e familiares de uma empresa centenária no movimento de retorno às origens, como um sistema de manutenção de uma cultura, e perceber não apenas a potência criativa que afeta a todos, mas também a característica organizadora e gerenciadora implícita que está presente e que flui, proporcionando a facilitação das relações de poder na Parente.

Por fim, afirmo que esse estudo também representou o fechamento de um ciclo de aprendizados para a minha vida pessoal e acadêmica. Como em um ritual de passagem, encerrei

um momento sagrado da composição da minha flor da vida, um símbolo que, para mim, representa a reunião harmônica dos diversos *ouroboros*⁴ que vivemos na nossa caminhada terrena de experiências. A minha trajetória de vida atravessou todos os momentos da construção desse projeto e está presente em todos os conhecimentos que aqui foram contemplados. Cheguei, portanto, ao final de uma das muitas jornadas que me desafiei a realizar. E essa dissertação se transformou no resultado escrito dos meus aprendizados adquiridos durante a minha saga do mestrado, uma autêntica e verdadeira jornada heroica.

⁴ *Ouroboros*: uma representação alquímica dos ciclos encontrados na natureza e na vida dos seres humanos, geralmente representado por uma cobra que morde o próprio rabo.

REFERÊNCIAS

- Barcellos, G. (2019). *Mitologias arquetípicas*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Baztán, A. A. (2004). *La cultura de las organizaciones*. Barcelona: Editora Ariel.
- Baztán, A., & Martins, J. C. (2014). *A pesquisa qualitativa de enfoque etnográfico*. Coimbra: Grácio Editor.
- Báztan, A. A. (2018). *Diccionario temático de Antropología cultural*. Madrid: Ediberun.
- Benjamin, W. (1996). O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In W. Benjamin. *Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura*. (pp. 197 – 221). São Paulo: Editora Brasiliense
- Campbell, J. (1990). *O poder do mito: com Bill Moyers*. São Paulo: Palas Athena.
- Campbell, J. (1992). *As máscaras de Deus: Mitologia primitiva*. São Paulo: Palas Athena.
- Campbell, J. (2002a). *Isto és tu*. São Paulo: Landy.
- Campbell, J. (2002b). *Mitologia na vida moderna*. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos.
- Campbell, J. (2007). *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento.
- Campbell, J. (2008). *Mito e transformação*. São Paulo: Ágora.
- Campbell, J. (2015a). *Deusas: os mistérios do divino feminino*. São Paulo: Palas Athena.
- Campbell, J. (2015b). *As transformações do mito através do tempo*. São Paulo: Cultrix.
- Casa Parente (2020). Disponível em: <https://casaparente.com.br/> Acesso: em 07/05/2020.
- Cassier, E. (2013). *Linguagem e mito*. São Paulo: Perspectiva.
- Chauí, M. (2000). *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1998). *Feitas para durar: práticas bem-sucedidas de empresas visionárias*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Durand, G. (2004). O retorno do mito: introdução à mitologia. Mitos e sociedade. *Revista Famecos*, 11(23), 7-22.

- Durand, G. (2014). *O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosófica da imagem*. Rio de Janeiro: DIFEL
- Eliade, M. (1991). *Imagens e símbolos: ensaio sobre o simbolismo mágico religioso*. São Paulo: Martins Fontes.
- Eliade, M. (1992). *Mito do eterno retorno*. São Paulo: Mercuryu.
- Eliade, M. (2016). *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva.
- Eliade, M. (2018). *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes.
- Franz, M. L. V. (2003). *Mitos de criação*. São Paulo: Paulus.
- Franz, M. L. V. (2018). *A busca do sentido*. São Paulo: Paulus.
- Gil, A. C. (2002) *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Hollis, J. (2017). *Assombrações: dissipando os fantasmas que dirigem nossas vidas*. São Paulo: Paulus
- Jacobi, J. (2016). *Complexo, arquétipo e símbolo na psicologia de C. J. Jung*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Jaffé, A. (1983). *O mito do significado: na obra de C. G. Jung*. São Paulo: Cultrix.
- Jung, C. (2017). *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Harper Collins.
- Kast, V. (2017). *Sísifo: vida, morte e renascimento através do arquétipo da repetição infinita*. São Paulo: Cultrix.
- Keleman, S. (1999). *Mito e corpo: uma conversa com Joseph Campbell*. São Paulo: Summus.
- Krom, M. (2000). *Famílias e mitos: prevenção e terapia: resgatando histórias*. São Paulo: Summus.
- Krom, M. (2016). *Desvendando mitos: o uso de uma leitura evolutiva e instrumental mítica*. Belo Horizonte: Artesã

