

39º Encontro Anual da Anpocs

GT 13 Elites e espaços de poder

FGV-EAESP e as estratégias de reprodução de elites no estado de São Paulo

Karine Dutra Rocha Viana

Outubro/2015

Introdução

O presente trabalho é fruto da pesquisa “A configuração das elites econômicas no estado de São Paulo através de símbolos educacionais comuns: um estudo sobre líderes empresariais formados pela FGV-EAESP¹”. Concretamente, o objeto desta pesquisa consiste em analisar como que a Fundação Getúlio Vargas (FGV), a partir da ótica da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), tem se tornado um centro de referência em formação de grupos dirigentes e por quais motivos estes participam das redes de ex-alunos da instituição fortalecendo sua cultura e política educacional, além de contribuírem para a consolidação de uma determinada elite educacional e econômica.

Isto posto, o subtema que me proponho desenvolver neste trabalho consiste em refletir como os dados coletados em campo, sugerem haver uma correlação entre o alto poder aquisitivo (capital econômico) e a formação privilegiada de redes de trabalho, ou para usar o jargão em voga, o *networking* (capital social) de uma fração da elite paulista formada pela FGV-EAESP. A partir da pesquisa empírica, penso que a conexão entre estes dois tipos de capitais seria capaz de contribuir para a manutenção e reprodução de um tipo de elite econômica e social no mercado paulista, ou melhor, de um grupo dominante em relação ao mercado que o legitima.

A partir das falas, bem como da análise prosopográfica, ou seja, da trajetória de vida (ALMEIDA, 2011; STONE, 2011) de alunos/as e ex-alunos/as da FGV-EAESP, reflito neste trabalho, como a percepção dos agentes sociais, provenientes de uma fração da elite econômica paulista, é sensibilizada (ou predisposta a se sensibilizar) pelo discurso da instituição. Neste sentido, é, principalmente, através dos conceitos de Pierre Bourdieu que busco compreender os dados empíricos já coletados.

É importante salientar que as estratégias de pesquisa foram pensadas a partir do momento em que a permissão para aplicar os questionários em sala de aula na FGV-EAESP me foi negada, assim como, segundo informantes da pesquisa, os/as professores/as teriam sido orientados/as a não conceder nenhum tipo de entrevista à “uma aluna da UNESP”. Diante disso, as estratégias pensadas para o trabalho de campo foram: a observação participante em eventos direcionados ao público pré-vestibulando, composto

¹ Tal pesquisa vem sendo desenvolvida com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo.

por jovens que almejavam ingressar na FGV-EAESP, e o envio de questionários pela Internet.

Sobre o último ponto, busquei fazer uma pesquisa nas redes sociais *Facebook* e *LinkedIn* e, levando em consideração o fator popularidade e maior número de participantes, escolhi dentre as comunidades de relacionamentos no *Facebook*, a “BIXOS ADM FGV EAESP 2011/2”, uma vez que foi o grupo com maior número de participantes a que consegui ter acesso. A partir disso, fiz a coleta, via perfis do *Facebook*, de dados prosopográficos de 168² alunos/as: pesquisei um a um os perfis dos indivíduos que até então compunham aquela comunidade.

Conforme coletava as informações destes perfis, enviava o questionário previamente elaborado: as perguntas foram formuladas com o objetivo identificar tendências entre os/as alunos/as como, por exemplo, faixa de renda, tipo de educação obtida durante a trajetória de vida, idiomas conhecidos, motivações para a escolha da FGV-EAESP e pelo curso de Administração de Empresas, inspirações profissionais etc. Além disso, utilizei os dados da última pesquisa realizada em 2012 pelo Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), através do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), como modo de comparar as variáveis e os dados obtidos.

Isto posto, é a partir de um enfoque relacional (BOURDIEU, 2008), que procuro compreender o “habitus” e a posição dos indivíduos no espaço social do mercado de trabalho do/a Administrador/a de Empresas no estado de São Paulo. Parafraseando Grynspan (1999), entendo que “é pela relação com os demais agentes, pelas disputas, concorrências e alianças, que as ações, estratégias, investimentos, tomadas de posição, assim como as ideias, podem ganhar maior inteligibilidade” (p. 17).

Partindo da interconexão dos dados observados e da teoria proposta, entendo que tanto os/as alunos/as quanto os/as professores/as e executivo/as formados pela FGV-EAESP constituem uma fração da “elite econômica” paulista e nacional, aqui entendida como “um grupo interorganizacional de pessoas que detêm posições dominantes em organizações de negócios. ” (DONADONE e SANCHEZ, 2011, p.13). O compartilhamento dos mesmos códigos cognitivos por essa elite econômica gera, entre

² Esta pesquisa segue um padrão qualitativo, os dados estatísticos utilizados são provenientes de fontes secundárias, como o INEP e o Data Popular.

outras coisas, redes sociais e grupos de relacionamento duráveis, sendo o sistema de ensino um dos agentes que mais contribuem para sua formação e reprodução.

Ao propor uma reflexão sobre a formação de líderes empresariais pela FGV-EAESP e sobre as crenças (*doxa*) produzidas tanto por estes quanto pela instituição numa dinâmica que se retroalimenta o tempo todo, entendo que estes profissionais integram os grupos de dirigentes das empresas das quais fazem parte, e podem ser compreendidos dentro do campo empresarial específico, que também é constituído por diferentes “habitus” provenientes dos distintos tipos de capital econômico e social de seus integrantes.

Reprodução social das elites através da educação

Os/as profissionais, socializados/as através dos mesmos símbolos educacionais e que estudaram nas mesmas instituições de ensino superior, mantêm, muitas vezes por incentivo das próprias faculdades, redes de relacionamento, principalmente, entre os ex-alunos. Este contato se dá pela construção de sites institucionais³ voltados à integração desta comunidade acadêmica bem como através de grupos criados em redes sociais na internet como o *LinkedIn*⁴ e o *Facebook*⁵.

Estas redes, constituídas a partir de um mesmo ambiente organizacional e cultural (a universidade), atuam sobre os demais segmentos do mercado e favorecem um tipo de dominação social específico, exercida por meio da violência simbólica. Conforme Bourdieu e Passeron (1992), a violência simbólica consiste na imposição e legitimação da cultura dominante pelos dominados, fato que dissimula que a realidade é natural, negando que esta seja uma construção social. Assim, as redes profissionais ao se beneficiarem dos contatos e outras facilidades proporcionadas pelos indivíduos que fazem parte delas, atribuem ao grupo características próprias, que, para quem se situa fora dele, parecem naturais, mas que, no entanto, foram construídas.

Entre outras coisas, apesar de o capital econômico ser o maior facilitador para a

³ Exemplo disso pode ser observado no site da “Associação de Ex-Alunos da FGV”. Ver: <http://www.exgv.org.br/>.

⁴ Maior rede de relacionamento profissional virtual do mundo, em que se criam perfis direcionados ao mercado de trabalho e também se divulgam vagas e oportunidades de emprego. Para saber mais, acesse: <http://tinyurl.com/3vwyc9>.

⁵ Rede social virtual em que indivíduos criam perfis com fotos, listas de interesses e em que podem trocar mensagens entre si e outros usuários que façam parte seus grupos de amigos.

formação de líderes empresariais pela FGV-EAESP⁶, não é apenas ele que determina as relações sociais desta no mercado e em seu interior, mas também e, principalmente, a interconexão com o capital social e o simbólico, expressados e fortalecidos pelas redes e pelo *networking*.

Networking: a influência que o capital social exerce sobre a manutenção do status quo

O *networking* é uma expressão norte-americana largamente difundida pelo mundo dos negócios (*business*). O termo pode ser entendido como rede de trabalho, mas transmite, essencialmente, a ideia de que a construção de uma rede de contatos profissional sólida, é um dos fatores mais fundamentais para se obter sucesso na carreira. Neste caso, a capacidade de criar *networking* está intimamente relacionada com a concepção de capital social, uma vez que, como ressaltado pela fala do professor entrevistado, ter “bons” contatos (possuir capital social) pode ser mais importante para um empreendedor, principalmente em começo de carreira, do que ter apenas recursos financeiros (capital econômico).

Um exemplo disso pode ser observado através da experiência de dois dos ex-alunos da FGV-EAESP que abriram sua empresa *startup* que, segundo a revista Exame, pode ser entendida como “um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”⁷. Os dois ex-estudantes de Administração de Empresas, relataram suas experiências profissionais durante o evento GV Day, e entre outras coisas, ressaltaram que, para eles, o *networking* foi crucial para o sucesso da empresa *startup*, que estava começando.

Para abrir a empresa, um dos estudantes⁸ contou com **R\$ 50 mil** emprestados de família e amigos, grana que usou nos equipamentos de informática e para alugar um escritório de 40m² na rua Tabapuã, no bairro do Itaim Bibi (zona oeste de São Paulo), após quase um ano de encontros em padarias e cafés.

Uma das maiores dificuldades iniciais foi a captação dos primeiros clientes, que veio por meio do “**networking**” da **faculdade (Fundação Getúlio Vargas)** e

⁶ Tendo em vista os altos valores da mensalidade (R\$ 3.100,00 até a última consulta), bem como o investimento em materiais de estudo caros e intercâmbios.

⁷ Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-e-uma-startup>. Acesso em 01 mar. 2015.

