

O mundo dos intermediários

DONADONE, Julio. Cesar. **IN THE WORLD OF INTERMEDIARIES. CONSULTING FIRMS, BUSINESS PRESS AND THE REORGANIZATION OF THE MANAGEMENT ACTIVITIES.** Publisher: VDM Verlag Dr. Müller, 2010.

Elaine da Silveira Leite¹

“In the World of Intermediaries: Consulting Firms, Business Press and the Reorganization of The Management Activities”, livro lançado durante o evento da ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais), em 2011, é fruto do trabalho do pesquisador Julio César Donadone e integra uma série surgida recentemente, com publicações da área da sociologia econômica, a qual está ganhando, cada vez mais, reconhecimento nas ciências sociais brasileiras. A sociologia econômica vem despertando o interesse não apenas de sociólogos, mas também de economistas, administradores, advogados e engenheiros, o que proporciona um debate acadêmico multidisciplinar.

A trajetória profissional de Donadone exemplifica a dimensão do espaço em que a referida área está se desenvolvendo. Ele obteve sua graduação em engenharia mecânica, realizou o mestrado em engenharia de produção com uma pesquisa sobre o processo de mudanças organizacionais e adentrou, no doutorado, na temática da atuação das empresas de consultoria. Em seguida, ele passou por grandes centros internacionais de pesquisa como o Departamento de Sociologia da Universidade da Califórnia (Estados Unidos) e a École des Hautes Études en Sciences Sociales (França). O livro em questão, no entanto, é

¹ Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), e Mestre em Engenharia de Produção (UFSCar). É doutora em Sociologia (UFSCar). Atualmente, é bolsista PNPd no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais na UFPel. E-mail: elaine-leite10@gmail.com

resultado da sua especialização no Centre for Research on Socio-Cultural Changes na Universidade de Manchester (Reino Unido). Atualmente, ele é professor do Departamento de Engenharia de Produção e colaborador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Políticas da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e um dos coordenadores do Núcleo de Sociologia Econômica e das Finanças na mesma universidade.

Seguindo a tendência mencionada, que contempla diversas áreas de conhecimento, relacionando, especificamente, a sociologia econômica com os estudos sobre organizações e trabalho, o livro apresenta a formação e a configuração do mercado de consultoria internacional e sua constituição no Brasil, acompanhando a abordagem do isomorfismo organizacional. “In the World of Intermediaries” está dividido em três capítulos. No primeiro, o autor descreve a origem do mercado de consultoria internacional para esboçar a peculiaridade da constituição de seu espaço no Brasil; no segundo, Donadone trata da dinâmica e das intermediações realizadas pelas consultorias ao longo do tempo, principalmente, a relação estabelecida com a disseminação das novas formas de gestão empresarial, o que trouxe, consequentemente, novas frentes de atuação para os consultores que se tornaram “ícones *pops*” da mídia de negócios. Aqui, o pesquisador também revela certas particularidades do caso brasileiro, no qual essa mídia de negócios foi fundamental para compreender a expansão do mercado de consultoria, seus agentes e serviços no país. Para finalizar, no terceiro capítulo, o autor, baseado no conceito de extensão dos circuitos de legitimação do sociólogo francês Pierre Bourdieu, reflete sobre o papel desses consultores/intermediários na disseminação de suas ideias e sobre os atores associados a esse campo que ganham destaque. Além disso, ele relata os possíveis efeitos desses intermediários no processo de construção e legitimação da lógica financeira, que é o grande foco das consultorias nos dias de hoje.

No primeiro capítulo, Donadone, ao traçar as origens das empresas de consultoria, que remetem ao final do século XIX e início do século XX, aponta o caminho percorrido por empresas como a Arthur Andersen, Booz-Allen, Ernst & Young, McKinsey, entre outras, e como algumas delas passaram de organizações simples, como empresas de auditoria, para grandes conglomerados de serviços, tornando-se companhias com faturamentos exorbitantes, cujos “conselhos” são reconhecidos e respeitados no mundo dos negócios. Para tanto, o autor descreve como o avanço das consultorias está atrelado ao crescimento das indústrias nos Estados Unidos, o que possibilitou a atuação exter-

na de vários profissionais no auxílio de problemas oriundos do processo de crescimento dessas organizações.