- Martins, J. C. (2008). Educação para o ócio no trabalho: potencializando sujeitos para a vida. In M. C. Cabeza, & J. C. de O. Martins (Orgs.). *Ócio para viver no século XXI* (pp. 219–248). Fortaleza: Editora As Musas.
- Müller, L. (2017). *O herói: a verdadeira jornada do herói e o caminho da individuação*. São Paulo: Cultrix.
- Penna, E. M. D. (2013). *Epistemologia e método na obra de C. G. Jung*. São Paulo: EDUC – Editora da PUC-SP
- Rank, O. (2015). *O mito do nascimento do herói: uma interpretação psicológica dos mitos*. São Paulo: Cienbook.
- Ruthven, K. K. (2010). *O mito*. São Paulo: Perspectiva.
- Salis, V. D. (2003). *Mitologia viva: aprendendo com os deuses a arte de viver e amar*. São Paulo: Nova Alexandria.
- Scharmer, C. O. (2019). *Teoria U: como liderar pela percepção e realização do futuro emergente*. Rio de Janeiro: Alta Books.
- Senge, P., Scharmer, C. O., Jaworski, J., & Flowers, B. S. (2007). *Presença: propósito humano e o campo do futuro*. São Paulo: Cultrix.
- Sociedade Brasileira de Infectologia [SBI]. (2020 jun 19). Recuperado de: https://www.infectologia.org.br/admin/zcloud/principal/2020/03/Coronavirus_P&R_24-01.pdf
- Strauss, C. L. (2018). *Mito e significado*. Lisboa: Edições 70.
- Ziemer, R. (1996). *Mitos Organizacionais: o poder invisível na vida das empresas*. São Paulo: Atlas.
- Zimmer, H. (1988). *A conquista psicológica do mal*. São Paulo: Palas Athena.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TÍTULO DA PESQUISA: Cosmogonias na empresa familiar: um estudo etnográfico em Fortaleza-CE

NOME DO PESQUISADOR: Raphaella Paiva Cardoso.

ENDEREÇO: Rua Pereira de Miranda, 555. Torre 03. Apto 164. Papicu. Fortaleza-CE.

TELEFONE: (85) 98682-5401

Prezado(a) Participante,

Você está sendo convidado(a) a participar desta pesquisa, desenvolvida por Raphaella Paiva Cardoso – ALUNO DE PÓS GRADUAÇÃO que irá investigar a história da fundação da empresa familiar, os lugares, objetos, valores e comportamentos que lembram o fundador do negócio. Nós estamos desenvolvendo esta pesquisa porque queremos saber de que forma a imagem do fundador, sua personalidade, valores e costumes se apresenta na história da fundação da empresa familiar, nos espaços, objetos, nas festas e hábitos dos trabalhadores, familiares e líderes que atuam no negócio.

1. POR QUE ESTOU SENDO CONVIDADO A PARTICIPAR?

O pesquisador foi informado que o seu conhecimento sobre a história da fundação da empresa e sua relação com os familiares é adequado aos objetivos desta pesquisa: compreender onde estão presentes valores, comportamentos e memórias do fundador da empresa familiar. Além disso, você está sendo convidado para participar desta entrevista porque seu tempo de trabalho na empresa familiar interessa a este estudo.

2. COMO SERÁ A MINHA PARTICIPAÇÃO?

Ao participar desta pesquisa, a sua valiosa colaboração será responder a uma entrevista contendo algumas perguntas sobre seu conhecimento da história de fundação da empresa

familiar e memórias sobre os familiares. A entrevista poderá ser gravada e terá a duração que você e o pesquisador julgarem necessária para abordar as questões da pesquisa. A sua colaboração é muito importante para este estudo.