⁸ Nome preservado pela autora.

após “bater de porta em porta e dar a cara a tapa”, conta. (PORTAL R7, 2014; grifos meus)⁹

No relato acima, percebe-se que o capital econômico apesar de necessário para os estudantes, não teria sido suficiente para garantir o sucesso almejado sem o capital social, ou seja, sem o *networking* que possuíam, principalmente aquele intermediado pela instituição de ensino, a FGV-EAESP.

Como ressaltado pela fala do professor entrevistado, há eventos organizados pela instituição direcionados ao público de estudantes já formados/as pela Escola (*Alumni*) nos quais são disponibilizados espaços específicos para troca de cartões, ou seja, para o estabelecimento de contatos profissionais (*networking*). Nestes espaços, o professor disse haver uma forte interação entre os indivíduos presentes, em que se nota até mesmo um tipo de autoajuda coletiva, uma vez que, ao contarem seus sucessos e fracassos, os/as profissionais ali presentes compartilham com os/as demais seus próprios medos e desafios, sendo encorajados/as a superá-los, seja por meio do relato dos/as outros/as participantes, seja pelas possibilidades de novos negócios que surgem neste espaço.

Neste sentido, ao perguntar para estudantes de Administração de Empresas da FGV-EAESP, numa escala crescente de 0 a 5, qual a importância atribuída ao *networking*, verifica-se que a maioria (58% dos/as alunos/as) lhe atribuíram a importância máxima (nota 5), ao passo que 36% também o consideram relevante (nota 4). Apenas 6% atribuíram-lhe a nota 3. Não tendo sido registradas notas 0, 1 e 2, respectivamente.

Outrossim, à pergunta “Você considera que a FGV-EAESP estimula a formação de *networking*? De que maneira? ”, seguem algumas respostas:

“Sim, você conhece pessoas que irão desenvolver contatos importantes em um futuro próximo” (TRECHO DE ENTREVISTA 1);

“[...] a fundação reconhece que o *networking* é a principal maneira de se empregar hoje. As entidades estudantis hoje são o *networking* em seu primor. [...]” (TRECHO DE ENTREVISTA 2);

“[...] as pessoas que se dão melhores do que a maioria são aquelas que têm um amplo *networking* [...]. Dentro da FGV também se formam muitos negócios de colegas que se formaram juntos e abriram uma empresa conjuntas, um e-commerce, e por aí vai” (TRECHO DE ENTREVISTA 3);

“Sim, pois é um centro de socialização entre a elite econômica paulista. Dentro e fora de sala estão filhos e netos de grandes empresários brasileiros, além dos que se tornarão grandes empresários” (TRECHO DE ENTREVISTA 4);

⁹ Disponível em: <http://migre.me/paC8T>. Acesso em: 27 fev. 2015.

“Sim, alunos de classe social elevada, muitos com empreendimentos familiares, logo um bom networking futuro” (TRECHO DE ENTREVISTA 5);

“Não estimula, de nenhuma maneira. Estimula a competição, que gera um tremendo individualismo [...]” (TRECHO DE ENTREVISTA 6);

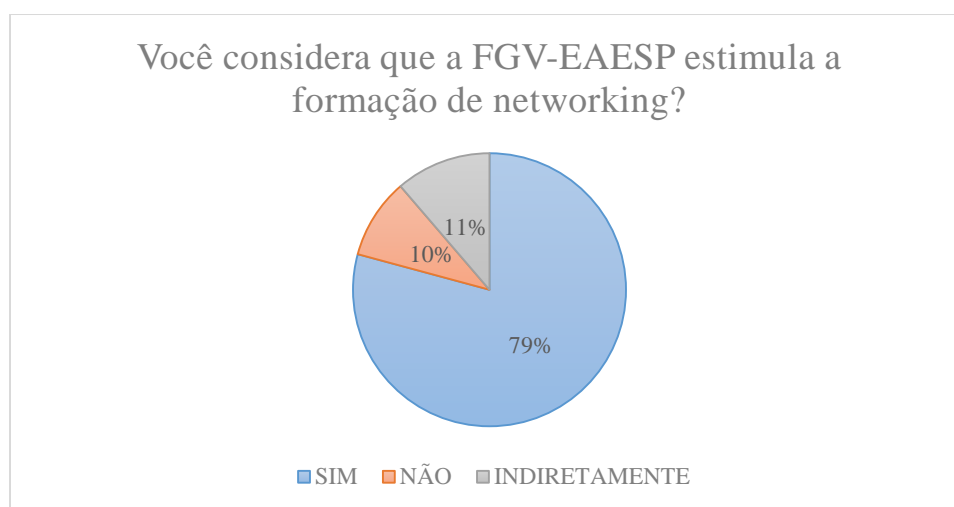
“[...] maioria filhos de grandes empresários ou de profissionais que ascenderam em suas carreiras, permitindo encontrar pessoas com uma base cultural familiar de elite, pessoas cujas famílias possuem grande influência nas tomadas de decisão do país e nas empresas” (TRECHO DE ENTREVISTA 7);

“Só tem peixe grande na faculdade” (TRECHO DE ENTREVISTA 8);

“Sim, mas ainda de forma tímida, mas a criação de grupos no Facebook e promoção de encontros de ex-alunos devem melhorar o networking daqui para frente” (TRECHO DE ENTREVISTA 9). (VIANA, 2015: 135-138; grifos meus).

A partir da análise de todas as respostas, cheguei ao gráfico abaixo que sintetiza a opinião dos/as alunos/as a respeito de a FGV-EAESP estimular ou não a formação de *networking* dentro da própria instituição.

Gráfico 1: Formação de *networking*



(Fonte: VIANA, 2015)

De acordo com a falas e resposta dos/as alunos/as no questionário, pode-se afirmar que a preocupação em formar *networking* é uma realidade, principalmente entre aqueles que almejam empreender. Outrossim, pode-se inferir a partir de algumas falas emblemáticas como: a FGV-EAESP “é um centro de socialização entre a elite econômica paulista. Dentro e fora de sala estão filhos e netos de grandes empresários brasileiros [...]”; alunos de classe social elevada, muitos com empreendimentos familiares, logo um bom networking futuro; Só tem peixe grande na faculdade”, que a preocupação de formar

networking se estende à preocupação de formá-lo com pessoas apropriadas, ou seja, aquelas que possuem capital social e econômico igual ou mais elevado que o individual, para que assim as relações estabelecidas sejam favoráveis à criação de um novo empreendimento, conquista de um cargo específico por meio de indicações pessoais ou quaisquer outros tipos de facilidades.

Apesar de alguns alunos/as não concordarem com estas colocações ao considerarem que a FGV-EAESP estimula muito mais o individualismo e a competição exacerbada do que a qualidade das relações estabelecidas dentro da instituição, a ideia de que o *networking* é peça chave para o sucesso pode ser considerada hegemônica entre os/as alunos/as e ex-alunos/as do curso de Administração de Empresas avaliados/as nesta pesquisa.

Em adendo, é possível notar que o desenvolvimento de redes de relacionamento é encorajado pela instituição através da ênfase dada à participação dos/as alunos/as nas diversas entidades existentes, como o Diretório Acadêmico Getúlio Vargas (DAGV), a Atlética, a AIESEC, Empresa Jr. etc. Entretanto, apesar de a participação dos/as alunos/as nas entidades ser expressiva, o envolvimento destes/as em redes de sociais via internet, principalmente em páginas do *Facebook*, é muito mais significativa em termos globais.

FGV-EAESP: uma marca

A apropriação do nome FGV-EAESP por uma fração das elites paulistas e vice-versa fortalece tanto a marca e a cultura da instituição quanto os próprios indivíduos que se beneficiam dos títulos adquiridos por intermédio dela, o que, entre outras coisas, contribui para a manutenção do *status quo*, ou seja, da posição social ocupada por intermédio da marca educacional de que dispõem. Assim, o processo de formação e manutenção dessas elites pode ser entendido pela interconexão entre uma classe (BOURDIEU, 2007b), possuidora de elevado capital econômico e social, a instituição de ensino superior, voltada para a formação de líderes para o mundo dos negócios, e o modo de produção capitalista flexível, fortemente amparado nas transações do mundo financeiro e político, como observo a seguir.

Fazer parte de um grupo “de sucesso” ou “renomado”, ao mesmo tempo que garante distinção aos seus membros contribui para a consolidação de uma marca ou conceito transmitidos pelo estilo de vida que tal inserção promove. Neste sentido, ao pensar nos

grupos de alunos/as formados/as pela FGV-EAESP, por exemplo, nota-se que estes fazem parte de redes sociais provenientes de elites empresariais e educacionais dominantes, compostas por líderes e profissionais de alto escalão, que se perpetuam enquanto grupos que promovem níveis de distinção e dominação social.