Em seguida, o pesquisador ressalta, porém, a importância do contexto econômico e político do período que abrange a crise financeira de 1929, como também a Segunda Guerra Mundial, fundamentais para a expansão dessas empresas e que contribuíram para a caracterização e constituição do mercado de consultorias. Vale ressaltar, que o pós-guerra também foi essencial para o desenvolvimento do setor, pois, nessa época, o governo dos Estados Unidos contratou consultores para reorganizar o setor público norte-americano. Além disso, houve a difusão das consultorias para os países da Europa como esforço dos Estados Unidos na reconstrução dessas nações; e, depois, com a expansão das empresas multinacionais, um espaço foi aberto para a entrada das consultorias e suas atividades em diversos países, como ocorreu no Brasil com a chegada da Arthur Andersen, na década de 50.

É importante destacar que a disputa entre os diversos profissionais, como advogados, auditores, contadores e engenheiros, que buscavam legitimar suas profissões no mercado de consultoria, de certa forma, corroborou o avanço da discussão e da legitimação do ofício de consultor. Entretanto, foi a partir da década de 80 que assistimos ao fortalecimento do mercado de consultores, o qual ganhou relevância, principalmente, com a abertura de novas frentes de atuação, relacionado com a venda de pacotes gerenciais e impulsionado pela expansão da indústria japonesa, o que levou consultores a elaborar a introdução e a adaptação das ferramentas japonesas no mundo ocidental como, por exemplo, a implementação dos Círculos de Controle de Qualidade (CCQs).

Desse modo, o autor ressalta a ligação entre a legitimação das empresas de consultoria e os processos de mudanças organizacionais, revelando a importância e a dimensão do trabalho desses intermediários para a implantação de novas ideias e formas de gestão no mundo organizacional. O esforço do pesquisador em esquematizar e desenvolver tal relação é o ponto forte de seu trabalho, já que tal empreitada fornece elementos para esboçar a legitimação do setor de consultoria e as atividades de seus agentes no Brasil.

Outro ponto relevante da obra se concentra no capítulo 2, no qual o autor buscou apresentar como os mecanismos de difusão das ideias gerenciais contribuíram para dar impulso às consultorias. Assim, a particularidade nacional é desenhada a partir da relação estabelecida entre a imprensa de negócios e as mudanças organizacionais ligadas à noção de “participação” dos trabalhadores nas empresas brasileiras.

Desta forma, a partir dos anos 90, as empresas de consultoria, juntamente com a imprensa, com as escolas de Administração e com os consultores – que se tornaram gurus empresariais e são figuras frequentes nos meios de comunicação – passaram a aquecer o crescimento das consultorias no Brasil.

A teia de relações que foi desvelada pelo autor mostra a configuração do espaço das consultorias e demais setores envolvidos na sua constituição, mas o livro não se limita a tal objetivo. A obra também apresenta as críticas que surgiram no que concerne à eficácia das práticas de consultoria, os modismos da gestão e seus gurus, como também a importância das privatizações das empresas estatais e os processos de fusões e aquisições de empresas, que marcaram disputas entre gerentes e consultores. Finalizando, o conceito de extensão dos circuitos de legitimação corrobora o entendimento do complexo mundo das consultorias, no qual os diversos agentes que o compõem, bem como seus construtores e críticos não apenas concorrem entre si, mas também legitimam seus espaços de atuação.

De modo geral, o livro é uma interessante apreciação da ascensão do mercado das consultorias à luz da sociologia econômica, articulada com a teoria das organizações. Além dos vários méritos indicados nesta resenha, “In the World of Intermediaries” é acessível a vários públicos, pois apresenta uma abordagem interdisciplinar, que engloba sociologia, economia e política. Isso constitui, também, um aspecto de grande relevância que faz interessante a consulta desta obra.

Artigo recebido em março/2011
Aprovado em maio/2011.