A sua participação é voluntária, isto é, ela não é obrigatória, e você tem plena autonomia e liberdade para decidir se quer ou não participar. Você pode desistir da sua participação a qualquer momento, mesmo após ter iniciado a entrevista, sem nenhum prejuízo para você. Não haverá nenhuma penalização caso você decida não participar ou desistir de sua participação no decorrer da pesquisa. A qualquer momento, durante a pesquisa ou posteriormente, você poderá solicitar do pesquisador informações sobre sua participação ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste Termo.

3. QUEM SABE QUE EU ESTOU PARTICIPANDO?

Somente o pesquisador responsável e seu orientador saberão que você está participando desta pesquisa. Entretanto, caso você deseje que o seu nome / seu rosto / sua voz ou o nome da sua instituição conste no trabalho final, nós respeitaremos sua decisão. Basta que você marque ao final deste termo a sua opção.

4. GARANTIA DE CONFIDENCIALIDADE E PRIVACIDADE

Todos os dados e informações que você fornecer serão guardados de forma sigilosa. Garantimos a confidencialidade e a privacidade dos seus dados e das suas informações. Tudo que o(a) Sr.(a) fornecer será utilizado somente para esta pesquisa. Além disso, a entrevista apenas será gravada se houver a sua autorização, sendo importante a gravação para a fidedignidade do discurso. O material da pesquisa, com os seus dados e informações, será armazenado em local seguro e guardado em arquivo por, pelo menos, cinco anos após o término da pesquisa. Qualquer dado que possa identificá-lo será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa. Caso você

autorize que sua voz seja publicada, teremos o cuidado de anonimizá-la, ou seja, sua voz ficará diferente e ninguém saberá que é sua. Caso você autorize que sua imagem seja publicada, teremos o cuidado de anonimizá-la, ou seja, seu rosto ficará desfocado.

5. EXISTE ALGUM RISCO SE EU PARTICIPAR?

Os procedimentos utilizados nesta pesquisa apresentam um risco mínimo para o participante. Ocasionalmente, durante a entrevista, o(a) senhor(a) poderá lembrar ou sentir algo que gere emoção. Se isso proporcionar desconforto, a entrevista será interrompida imediatamente, sendo continuada em outro momento ou, se o(a) senhor(a) preferir, será interrompida a sua participação na pesquisa.

6. EXISTE ALGUM BENEFÍCIO SE EU PARTICIPAR?

Os benefícios esperados com a pesquisa são no sentido de criar oportunidade para o participante falar sobre a sua relação com a história da organização familiar em que atua e oportunidade de fortalecer os laços emocionais em seu ambiente de trabalho.

7. FORMAS DE ASSISTÊNCIA

Caso haja algum desconforto emocional e necessite de assistência, o(a) senhor(a) será encaminhado(a) pelo pesquisador ao Serviço de Psicologia Aplicada (SPA), no segundo andar do Núcleo de Atenção Médica Integrada (NAMI) da Universidade de Fortaleza, localizado na Rua Desembargador Floriano Benevides, 221- Bairro Edson Queiroz. CEP: 60811-905. Telefone para contato: (85)34773644. No SPA, o participante receberá assistência no Plantão Psicológico, caracterizado por oferecer de quatro a seis atendimentos de caráter emergencial, gratuitos e por ordem de chegada. Se houver necessidade, o(a) senhor(a) será encaminhado(a) para o atendimento psicoterápico individual no mesmo local. O Plantão funciona de 14 às 17 horas, todas as terças, quartas e quintas-feiras.

8. RESSARCIMENTO DAS DESPESAS

Caso o(a) senhor(a) aceite participar da pesquisa, não receberá nenhuma compensação financeira.

9. ESCLARECIMENTOS

Será concedida a garantia de esclarecimentos sobre a metodologia da pesquisa, antes e durante o curso da mesma. O estudo será orientado pelo prof. Dr. José Clerton de Oliveira Martins, professor titular da Universidade de Fortaleza.