Conforme o professor entrevistado, o nome FGV ou simplesmente GV é uma marca que possui muita credibilidade no mercado expressada, por exemplo, no logotipo “Orgulho GV” veiculado, principalmente, pelas redes sociais. Neste sentido, ao perguntar para os/as alunos/as “Por que optou pela FGV-EAESP? ”, percebe-se que a preocupação com o renome que a Escola possuía foi muito mais significativo para a escolha do que apenas a busca pela qualidade de ensino. Seguem algumas respostas:

“Porque é uma escola **tradicional e famosa** pelo seu ensino de qualidade” (TRECHO DE ENTREVISTA 1);

“Porque é **disputadíssima** e bastante respeitada, não só dentro do Brasil, como fora” (TRECHO DE ENTREVISTA 2);

“Por ser considerada a **melhor faculdade de administração de empresas da América Latina**, e por conta das oportunidades que ela oferece durante e além da graduação, inclusive no momento de inserção no mercado de trabalho” (TRECHO DE ENTREVISTA 3);

“**Meu pai estudou nela**” (TRECHO DE ENTREVISTA 4);

“Porque é a **melhor faculdade** (não passei na INSPER, mas a considero excelente também porém, teria escolhido a GV por ser **mais conhecida** e por ter ser mais abrangente[...])” (TRECHO DE ENTREVISTA 5);

“**Meu irmão havia feito e conhecia a reputação de ser uma das melhores do país**” (TRECHO DE ENTREVISTA 6);

“**1) Instituição reconhecida** como uma das melhores em Administração. **2) Passaporte para entrada em grandes empresas**” (TRECHO DE ENTREVISTA 7);

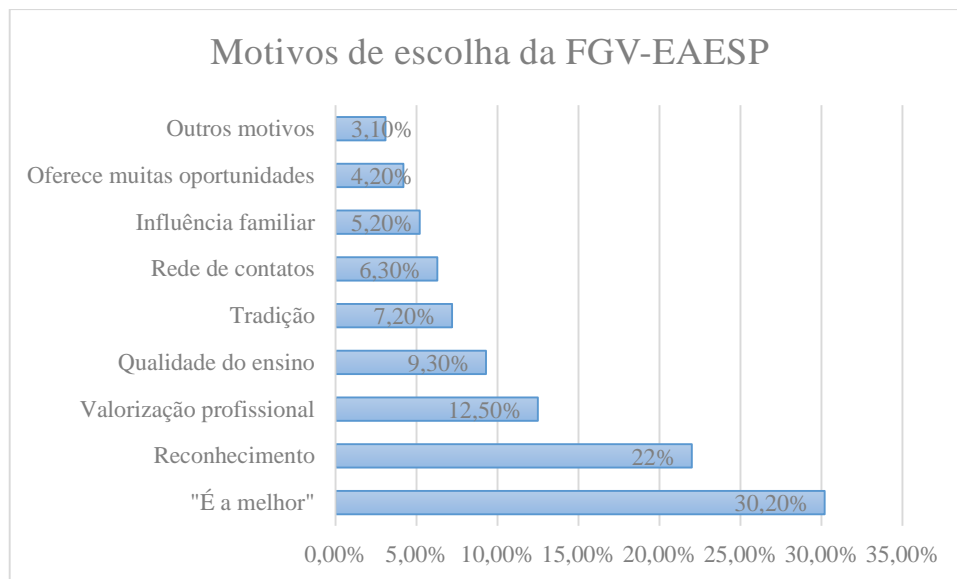
“**Sempre sonhei em cursar GV [...]**” (TRECHO DE ENTREVISTA 8);

“**Escolha dos meus pais, não minha**” (TRECHO DE ENTREVISTA 9);

“[...]o ambiente da FGV oferece a oportunidade de **conhecer pessoas e manter contato com futuros líderes**” (TRECHO DE ENTREVISTA 10). (Fonte: VIANA, 2015).

O gráfico abaixo sintetiza os motivos de escolha da FGV-EAESP pelos/as alunos/as abordados/as. As variáveis seguem o padrão de respostas obtidas nos questionários: assim, identifiquei os motivos mencionados e os agrupei conforme suas semelhanças. Optei por criar a variável “É a melhor”, pelo fato de esta ter sido uma frase muito recorrente entre as respostas obtidas e podermos considerá-la significativa para entender a escolha pela instituição, posto que tal variável, sinônimo de “excelência”, é sustentada pelos rankings educacionais em que a FGV-EAESP se situa enquanto “a melhor Escola de Negócios da América Latina”.

Gráfico 2: Motivos de escolha da instituição

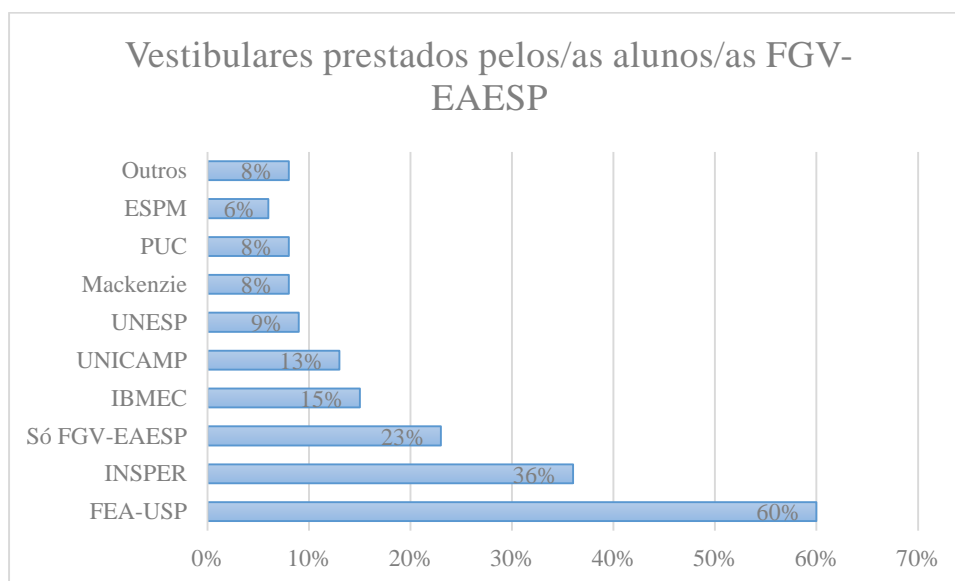


(Fonte: VIANA, 2015)

Outrossim, os/as alunos/as da FGV-EAESP demonstraram ter um forte interesse em outras duas instituições de ensino superior, a FEA-USP e o Insper. Conforme observa-se no gráfico abaixo, 60% deles/as prestaram o vestibular da USP e 36% prestaram Insper. Neste sentido, de acordo com o Professor entrevistado durante a pesquisa, a EAESP acompanha todos os anos os/as estudantes que prestam os três vestibulares: USP, Insper e EAESP.

Segundo ele, há dados de que quem passa na EAESP e no Insper, prefere ficar na EAESP, enquanto que a concorrência maior se verifica entre a EAESP e a FEA-USP, faculdade que, a seu ver, também possui um elevado nível de qualidade, comparável à da EAESP, mas que por apresentar estrutura e financiamentos mais limitados que os da instituição privada, não contribuiria tanto quanto esta para a formação integral dos/as seus/suas alunos/as.

Gráfico 3: Principais concorrentes no vestibular



(Fonte: VIANA, 2015)

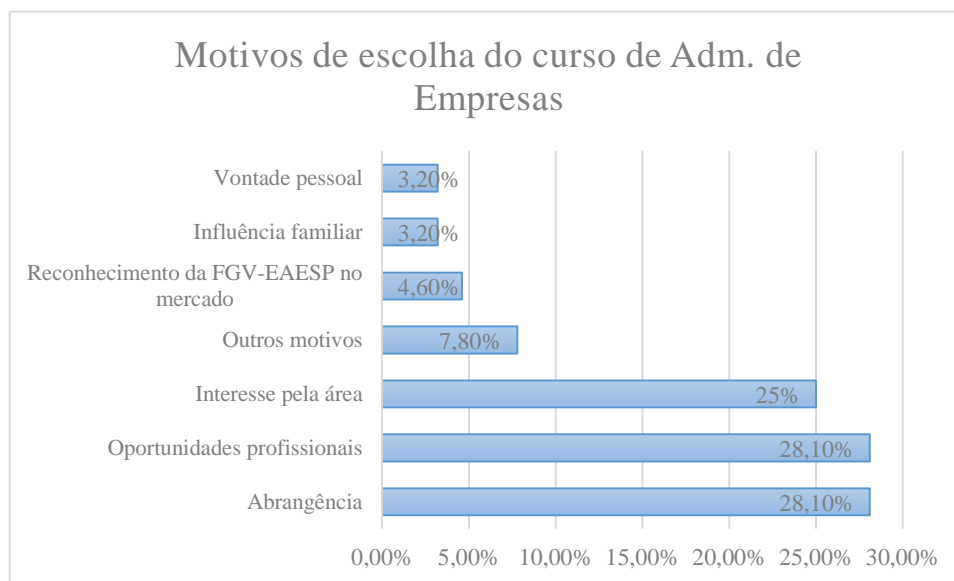
Percebe-se mais uma vez a preocupação dos/as alunos/as em relação ao “status” vinculado ao nome da FGV-EAESP, quando se observa algumas respostas à questão “Por que optou pelo curso de Administração de Empresas? ”:

“O curso e a instituição são reconhecidos tanto pelo mercado, quanto pela comunidade acadêmica. Achava também que o curso era capaz de apresentar uma série de campos do conhecimento que me possibilitariam compreender melhor o funcionamento da nossa sociedade” (TRECHO DE ENTREVISTA 1);
“Eu entrei na GV” (TRECHO DE ENTREVISTA 2);
“Minha família possui uma empresa da qual pretendo fazer parte num futuro próximo” (TRECHO DE ENTREVISTA 3);
 “Apesar de ter achado que engenharia sempre seria minha área por ser bom com números, sempre tive vontade de ter uma empresa própria, além da **minha família ser dona de um negócio já**” (TRECHO DE ENTREVISTA 4);
 “Porque é um curso em alta hoje em dia; [...] Pode ser interessante para **ajudar na empresa dos meus pais**” (TRECHO DE ENTREVISTA 5);
“Minha família possui uma empresa da qual pretendo fazer parte num futuro próximo; Interesse em trabalhar com finanças” (TRECHO DE ENTREVISTA 6);
“Acabei optando por adm. mais pela faculdade em si e em que ela poderia me oferecer (oportunidades futuras e portas que poderiam se abrir) do que pelo curso de Administração. **Ou seja, escolhi seguir esse caminho por que a faculdade é muito boa, não por que queria fazer adm**” (TRECHO DE ENTREVISTA 7). (Fonte: VIANA, 2015).

Observa-se que a escolha pelo curso de Administração de Empresas atende a critérios como “abrangência”, por apresentar num mesmo curso várias áreas de interesse e, conseqüentemente, por oferecer um leque diversificado de “oportunidades profissionais”. Uma das coisas mais observadas nas respostas dos/as alunos/as foi a

menção a algum empreendimento familiar, ou mais precisamente, a vontade de cursar Administração de Empresas para, a partir dos conhecimentos adquiridos, poder vir a contribuir para a manutenção da empresa da família. Abaixo, segue um resumo das motivações que levaram os/as estudantes a optarem por este curso:

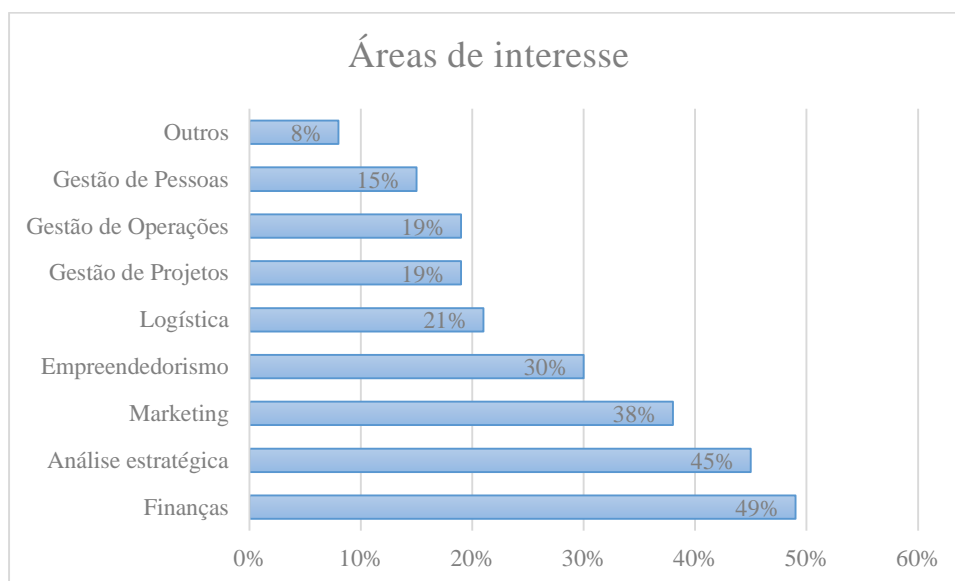
Gráfico 4: Motivo de escolha do curso de graduação



(Fonte: VIANA, 2015)

De modo a captar as aspirações subjetivas que sustentaram as motivações dos/as estudantes a escolher cursar Administração de Empresas na FGV-EAESP, perguntei a eles/as que tipo de carreira desejariam seguir após a graduação. A partir das respostas obtidas na parte aberta do questionário, quanto na fechada (expressa no gráfico abaixo), percebe-se que os/as estudantes, apesar de não terem muita clareza de onde pretendem trabalhar, já apontam suas áreas de preferência. A área de Finanças foi a mais citada, seguida pela área de Análise Estratégica, Marketing e Empreendedorismo. Em relação à última, observo ser recorrente nas falas dos/as alunos/as o desejo de abrir o próprio negócio, tendo como principais referências os conhecimentos e networking adquiridos na EAESP, além das habilidades adquiridas através dos estágios profissionais e/ou da participação nas entidades estudantis como o Diretório Acadêmico, Empresa Jr., AIESEC etc.

Gráfico 5: Interesses de carreira



(Fonte: VIANA, 2015)

Como dito anteriormente, a vinculação às redes sociais propicia a seus membros, entre outras coisas, contatos profissionais (*networking*) que podem representar diretamente um modo de inserção no setor empresarial ou indiretamente através da “lógica da indicação”, ou seja, através da apresentação de profissionais a outros que possibilitem esta inserção. Segundo a fala do professor entrevistado, o *networking* é fundamental, uma vez que há estimativas da Escola de que 70% dos cargos de gestão conquistados hoje são fruto de indicações.

Este comportamento, entretanto, recorrente entre profissionais inseridos no mundo empresarial, vai contra as próprias concepções de meritocracia defendida pelas correntes que prezam por um “mercado livre” (SILVA, 2010). Neste sentido, Martin (2003) aponta que:

A escola transforma, com efeito, aqueles que herdam daqueles que merecem, e dá uma garantia irrecusável, em razão de sua aparente neutralidade social, à reprodução das relações sociais de dominação. Devia-se, lembrava com frequência Bourdieu, efetuar uma difícil ruptura e se resignar à perda do que ele chamava “o mito da escola liberadora”, para perceber a instituição escolar na verdade de seus usos sociais, em outras palavras, como um dos fundamentos da dominação e da legitimação da dominação (BOURDIEU, 1989a: 14)

Diante do discurso educacional hegemônico observado nos projetos pedagógicos do estado de São Paulo, pautados pela pedagogia das competências, percebe-se que as noções de “habilidades” e “competências” estão cada vez mais inseridas nas políticas

empresariais e, numa situação macro, na própria lógica do mercado de trabalho. O método educacional no Brasil, por sua vez, também está pautado por esta vertente pedagógica, o que não é de se estranhar dado que a qualificação e o constante processo de atualização profissional da mão de obra no país enfatizam cada vez mais a aquisição de novas “competências” por parte das pessoas, o que é, de fato, uma via para toda sorte de competições observadas dentro e fora de um ambiente organizacional. Perrenoud, um dos expoentes desta pedagogia das competências, define a noção de competência como sendo “*uma capacidade de agir eficazmente em um determinado tipo de situação, apoiada em conhecimentos, mas sem limitar-se a eles*”. (PERRENOUD, 1997: 7; grifo do autor). Neste sentido, observa-se que tais assertivas estão presentes no último projeto pedagógico a que tive acesso da FGV-EAESP, datado de 2012:

Tradicionalmente, o foco do processo de ensino se baseava na aquisição dos conhecimentos necessários para o desenvolvimento de uma determinada atividade. Na nova abordagem pedagógica, reforçada pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, bacharelado, Resolução nº4 de 13 de julho de 2005 do CNE, o foco da aprendizagem deve extrapolar o conhecimento técnico-funcional e abordar o desenvolvimento de habilidades, competências e atitudes. Para alcançar tal objetivo, a premissa pedagógica do curso é transformar o processo de aprendizagem numa descoberta, com integração ativa do aluno ao processo. Trata-se de procurar inovar na relação professor-aluno e no processo de aprendizagem, o que envolve mudanças culturais importantes. Assim, pretende-se basear a formação no curso de graduação em um processo crescente de responsabilização do aluno pelo processo de aprendizagem. Esta abordagem supõe que se supere um modelo de ensino-aprendizagem no qual o professor, detentor do conhecimento, “transfere” seu conhecimento ao aluno que “recebe” este conhecimento de maneira relativamente passiva. Sem desconsiderar a contribuição ao processo de aprendizagem do saber acumulado pelo professor, passa-se a estimular também o “aprender fazendo” e o “aprender refletindo criticamente”, abordagem que pressupõe que a aprendizagem é um processo ativo, que envolve dois atores: o aprendiz e o professor. (EAESP-FGV, 2012:12)

Nesta perspectiva, a qualificação profissional passa não somente pela aquisição de conhecimentos técnicos e/ou por uma aprendizagem aprofundada, mas está diretamente relacionada à aquisição de certas capacidades, as quais não são claras nem objetivas. No âmbito do mercado de trabalho, por exemplo, cada empresa define o perfil e o tipo de competência que deseja para realizar a contratação de pessoas. Logo, observa-se que as ocupações empresariais não são mais fixas e não dependem de um conhecimento específico, mas de habilidades específicas: uma pessoa pode ter se formado em Engenharia Aeronáutica, mas nada a impede de demonstrar habilidade para gerenciar uma empresa,

por exemplo.

As transformações do mundo do trabalho – rumo a uma flexibilidade maior dos procedimentos, dos postos e das estruturas – e a análise ergonômica mais fina dos gestos e das estratégias dos profissionais levaram a enfatizar, para qualificações formais iguais, as *competências* diferenciadas, evolutivas, ligadas à história de vida das pessoas. Já não é suficiente definir qualificações-padrão e, sobre essa base, alocar os indivíduos nos postos de trabalho. O que se quer é gerenciar competências (Lévy-Leboyer, 1996), estabelecer tanto balanços individuais como “árvores” de conhecimentos ou competências que representem o potencial coletivo de uma empresa (Authier e Lévy, 1996). No mundo do trabalho, a mudança de vocabulário reflete uma verdadeira mudança de perspectiva e até de paradigma (Stroobants, 1994; Trépos, 1993; Ropé e Tanguy, 1994; Ropé, 1996). (PERRENOUD, 1997: 12; grifo do autor).