Em caso de esclarecimentos, favor entrar em contato com o(a) pesquisador(a) responsável, Raphaella Paiva Cardoso, entre 10h e 21h, no seguinte endereço: Rua Pereira de Miranda, 555 – Torre 03. Apto 164. Papicu. Fortaleza CE. CEP: 60175-045. Fone (85) 9.8682-5401. E-mail: raphaellap@hotmail.com

Se o(a) senhor(a) desejar obter informações sobre os seus direitos e os aspectos éticos envolvidos na pesquisa, poderá consultar o Comitê de Ética da Universidade de Fortaleza. O Comitê de Ética tem como finalidade defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade, e tem o papel de avaliar e monitorar o andamento do projeto, de modo que a pesquisa respeite os princípios éticos de proteção aos direitos humanos, da dignidade, da autonomia, da não maleficência, da confidencialidade e da privacidade.

Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da Universidade de Fortaleza – COÉTICA:
Av. Washington Soares, 1321, Bloco da Reitoria, Sala da Vice-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, 1º andar - Bairro Edson Queiroz, CEP 60811-341, Fortaleza/CE. Horário de Funcionamento: 08:00hs às 12:00hs e 13:30hs às 18:00hs. Telefone: (85) 3477-3122.

10. CONCORDÂNCIA NA PARTICIPAÇÃO

Se o(a) Sr.(a) estiver de acordo em participar da pesquisa, deve preencher e assinar este documento, que será elaborado em duas vias: uma via deste Termo ficará com o(a) senhor(a) e a outra ficará com o pesquisador.

O participante de pesquisa ou seu representante legal, quando for o caso, deve rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE, assinando na última página deste Termo.

O pesquisador responsável deve, da mesma forma, rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE, assinando na última página deste Termo.

11. USO DE VOZ E/OU IMAGEM

Caso o(a) senhor(a) deseje que seu nome, seu rosto, sua voz ou o nome da instituição que frequenta apareça nos resultados da pesquisa, sem serem anonimizados, marque um dos itens abaixo.

____ Eu desejo que o meu nome conste do trabalho final.

____ Eu desejo que o meu rosto/face conste do trabalho final.

____ Eu desejo que a minha voz conste do trabalho final.

____ Eu desejo que o nome da instituição que frequento conste no trabalho final.

12. CONSENTIMENTO

Pelo presente instrumento que atende às exigências legais, o(a) Sr. (a) _____, portador(a) da cédula de identidade _____, declara que, após leitura minuciosa do TCLE, teve oportunidade de fazer perguntas e esclarecer dúvidas que foram devidamente explicadas

pelos pesquisadores. Ciente dos serviços e procedimentos aos quais será submetido, e não restando quaisquer dúvidas a respeito do lido e explicado, firma seu CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO em participar voluntariamente desta pesquisa.

E, por estar de acordo, assina o presente termo.

Fortaleza, _____ de _____ de _____.

Assinatura do participante ou representante legal

Assinatura do pesquisador

Impressão dactiloscópica

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA



UNIVERSIDADE DE
FORTALEZA (UNIFOR)/
FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Cosmogonias na empresa familiar: um estudo etnográfico em Fortaleza-CE

Pesquisador: RAPHAELLA PAIVA CARDOSO

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 30680420.4.0000.5052

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.028.484

Apresentação do Projeto:

Nossa construção enquanto seres humanos nos leva a buscar um propósito de unidade, de metafísico, de sagrado, que nos orienta e é referência para nosso caminho. Somos uma sequência de jornadas heróicas que são ciclos que iniciam e se encerram agregando no nosso espiral evolutivo conhecimento e realizações. Construções, símbolos e rituais que deixamos na nossa cultura para que nossos descendentes possam usufruir e perpetuar, da mesma forma como fizemos com nossos ancestrais. Na contemporaneidade, vivemos um momento de pressa, hegemonias, discursos de poder, manipulação e esvaziamento do simbólico, gerando sujeitos superficiais, voltados ao consumo e com baixa criticidade. Observamos que a humanidade na atualidade, se depara com a "(...) dessacralização (...), por essa razão, sente uma dificuldade cada vez maior em reencontrar as dimensões existenciais do homem religioso das sociedades arcaicas" (Eliade, 2018, p. 19). O ser humano, que no século XIX no Ocidente, buscou sobrepujar o simbolismo arcaico dos mitos, trazendo o paradigma positivista como luz para a escuridão do mistério que envolvem as narrativas mitológicas, se encontra na atualidade no meio de um movimento de remitologização, presente nos romances, arte e na física quântica. (Durand,

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br



UNIVERSIDADE DE
FORTALEZA (UNIFOR)/
FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



Continuação do Parecer: 4.028.484

2004). Esse movimento ocorre junto ao crescente interesse em subverter as epistemologias clássicas e assim trazer de volta a mitologia, os aspectos subjetivos, simbólicos e inconscientes para uma compreensão mais ampla de si mesmo. A ciência contemporânea se dirige para a superação do paradigma cientificista. Santos (2018), na sua obra onde trata acerca do ele denominou de paradigma emergente. Onde o conhecimento é total, não há necessidade de especializações e que a parte contém o todo. Promove a transdisciplinaridade e propõe a transgressão metodológica da escrita científica, pois o objetivo é buscar expressar o fenômeno da forma mais próxima de como ele se apresenta na realidade; permitir a livre expressão e criatividade do cientista. Os movimentos de retorno à mitologia, foram realizados em diferentes momentos históricos para atender a diferentes formas de enfrentamento. Desde uma postura iconoclasta para idealizar uma figura dominadora de poder – de onde surgiram organizações totalizantes e disciplinares. Passando à tentativa de “desmitologização” presente no paradigma cartesiano – com o excesso de cientificidade e especialização ao ponto de se chegar ao vazio. Finalmente ao retorno da mitologia, onde com o auxílio dos mitos arcaicos muitas teorias buscaram sustentação – a física quântica coleciona grandes expoentes e pensadores que trouxeram dos mitos as referências para o desenvolvimento de suas teorias (Durand,2004).Os mitos estão presentes em todas as produções humanas. Desde o relato de si mesmo, como na construção de teorias acerca da natureza que o cerca, o ser humano carrega o elemento mítico, explícito ou não, que sustenta seu saber. De espinha dorsal de relatos históricos acerca de fundação de um povo ou nação, até sua utilização como arma de controle ideológico em regimes ditatoriais, o mito se configura como uma das pedras fundamentais na constituição da essência humana. Tal essência que propiciam construções que podem ser psíquicas (que produzem valores que orientam, condutas e comportamentos) ou físicas (que produzem estruturas que abrigam e formam espaços construídos para as sociedades), ambas construções são resultados de uma jornada cujas etapas formam uma estrada a ser percorrida para a conquista do conhecimento do nosso propósito de existência e da nossa ideia de

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br



UNIVERSIDADE DE
FORTALEZA (UNIFOR)/
FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



Continuação do Parecer: 4.028.484

destino enquanto humanidade. Essa estrada nos faz ser e produzir saber, cultura, monumentos, tecnologia, serviços, ferramentas, negócios etc. Enquanto construções físicas, as empresas familiares são organizações que carregam no seu interior: histórias, vivências e desafios.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Desvelar a partir das narrativas de fundação, símbolos e rituais, o mito fundador da empresa familiar.

Objetivo Secundário:

•Apontar os símbolos presentes nos espaços, objetos e narrativas relacionados ao mito fundador da empresa familiar. •Apresentar os rituais presentes na cultura organizacional da empresa familiar, que se relacionam com mito fundador. •Descrever a jornada do herói do fundador com inspiração na teoria do monomito de Campbell, a partir das narrativas de fundação da empresa familiar.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

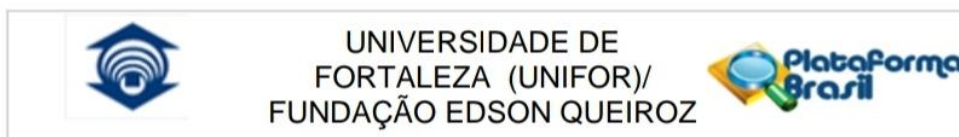
Riscos:

Ressalta-se que, de acordo com a Resolução do Conselho Nacional de Saúde 466/12, toda pesquisa com seres humanos envolve riscos, de acordo com o item "II.22": "risco da pesquisa - possibilidade de danos à dimensão física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do ser humano, em qualquer pesquisa e dela decorrente". Considerando os aspectos éticos referentes a pesquisas que envolvem seres humanos, o projeto desta dissertação fora submetido ao Comitê de Ética da Universidade de Fortaleza (Coética Unifor), obtendo parecer favorável de número (a definir).