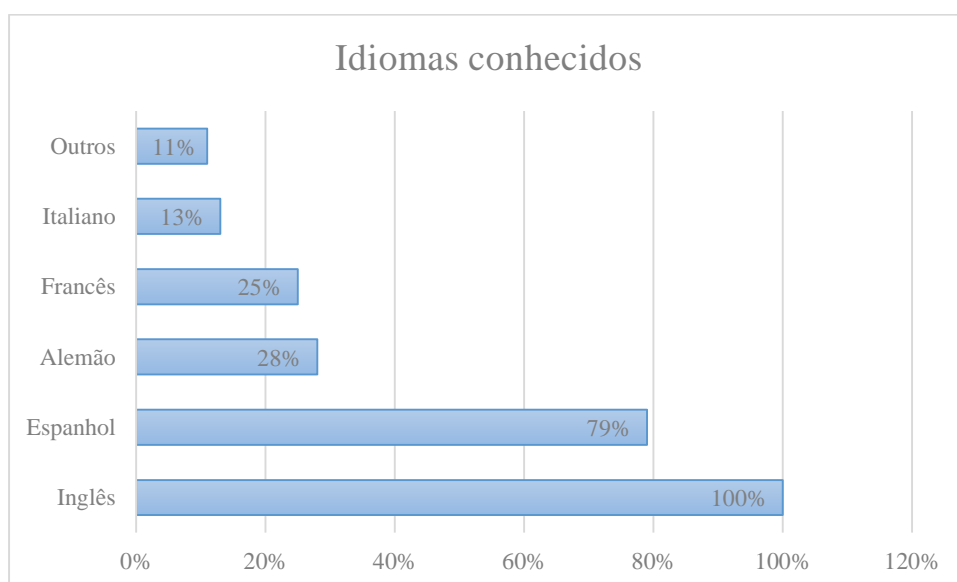
Tal abordagem pedagógica, que enfatiza as competências se mostra ambígua: ao mesmo tempo em que escamoteia a formação plena de profissionais, alude à falsa concepção de que seria, dessa forma, mais fácil ou mais justo para uma pessoa encontrar um emprego e se manter nele. A qualificação profissional, apesar de ser uma bandeira da maior parte das organizações (empresas, ONG's, cooperativas etc.), ainda não é eficazmente aplicada no Brasil, sendo deixada, na maioria das vezes, a cargo dos esforços individuais. Segundo pesquisa realizada por Mourão (2009) acerca da qualificação profissional no Brasil, verifica-se que

[...] menos da metade das organizações pesquisadas (1.146 no total) oferecem qualquer tipo de curso, dentro ou fora da organização; e um quarto das organizações não têm nenhuma ação de qualificação profissional. Numa escala de zero a sete, o índice médio de oportunidades de qualificação, considerando o cenário nacional, é de 2,3 (com desvio-padrão de 1,8). (p. 150).

Conforme Viana (2014), as empresas buscam contratar prioritariamente pessoas que já possuem competências e qualificações desenvolvidas a partir de suas trajetórias de vida e formação profissional. No entanto, as habilidades exigidas por grande parte das empresas, contemplam certos níveis sociais. Quando se exige que os candidatos possuam inglês fluente, na maioria das vezes se pressupõe que estes já tenham tido alguma vivência no exterior ou no mínimo que tenham alcançado o nível avançado do idioma. Num país onde o ensino de línguas estrangeiras é extremamente ineficiente nas escolas públicas, só aqueles que possuem renda para pagar cursos privados e/ou viagens para o exterior é que terão a possibilidade de desenvolver este tipo de competência.

Neste sentido, é interessante observar que, ao contrário da média nacional, 100% dos/as alunos/as da FGV-EAESP possuem conhecimento em algum idioma (majoritariamente o inglês):

Gráfico 6: Conhecimento em línguas



(Fonte: VIANA, 2015)

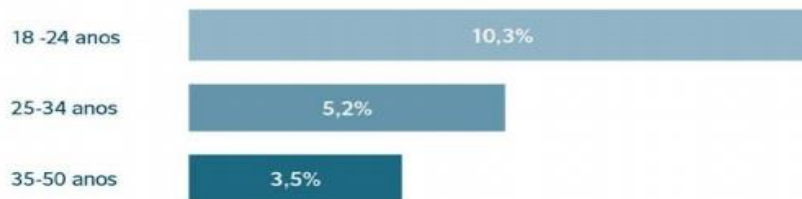
Segundo pesquisa encomendada pelo British Council ao Data Popular (2013), apenas 10,3% dos jovens brasileiros, situados na faixa etária de 18-24 anos, diz possuir conhecimento em inglês, sendo que de modo geral, a porcentagem de pessoas com mais de 16 anos que dizem ter conhecimento no idioma não passa de 5,1% da população brasileira. Segundo o estudo, “a falta de um ensino básico de qualidade, somada ao baixo acesso a cursos privados de inglês, faz com que o mercado de trabalho tenha dificuldade em encontrar profissionais com proficiência na língua” (DATA POUPULAR, 2013: 7).

O gráfico abaixo mostra como se divide o total da população brasileira que declara possuir conhecimento em inglês. Entre os aspectos que posso salientar, encontra-se o fato de que a maioria das pessoas que possuem esta competência se localiza, de acordo com critérios econômicos, na classe Alta (ver Tabela 3), ou mais precisamente, estão na faixa de renda familiar acima de R\$ 14.285,00.

FIGURA 1

POPULAÇÃO QUE FALA INGLÊS POR FAIXA ETÁRIA E CLASSE

Faixa etária



Classe

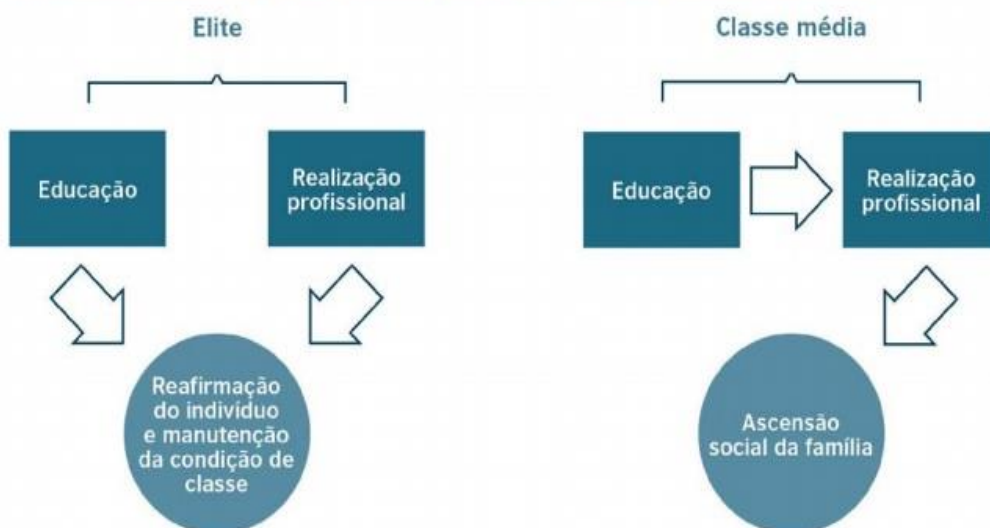


Fonte: Pesquisa Data Popular : Brasil em Perspectiva 2013

Ainda de acordo com a pesquisa do Data Popular, é possível identificar as motivações que levam as classes altas e médias a investirem na educação: enquanto a classe média procura ascender socialmente, a classe alta busca reafirmar sua condição de classe ou, se preferirmos, o *status quo*.

FIGURA 2

O VALOR SIMBÓLICO DA EDUCAÇÃO PARA CADA CLASSE SOCIAL



Fonte: Data Popular (2013)

Neste contexto, ao serem perguntados/as se já fizeram ou pretendem fazer intercâmbio e para qual instituição de ensino no exterior foram ou pretendem ir e por qual motivo, os/as alunos/as da FGV-EAESP deram respostas como:

“Fiz. 1 ano nos **EUA** para aprender inglês, 3 meses na **Colômbia** em trabalho voluntário e desenvolver meu espanhol, e 6 meses na **Alemanha** na EBS Universität para estudos acadêmicos e desenvolver meu alemão” (TRECHO DE ENTREVISTA 1);

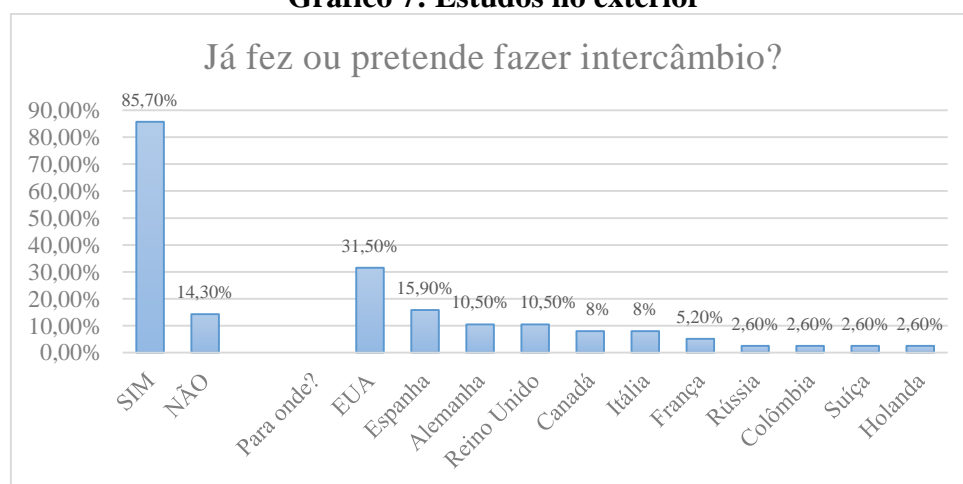
“Não e não pretendo, pois tenho pressa para entrar no mercado de trabalho e adquirir mais experiência prática” (TRECHO DE ENTREVISTA 2);