Destacamos que foram explicitados aos participantes os objetivos da pesquisa e os aspectos éticos envolvidos. O pesquisador estará à disposição dos participantes para tirar dúvidas que porventura surgissem sobre a condução da pesquisa. Além disso, será solicitado que os participantes lessem e assinassem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE, Resolução no 466/12) disponibilizado a eles antes das entrevistas.

Todas as ilustrações presentes neste texto (figura, tabelas e quadros) contêm dados que foram extraídos da pesquisa em si.

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br



Continuação do Parecer: 4.028.484

O(s) procedimento(s) utilizado(s) na pesquisa, apresentam um risco mínimo para o participante. Ressalta-se que toda pesquisa em seres humanos envolve riscos; não existe pesquisa sem risco. Nesta pesquisa, poderemos ter riscos de constrangimentos durante a entrevista ou uma observação e risco de dano emocional, por lembranças. Ocasionalmente, durante a entrevista, o entrevistado, poderá lembrar ou sentir algo que gere emoção, e isso pode proporcionar desconforto, esse risco será reduzido pela interrupção imediata da entrevista, sendo continuada em outro momento ou, se o entrevistado preferir, será interrompida a sua participação na pesquisa.

Benefícios:

Ressalta-se que a Resolução do Conselho Nacional de Saúde 466/12 define benefícios, no item "II.4 - benefícios da pesquisa - proveito direto ou indireto, imediato ou posterior, auferido pelo participante e/ou sua comunidade em decorrência de sua participação na pesquisa;".

Os benefícios esperados com a pesquisa são no sentido de criar oportunidade para o participante falar sobre a sua relação com a história da organização familiar em que atua e oportunidade de fortalecer os laços emocionais em seu ambiente de trabalho. Tais benefícios serão revertidos aos participantes de acordo com seu envolvimento podendo ser diretos, indiretos, imediatos ou tardios, dependendo da individualidade e subjetividade de cada participante.

Outros forma de benefício, seria a busca por uma contribuição efetiva para o meio social e para as questões acadêmicas são quesitos que mobilizam o esforço de pesquisa e construção de um saber acerca do mito fundador, seus símbolos, rituais e jornada do herói do precursor, elementos presentes nas narrativas sobre a fundação das empresas familiares. Para a sociedade, a possibilidade de uma construção de ferramentas para a prática organizacional, pois dentre as práticas gerenciais que vêm se utilizando na gestão de pessoas, apontamos o gerenciamento da cultura como uma forma de trabalhar junto aos membros do grupo, sentimentos e significados aderentes a cultura organizacional ao qual pertencem, tais aspectos, atravessados por conteúdos conscientes e inconscientes, encontram no mito fundador, que estão presente nas narrativas cosmogônicas

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br



UNIVERSIDADE DE
FORTALEZA (UNIFOR)/
FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