“Fui para a Embry Riddle Aeronautical University, intercâmbio de 1 mês quando estava na escola; 1 ano do colegial em Lausanne, **Suíça** no colégio Brillantmont” (TRECHO DE ENTREVISTA 3);

“Sim, já fiz 4 intercâmbios em Instituições de Ensino e 1 de trabalho voluntário: 1) St. John Brebeuf Private Catholic Secondary School no **Canadá** 2) Central Barrie Collegiate Institute também no Canadá 3) “EcoACTION, Global Community Development Participant (GCDP) em Novosibirsk, Rússia 4) University of Texas at Austin, BBA Global Summer Program nos **Estados Unidos** 5) University of Illinois at Chicago, **Estados Unidos**; Pretendo fazer intercâmbio para Northeastern University, porque a FGV oferece a possibilidade de dupla titulação nesse país e sempre tive interesse em cursar parte do meu ensino superior em uma instituição estrangeira” (TRECHO DE ENTREVISTA 4). (Fonte: VIANA, 2015).

A síntese de todas as respostas, obtidas através do questionário, pode ser visualizada no gráfico abaixo:

Gráfico 7: Estudos no exterior



(Fonte: VIANA, 2015)

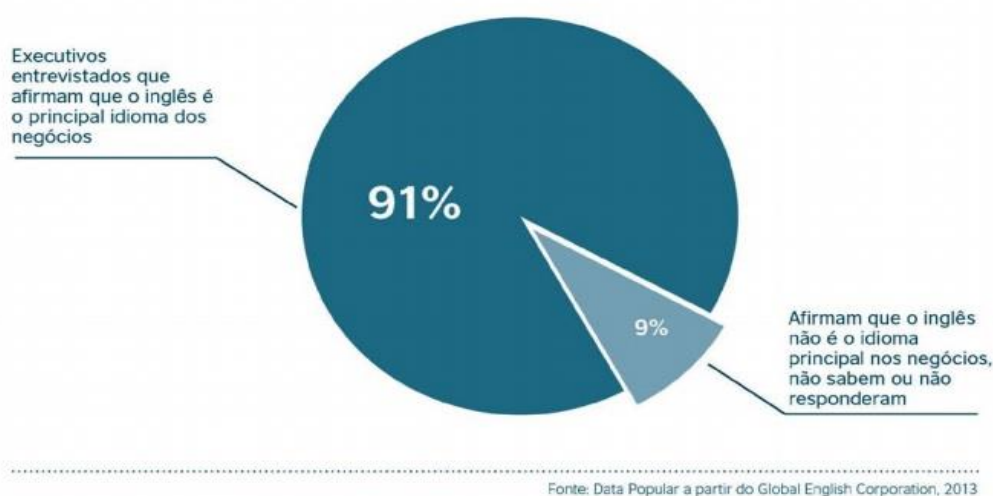
De modo geral, os dados evidenciam a preocupação dos/as alunos/as em realizar programas de intercâmbio, especialmente porque estes podem proporcioná-los a aquisição de significativas competências linguísticas, importantes para uma futura colocação no

mercado de trabalho ou para criar *networking*. Uma vez que o inglês é o idioma mais utilizado atualmente em negociações internacionais (como se observa no gráfico abaixo), os/as profissionais que possuem o conhecimento da língua nos níveis avançado e fluente são aqueles/as que, aliados a outros capitais como o social e o econômico, terão mais chances de ocupar os cargos mais requisitados no mercado de trabalho.

FIGURA 3

O INGLÊS É O IDIOMA DOMINANTE NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Pesquisa Business English Index/Global English 2013 com executivos de 77 países



Fonte: Data Popular (2013)

Neste sentido, a FGV-EAESP anunciou em abril de 2015, o lançamento de um curso de graduação em Administração de Empresas ministrado totalmente em inglês:

No segundo semestre de 2015, a FGV/EAESP vai oferecer o seu primeiro curso de graduação ministrado totalmente em inglês. A turma será composta por 40 alunos/semestre, terá o mesmo conteúdo e o mesmo valor que as demais. Os professores, inicialmente, também serão os mesmos e ganharão um extra para preparar as aulas em outro idioma.

“A procura para ministrar as disciplinas tem sido grande”, diz o diretor da escola, Luiz Artur Ledur Brito, que é conhecido nos corredores acadêmicos como um entusiasta da internacionalização. “Parte dos professores tem experiência porque já deu aula em inglês em outros países”, afirma. [...]

A proposta da escola com a iniciativa é atrair mais estudantes e docentes estrangeiros. “O desafio inicial vai ser um professor brasileiro dar aula em inglês para alunos brasileiros”, explica Nelson Lerner Barth, coordenador dos cursos de graduação em Administração. A FGV também quer incentivar o intercâmbio de alunos e de docentes com as instituições parceiras da escola e estimular o

duplo diploma de graduação. (FGV-EAESP, 2015)¹⁰.

Tendo em vista o estado de São Paulo, a própria vertente pedagógica em voga, favorece a manutenção e reprodução de elites, uma vez que os indivíduos, para terem acesso às competências e habilidades exigidas pelo mercado de trabalho, como fluência em um ou mais idiomas, vivência internacional etc., necessitam dispor de uma parcela considerável de suas rendas para poder adquirir tais conhecimentos/experiências, uma vez que são custos altos que, geralmente, a maior parte da população não têm condições de pagar e/ou não colocam em sua lista de prioridades.

Num contexto macro, observa-se que apesar de haver uma intensificação das políticas educacionais para a formação profissionalizante de curto prazo¹¹, esta ainda é insuficiente, principalmente nos estados fora das regiões Sul e Sudeste, onde há uma maior concentração de empresas e indústrias no país. Ainda assim, tendo a pedagogia das competências como vertente principal da educação pública no Brasil, percebe-se que sua aplicação é qualitativamente desigual entre as classes sociais: ao adotar a máxima do “aprender fazendo”, a pedagogia das competências negligencia que as condições de aprendizagem são socialmente desiguais, ou seja, omite o fato de que um/a aluno/a de escola pública e que pertence à classe baixa em termos de renda familiar, não tem as mesmas condições e não acessa os mesmos capitais que um aluno/a de escola particular que pertence à classe alta, por exemplo. Ferretti (2002), salienta que

[...] a "pedagogia das competências", da forma como proposta e com os objetivos que colima, tem mais a ver com os interesses da produção do que com a autonomização dos alunos a ela submetidos, não obstante os discursos que sugerem ser ela um dos caminhos pelos quais tais alunos desenvolveriam não apenas os atributos necessários à sua condição de futuros trabalhadores, mas também aqueles que contribuiriam para que viessem a se tornar cidadãos.

Ainda neste sentido, observa-se o comentário de um aluno da EAESP acerca de sua percepção sobre a instituição: “O aumento da mensalidade dos últimos anos tem afastado diariamente potenciais candidatos de ingressar na escola, sendo a capacidade de pagar um

¹⁰ Disponível em: <http://eaesp.fgvsp.br/post/fgveaesp-lanca-graduacao-100-em-ingles>. Acesso em: 18 abril 2015.

¹¹ Exemplo disso são os Programas de Educação Continuada (PEC's) instituídos pela FGV. Criado em 1953, “O PEC-FGV é o Programa de Educação Continuada para executivos interessados em aprimoramento profissional, networking e numa visão prática das ferramentas essenciais ao trabalho corporativo”. Disponível em: <http://pec.fgv.br/institucional>. Acesso em 22 jun. 2014.

fator mais definidor de entrada do que o ‘meritocrático’ vestibular.”

Trabalho e educação estão intimamente imbricados um no outro, como é possível observar tanto no crescimento de programas de educação profissionalizante com foco nas habilidades técnicas a serem adquiridas pelos/as alunos/as quanto no recrutamento e seleção de grandes empresas através de processos seletivos fortemente pautados em uma abordagem por competências como, por exemplo, o processo seletivo para *trainee* (VIANA, 2014).

Em relação à dominação educacional de certas instituições em relação à outras, configurando esquemas hierárquicos de poder e privilégio, nota-se que a partir de determinados símbolos criados no âmbito da sociedade, como os rankings de melhores universidades estabelecidos nacional e internacionalmente por famosos canais da imprensa, algumas instituições se tornam mais requisitadas que outras e, conseqüentemente, seu método educacional passar a ser mais difundido: o método educacional seja de uma universidade ou escola constitui um dos pilares da cultura destas instituições, cultura esta que pode ser “vendida” junto com o método educacional¹², promovendo uma ampla disseminação social de um tipo de cultura institucional. Neste sentido, destaco a fala de um aluno da EAESP:

A FGV em si não deve ser tão diferente de outras instituições de ensino de administração, o que provavelmente é diferencial é que desde muito cedo na faculdade os alunos passam a conviver com um tipo de competição, seja para aparecer em um ranking como os melhores do semestre (em nota) ou pela disputa de cases (como o da P&G). Isto com certeza faz diferença em entrevistas de estágio ou em situações em que você é pressionado para conseguir resultados. (Fonte: VIANA, 2015)

De qualquer forma, observa-se um grau elevado de satisfação dos/as alunos/as em relação à formação proporcionada pela FGV-EAESP: numa escala crescente de 0 a 5, 30% dos/as alunos/as deram nota 5 à instituição, 51% nota 4, 17% nota 3 e 2% nota 2.