Continuação do Parecer: 4.028.484

da empresa familiar, a sua manifestação. Para a academia, por se tratar de um estudo que envolve a transdisciplinaridade, onde a reunião de várias lentes permite a elaboração de metodologias de pesquisa e teorias que abarquem os desafios de observar e conceituar os objetos de estudo cada vez mais complexos presentes na atualidade como o mito fundador, apresenta, a partir dessa perspectiva, alinhamento com as pesquisas do paradigma emergente que passa cada vez mais a ser adotado pela ciência contemporânea. Outro ponto na questão acadêmica, está na contribuição da construção do conceito de ócio e seus estudos. Para Cuenca (2008), até meados da década de 60, a população em grande parte considerava o ócio como um tempo livre de trabalho e não uma atividade; essa ideia permaneceu até o surgimento do lazer e entretenimento irromperam como possibilidades e toma proporções internacionais, que passam a desenvolver programas sociais massivos. Em tempos últimos, cada vez mais o ócio passa ao momento livre, composto de uma atividade cada vez mais valorizada pela maioria da população. A ideia de ócio humanista se torna cada vez mais buscada pelos estudiosos que propagam a necessidade de atualização do conceito de ócio do passado que deve ser "atualizado e adaptado para compreensão e sentido nos novos tempos". (Cuenca & Martins, 2008, p.7) Atualmente, verificamos a ideia de ócio relacionada a uma experiência de si mesmo para a vivência desse ócio, que vai para além da manifestação do lazer, do tempo livre e da criatividade.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Projeto de pesquisa do Curso de Psicologia.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Folha de Rosto folha_raphaellapaiva.pdf

Outros termos de compromisso assinado_raphaellapaiva.pdf

TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de

Ausência tcle_raphaellapaivacardoso.doc

Orçamento orcamento_raphaellapaiva.xlsx

Folha de Rosto folha_raphaellapaiva.pdf

Folha de Rosto folha_raphaellapaiva.pdf

Outros termos de compromisso_raphaellapaiva.pdf

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br



UNIVERSIDADE DE
FORTALEZA (UNIFOR)/
FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



Continuação do Parecer: 4.028.484

Orçamento orcamento_raphaellapaiva.xlsx
 TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de
 Ausência tcle_raphaellapaivacardoso.doc
 Outros termoanuencia_raphaellapaiva.pdf
 Cronograma cronograma_raphaellapaiva.xlsx
 Orçamento orcamento_raphaellapaiva.xlsx
 Projeto Detalhado / Brochura Investigador brochuraprojeto_raphaellapaiva.docx
 Projeto Detalhado / Brochura Investigador brochuraprojeto_raphaellapaiva.docx
 Projeto Detalhado / Brochura Investigador brochuraprojeto_raphaellapaiva.docx
 Comprovante de Recepção PB_COMPROVANTE_RECEPCAO_1499033.pdf
 Projeto Detalhado / Brochura Investigador brochuraprojeto_raphaellapaiva.docx
 Outros termoanuencia_raphaellapaiva.pdf

Recomendações:

Após a leitura da versão apresentada, não há recomendações por conta de pendências éticas do projeto de pesquisa analisado.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O Colegiado recomenda a Aprovação ao projeto de pesquisa visto atender, na íntegra, às determinações da Resolução CNS/MS 466/12 e diretrizes. A COORDENAÇÃO SOLICITA INCLUIR OS DOCUMENTOS A POSTERIORI DEVIDAMENTE ASSINADOS E CARIMBADOS, SOB A FORMA DE EMENDA NA PLATAFORMA BRASIL.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1499033.pdf	12/05/2020 16:07:47		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	brochuraprojeto_raphaellapaiva.docx	12/05/2020 16:02:16	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito
Outros	termodecompromissoassinado_raphaellapaiva.pdf	12/04/2020 20:48:03	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br



UNIVERSIDADE DE
FORTALEZA (UNIFOR)/
FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



Continuação do Parecer: 4.028.484

Outros	termoanuencia_raphaellapaiva.pdf	10/04/2020 15:37:04	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito
Cronograma	cronograma_raphaellapaiva.xlsx	08/03/2020 16:48:47	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle_raphaellapaivacardoso.doc	08/03/2020 16:48:25	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito
Orçamento	orcamento_raphaellapaiva.xlsx	04/03/2020 14:52:48	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito
Folha de Rosto	folha_raphaellapaiva.pdf	04/03/2020 14:51:03	RAPHAELLA PAIVA CARDOSO	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

FORTALEZA, 14 de Maio de 2020

Assinado por:
ALDO ANGELIM DIAS
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Washington Soares 1321, Bloco M Sala-30, Diretoria de Pesquisa e Inovação Tecnológica
Bairro: Edson Queiroz **CEP:** 60.811-905
UF: CE **Município:** FORTALEZA
Telefone: (85)3477-3122 **Fax:** (85)3477-3056 **E-mail:** coetica@unifor.br