Partindo da interconexão dos dados observados e da teoria proposta, entendo que tanto os/as alunos/as quanto os/as professores/as e executivo/as formados pela FGV-EAESP constituem uma fração da elite paulista e nacional ou, mais precisamente, estão imersos num campo composto por espaços sociais semiautônomos, os quais se

¹² Muitos cursos produzidos sob a sigla FGV, por exemplo, são disponibilizados via internet, assim como seu método educacional é largamente vendido para faculdades privadas de Administração.

caracterizam pelo compartilhamento de visões de mundo afins, firmadas pela interconexão entre os capitais econômico, social e simbólico compartilhados pelos agentes sociais.

Ao propor uma reflexão sobre a formação de líderes empresariais pela FGV-EAESP e sobre as crenças produzidas tanto por estes quanto pela instituição numa dinâmica que se retroalimenta o tempo todo, entendo que estes profissionais integram os grupos de dirigentes das empresas das quais fazem parte, e podem ser compreendidos dentro do campo empresarial específico, que também é constituído por diferentes “habitus” provenientes dos distintos tipos de capital econômico e social de seus integrantes. Tal variedade é responsável pelas lutas por legitimação e dominação de alguns setores sobre outros no campo empresarial. Sobre isto, aponta Bourdieu (2006):

Se tivermos em conta que, nas maiores sociedades, e mais burocratizadas, a orientação no sentido de uma ou outra das funções determinantes da empresa, financeiras, comerciais, técnicas, está estreitamente ligada ao tipo de capital escolar que possui, e, como tal a trajetórias sociais e escolares geradoras de disposições específicas (e também de capital social, ligado à pertença a determinados corpos), compreende-se que as lutas que se desenrolam no seio das equipas dirigentes por ocasião das decisões ordinárias ou extraordinárias, e muito especialmente quando das crises de sucessão, devem muito à preocupação dos diferentes dirigentes, e, através deles, os diferentes corpos (engenheiros de Minas ou Civis, inspectores de Finanças, antigos HEC, etc.), em promover actividades a que estão ligados e dessa forma manter ou melhorar a sua posição perpetuando ou transformando o equilíbrio entre as funções a que os seus interesses andam ligados. (p.104)

À luz dessas proposições, percebo que a FGV-EAESP é uma faculdade que atua no sentido de unir capital econômico, social e simbólico num mesmo espaço, criando, entre outras coisas, convenções cognitivas (DOUGLAS, 2007) capazes de nortear a ação profissional daqueles que forma e vice-versa, representando um dos elementos de (re)composição e distinção de uma parte das elites do estado de São Paulo.

Entendo, assim como Jardim (2009) sobre a concepção de convenção cognitiva e crença em Douglas (2007), que:

[...] toda crença é construída a partir de uma “orientação cognitiva”, que tem base na formação do laço social. O surgimento de convenções não é um processo contínuo; ao contrário, para uma convenção se tornar uma instituição social legítima é necessária uma convenção cognitiva paralela que lhe dê apoio, bem como um trabalho cotidiano de reforço da crença. As condições para que surjam convenções estáveis são muito mais estritas do que pode parecer [...]. (JARDIM, 2009: 156-157).

Instituições de ensino, como a FGV-EAESP, também buscam se diferenciar das demais a partir da criação e reprodução de crenças e convenções cognitivas já evidenciados na “missão” e na “visão” da faculdade¹³. Neste sentido, os valores defendidos por esta instituição passam a constituir sua própria cultura, capaz de direcionar, através de mecanismos tanto coercitivos, como o método de ensino, quanto subjetivos, como a incorporação de um determinado *ethos* profissional e pessoal, as decisões tomadas pelos/as profissionais que forma, no caso, dos líderes empresariais em seus campos de atuação.

Viana (2014) aponta que para Bourdieu (2008), “as instituições, assim como as próprias estruturas sociais, são construções que visam estabelecer sistemas hierarquizantes de poder e privilégio, os quais são determinados por relações de caráter econômico, simbólico e cultural.” (p.16). Líderes de grandes empresas existentes no país hoje, como Grupo Abril, PepsiCo, Bradesco, Petrobrás etc., são fruto de formação superior ligada, principalmente, às universidades de renome nacional¹⁴, as quais são responsáveis por compor e recompor parte das elites econômicas brasileiras. Estes indivíduos muitas vezes já dispõem em seu meio familiar dos “capitais” (social, cultural e econômico) (BOURDIEU, 1980; BRITO, 2004) necessários à formação das redes sociais de trabalho das quais fazem ou virão a fazer a parte.

Assim, as elites, ou classes dominantes, apesar de ditarem regras e comportamentos sociais, são passíveis de serem transformadas a partir do momento em que novos valores se incorporam às suas bases, o que modifica sua própria dinâmica, ou seja, estrutura e ação social não podem ser entendidas descoladas uma da outra. Bourdieu “evidencia a existência de um campo simbólico, definido pela posição dos agentes sociais inseridos nele e pelo habitus que cada um possui em relação à mesma realidade” (VIANA, 2014: 16). Para ele, “as estruturas sociais não são fixas e imutáveis, mas é a partir delas que se constituem os habitus [...]. Os indivíduos reproduzem estas estruturas e, ao estabelecer diálogo com os campos e espaços sociais, voltam a influenciar a reelaboração das próprias estruturas das quais se originaram”. (idem).

Segundo esta noção, percebe-se que a aquisição de um nível de formação

¹³ Para acessar a missão e visão da FGV-EAESP, ver: <http://eaesp.fgvsp.br/node/6534>. Acesso em 22 março 2014.

¹⁴ Acerca das formações universitárias dos líderes empresariais mais admirados do Brasil em 2013, (vide pesquisa feita pela revista Carta Capital, disponível em: <http://tinyurl.com/kus3fhj>), destacam-se: Roberto Setúbal, formado pela Escola Politécnica da USP; Abílio Diniz, Fabio Barbosa e Alessandro Carlucci formados pela FGV-EAESP; Roger Agnelli, formado em Economia pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) entre outros.

universitário é, para as classes dominantes, uma ação “quase obrigatória”, um meio de manter a posição social já ocupada, enquanto que, para as classes que não detêm em seus dispositivos cognitivos deste tipo de relação com a obrigatoriedade de fazer um curso superior, ter um diploma universitário aciona outras dimensões, como a ascensão social e/ou cultural alcançada através da educação universitária:

É a *estrutura das relações objetivas* entre os agentes que determina o que eles podem ou não podem fazer. Ou, mais precisamente, é a posição que eles ocupam nessa estrutura que determina ou orienta, pelo menos negativamente, suas tomadas de posição. Isso significa que só compreendemos, verdadeiramente, o que diz ou faz um agente engajado num campo (um economista, um escritor, um artista etc.) se estamos em condição de nos referirmos à posição que ele ocupa nesse campo, se sabemos “de onde ele fala” [...]. (BOURDIEU, 2004: 23-24)

A forma como se dá o processo de escolha por um curso universitário e pela profissão a ser seguida é essencialmente determinado pelos usos e maneiras que os grupos fazem daquilo que produzem e do processo de produção, seja de bens materiais ou imateriais (simbólicos), ou seja, pessoas inseridas em um meio familiar em que seus pais e parentes mais próximos possuem o nível universitário, por pressão explícita ou inconsciente, sentirão com maior facilidade a necessidade de também adquirir este nível de formação.

Neste sentido, é preciso frisar que tal ação não possui caráter determinante, mas que dentro do rol de possibilidades ofertadas pelo espaço social em que vivem, a formação universitária representa um forte elemento de distinção, sendo por isso mesmo, desejada pela maioria das pessoas que compõem grupos sociais com tais características. Como aponta Viana (2014):

Os variados estilos de vida são constituídos por habitus, espaço e campos sociais diversos. A convivência destes grupos na sociedade é baseada pelas normas e regras sociais. Bourdieu mostra como os “dominados” naturalizam as próprias práticas de dominação, pois internalizam os mecanismos que atuam no espaço social e simbólico. Os grupos dominantes exercem esta função por conhecerem as estruturas, por possuírem capital social adequado. (p. 17).

Desta forma, os tipos de educação escolar e universitária, proporcionados por diferentes instituições de ensino, também atuam como fatores de “distinção” (BOURDIEU, 2007a). Portanto, o tipo de educação obtida pelos indivíduos, bem como a inserção social a partir dela são de fundamental importância para se notar a distinção e a

forma pela qual os diferentes grupos se apropriam dos espaços e campos sociais, no caso, do mercado de trabalho e financeiro.

O que pauta tal distinção, presente nas relações entre os indivíduos estabelecidas no mercado, portanto, são os diferentes capitais (cultural, social, econômico) e o valor que cada um possui de acordo com a posição dentro dos espaços em que atuam. É importante salientar que não é só a distinção interna das organizações que pautam as relações sociais existentes nas mesmas, mas que ela também está posta entre organizações de um mesmo setor, atividade ou mesmo aquelas que investem em projetos afins. A concorrência e competitividade está colocada num cenário macro que se impõe ao micro, ou seja, aos indivíduos.

Assim como nos propõe GRÜN (2003), esta pesquisa atenta, entre outras coisas,

[...] para a necessidade de levarmos em conta os múltiplos critérios de hierarquização social vigentes na sociedade brasileira, e as maneiras através das quais o sistema escolar acaba sendo relativizado ou controlado na busca de opções para as famílias conduzirem suas estratégias de reprodução social para encaminhar as novas gerações em direção a destinos por elas desejados, ainda que considerados pouco legítimos na sociedade inclusiva. (pp. 74-75).

Portanto, pensar nas estratégias de dominação e legitimação da EAESP-FGV consiste em pensar também nas estratégias que os agentes sociais dominantes usam, consciente ou inconscientemente, para assegurar sua própria reprodução social.

Considerações Finais

De acordo com a fala dos/as interlocutores/as desta pesquisa, o *networking* é fundamental, uma vez que há estimativas internas da EAESP de que 70% dos cargos de gestão conquistados no mercado de trabalho contemporâneo são frutos de indicações¹⁵. Em relação às falas dos/as alunos/as, pode-se afirmar que a preocupação em formar *networking* é real, principalmente entre aqueles que almejam empreender. A ideia de formar redes se estende à orientação de formá-las com pessoas apropriadas, ou seja, pessoas que, através do capital social e econômico que possuem, adquirem capacidade de influenciar o campo em que se inserem.

¹⁵ Dado fornecido em entrevista com professor da instituição.

A apropriação do nome FGV-EAESP por uma fração das elites paulistas e vice-versa fortalece tanto a marca e a cultura da instituição quanto os próprios indivíduos que se beneficiam dos títulos adquiridos por intermédio dela, o que, entre outras coisas, contribui para a manutenção e reprodução do *status quo*, ou seja, da posição social ocupada por intermédio da marca educacional de que dispõem.

Um olhar sobre os dados preliminares expostos ao longo do trabalho, confirmam a hipótese levantada no início da pesquisa de que a FGV-EAESP é composta por alunos/as advindos de uma elite econômica, em sua maioria brancos/as, quase totalmente provenientes de escolas particulares, sendo que uma parcela considerável dos/as alunos/as analisados, são provenientes de escolas paulistas notadamente voltadas a um público detentor de elevada renda familiar, como é o caso do Colégio Bandeirantes, Dante Alighieri, Visconde de Porto de Seguro, entre outras.

De acordo com as falas dos/as interlocutores desta pesquisa, é possível identificar que existe uma crença de que a FGV-EAESP é uma instituição que possui prestígio educacional e que promove distinção entre os profissionais que forma. No entanto, pondera-se que tal distinção se encontra em contínuo processo de construção e reafirmação por parte da instituição e de seus membros. Na busca constante pela legitimação da crença na distinção que promove, entende-se que a FGV-EAESP, através da ação dos profissionais que forma, é capaz de criar redes sociais de influência política, econômica e social para o mercado paulista e nacional.

Durante a pesquisa de campo, o discurso sobre a excelência da EAESP veio sempre acompanhado de um forte sentimento de pertença e identificação por parte dos/as alunos/as e professores/as junto à instituição. Tal sentimento acompanha também a explicitação das disputas travadas neste espaço, uma vez que se enfatizou em diversas falas de alunos/as e do professor entrevistado a qualidade não tão boa de outras instituições de ensino superior de Administração de Empresas, como a Faculdade de Economia e Administração (FEA-USP), e o Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper).

Por fim, salienta-se que a hipótese analítica que tem sido levantada a partir desta pesquisa é a de que a distinção que a formação de líderes empresariais pela FGV-EAESP promove, é consequência de uma crença social, criada e sustentada por indivíduos com orientações cognitivas e *habitus* afins, ou seja, por uma fração da elite econômica paulista.

A crença na distinção que a marca FGV-EAESP promove é, conseqüentemente, um modo de diferenciação e suscita uma série de processos identitários vinculados a ela,

mantendo e reproduzindo hierarquias elitistas e competições no espaço social que envolve os cursos e os profissionais de Administração de Empresas no estado de São Paulo e no Brasil. Neste âmbito é que as crenças são reproduzidas, tendo como principal elemento de propagação a interface entre o alto poder aquisitivo (capital econômico) e a grande rede de contatos (capital social) dos indivíduos que compõem este espaço social.

Referências:

ALMEIDA, A. M. F. Um colégio para a elite paulista. In: ALMEIDA, A. M. F.; NOGUEIRA, M. A. (Orgs.). *A Escolarização das elites: um panorama internacional da pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 2002.

ALMEIDA, C. A prosopografia ou biografia coletiva: limites, desafios e possibilidades. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH*. São Paulo, 2011.

BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007a.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007b.

_____. *As estruturas sociais da economia*. Porto: Campo das Letras, 2006.

_____. *La noblesse d'Etat: grandes écoles et sprit de corps*. Paris, Editions de Minuit. 1989.

_____. O capital social: notas provisórias. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Orgs.) *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1980. p. 65-69 (3. ed., 2001).

_____. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

_____. *Razões Práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 2008.

BOURDIEU, P.; PASSERON, J.C. *A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992.

BRITO, A. X. *Habitus de herdeiro, habitus escolar: os sentidos da internacionalização nas trajetórias dos estudantes brasileiros no exterior*. In: ALMEIDA, A. M. F. et al. *Circulação internacional e formação intelectual das elites brasileiras*. Campinas: Editora da UNICAMP, p.85-104. 2004.

DATA POPULAR. *Demandas de aprendizagem de inglês no Brasil*. British Council: São Paulo. 2013. Disponível em:

http://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/demandas_de_aprendizagempesquisacompleta.pdf. Acesso em 12 mar. 2015.

DONADONE, J. C.; SANCHEZ, J. P. de A. Novas elites, velhas elites: a análise do comportamento organizacional sob a perspectiva das relações de poder. In: *Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política*, São Carlos, v. 20, n. 1, p.11-30. 2011.

DOUGLAS, M. *Como as instituições pensam*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Projeto pedagógico: curso de graduação em administração / Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo; [organização Isabela Baleeiro Curado]. – São Paulo: FGV/EAESP, 2012. Disponível em: http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/PPC_Curso_de_Graduacao_em_Administracao_FGV_EAESP.pdf. Acesso em ago. 2014.

FERRETTI, Celso João. A pedagogia das competências: autonomia ou adaptação?. *Educ. Soc.*, Campinas, v. 23, n. 81, Dec. 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302002008100016&lng=en&nrm=iso. Acesso em 08 Mar. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302002008100016>.

GRIPP, G. Educação para massas e formação de elites: a distribuição do conhecimento no sistema de ensino superior brasileiro. *Anais do 38º Encontro Anual da ANPOCS*. Out./2014.

GRYNSPAN, M. *Ciência política e trajetórias sociais: uma sociologia histórica da teoria das elites*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.

GRÜN, R. Dinheiro no bolso, carrão e loja no shopping: Estratégias educacionais e estratégias de reprodução social em famílias de imigrantes armênios. In: ALMEIDA, A. M. F.; NOGUEIRA, M. A. (Orgs.). *A Escolarização das elites: um panorama internacional da pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 2003.

INEP (INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA). *Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes 2012: Relatório de Curso - Administração*. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Brasília, DF, 2012. Disponível em: <http://migre.me/pnGW1>. Acesso em: 22 jun. 2014.

JARDIM, M. A. C. (Org.). *A Natureza Social das Finanças: fundos de pensão, sindicalistas e recomposição das elites*. Bauru: Edusc, 2011.

JARDIM, M. A. C. *Entre a solidariedade e o risco: sindicatos e fundos de pensão em tempos de Governo Lula*. São Paulo: Annablume, 2009.

MARTIN, M. De S. Dominação social, dominação escolar. *Educação & Realidade*. Porto Alegre, nº 28, pp. 21-29, jan/jul. 2003.

MOURÃO, L. Oportunidades de Qualificação Profissional no Brasil: Reflexões a partir de um Programa Quantitativo. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 13, n. 1, art. 8, p. 136-153, Jan./Mar. 2009.

PERRENOUD, P. *Construir as competências desde a escola*. Porto Alegre, Artes Médicas: 1999.

PINÇON, M. e PINÇON-CHARLOT, M. Sociologia da alta burguesia. *Sociologias*. Porto Alegre, ano 9, nº 18, jul./dez. 2007, p. 22-37

SILVA, M. M. da. Redes de relações sociais e acesso ao emprego entre os jovens: o discurso da meritocracia em questão. In: *Educação e Sociedade*. Campinas, v. 31, n. 110, jan.- mar. 2010. Disponível em: <<http://tinyurl.com/nm68uyo>>. Acesso em 08 jul. 2013.

STONE, L. Prosopografia. In: *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, v. 19, n. 39, p. 115-137, jun. 2011.

VIANA, K.D.R. Cultura empresarial: considerações acerca de um processo seletivo para trainee. *Primeiros Estudos*, São Paulo, n. 6, p. 8-25, 2014.

_____. A configuração das elites econômicas no estado de São Paulo através de símbolos educacionais comuns: um estudo sobre líderes empresariais formados pela FGV-EAESP. *Relatório de pesquisa apresentado à FAPESP*. 2015.